

## Özgeci Davranış Ekseninde Sosyal İnovasyon Eğiliminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma



DOI: 10.31006/gipad.421324

Mukaddes YEŐİLKAYA<sup>1</sup>

Tayfun YILDIZ<sup>2</sup>

### Öz

*Bu araştırmanın amacı, bireylerin özgeci davranış düzeylerinin, sahip oldukları sosyal inovasyon eğilimi üzerindeki belirleyiciliğini incelemektir. Bu bağlamda Ardahan Belediyesi bünyesinde çalışan 108 kişinin katılım sağladığı bir araştırma yürütülmüştür. Araştırma örnekleminde elde edilen veriler, istatistiksel programlar yardımıyla analiz edilmiş ve araştırmaya katılan bireylerin özgeci davranış düzeylerinin, sosyal inovasyon eğilimini olumlu yönde ve güçlü bir biçimde etkilediği tespit edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Özgecilik, özgeci davranış, sosyal inovasyon.

**Jel Kodları:** M10, M14, M19.

## A Survey on Investigation of Tendency of the Social Innovation on Centreline of the Altruistic Behaviour

### Abstract

*The aim of this study is to examine determining of the level of altruistic behaviour on tendency of social innovation. In this context, a research is carried out on 108 officers who have worked in Ardahan Municipality. The data obtained from research sample are analyzed with the help of statistical programmes and it is found that the levels of altruistic behaviour of the individuals participating in the research, have positively and strongly influenced by the tendency of social innovation.*

**Keywords:** Altruistic behaviour, altruism, social innovation.

**Jel Codes:** M10, M14, M19.

<sup>1</sup> Doç. Dr. Erzincan Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, mukaddes.yesilkaya@erzincan.edu.tr  
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6555-4659>

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Ardahan Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, tayfunyildiz@ardahan.edu.tr  
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5145-8677>

## 1. Giriş

Değişimin temel ihtiyaç olarak kabul edildiği ve bu ihtiyacın karşılanmasında bireysel, toplumsal ve örgütsel açıdan yenilik ve yaratıcılığın ön planda tutulduğu günümüz şartlarında, kişi veya toplulukları mevcut olandan daha ileriye taşıyabilmede kullanılabilecek yepyeni veya farklı yol ve yöntemlerin keşfinin, iş dünyasının olduğu kadar bilim dünyasının da temel uğraşlarından biri olduğunu söylemek mümkündür. Bu uğraşı, yaygın kullanımıyla “inovasyon”, yani “yenilik” olgusunu ön plana çıkarmış ve zamanla girişimcilerden işletme çalışanlarına, hatta sivil toplum kuruluşlarına kadar toplumdaki her bireyinin birer “inovasyon işçisine” dönüşmesi yönünde ciddi bir beklentinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu beklentinin temel nedeni, yenilikçiliğin hem örgütsel hem de toplumsal açıdan, geri dönüş hızı en yüksek yatırım aracı olduğunun artık kuşku duyulmaz bir gerçek haline gelmiş olmasıdır.

Bilindiği üzere işletmeler, toplumsal ihtiyaçların karşılanması ve problemlerin çözümlenmesi karşılığında, ticari bir kazanç elde etme güdüsüyle hareket eden sosyo-ekonomik sistemlerdir. Rekabet koşullarının her geçen gün daha da zorlayıcı ve çetrefilli hale geldiği ve bilinenin aksine işletmelerin sahip olduğu finansal olanakların aciz kaldığı günümüz koşullarında en önemli hususlardan biri; yeni fikir, yöntem ve süreçler keşfetmek üzere bireyleri neyin harekete geçirebileceğinin keşfidir. İşletme yöneticileri ve bilim adamlarının ilgi odağı haline gelen ve bilhassa yönetim literatüründe davranışsal eksenli çalışmaların sayısındaki artış hızıyla da kendisini gösteren bu husus motivasyon, örgütsel bağlılık, psikolojik sözleşme, örgütsel vatandaşlık, örgütsel özdeşleşme başta olmak üzere daha nice yönetsel kavramın ortaya çıkmasına ve incelenmesine neden olmuştur.

Bu çalışmada ise, bugün rekabet arenasında güç elde etmek isteyen tüm organizasyonların peşinde olduğu; insanı yaratıcı düşünme ve yenilik yapma konusunda neyin harekete geçirebileceği sorusuna verilebilecek en güçlü yanıtlardan biri olarak gösterilebilecek “özgecilik” olgusu merkeze alınmıştır. Nitekim son yıllarda dikkatleri üzerine çeken özgecilik olgusunun, sosyal değer üretebilecek boyutta yenilik yapma, yani “sosyal inovasyon” yaratmada, bireyin sahip olduğu en güçlü içsel motivasyon kaynaklarının başında geldiği söylenebilir.

## 2. Özgeci Davranış

İlk olarak Fransız filozof Auguste Comte tarafından ileri sürülen özgecilik (altruizm) olgusu, bencillik (egoizm) karşıtı bir kavram olarak ileri sürülmüş olup, bireyin gönüllü olarak fedakarlıkta bulunması, bunu yaparken de karşısındaki birey veya topluluktan herhangi bir karşılık beklememesi şeklinde tanımlanmaktadır (Stebbins, 2015; Lee vd., 2014; Burns vd., 2006). Dolayısıyla özgeci davranış, başkalarının düşüncelerini anlayabilmeye yönelik prososyal bir eğilimi temsil etmektedir (Waytz vd., 2012:7646; Andreoni ve Rao, 2011:514).

Literatürde ağırlıklı olarak biyoloji alanında çalışılan özgecilik olgusunun, psikoloji, yönetim, ilahiyat, eğitim, sağlık ve spor gibi farklı disiplinlerdeki araştırmalara da konu olduğu görülmektedir. Ancak özgecilik konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde, olgunun tam olarak ne anlama geldiği konusunda bir anlam belirsizliğinin var olduğu dikkat çekmektedir. Şöyle ki, özgeciliğin bireyin karşı taraftan herhangi bir çıkar beklemeksizin, gönüllü olarak gösterdiği fedakarlık davranışı olduğunu benimseyen (Sherratt vd., 2015; Baraglia vd., 2014; Gintis vd, 2003; Unger, 1991; Rand,1963:57) bir görüşün aksine, yapılan fedakarlığın bir karşılık elde etme güdüsüyle sergilendiği, hatta özgeci davranmaktan kaçınan bireylerin topluluk tarafından cezalandırıldığı (Arave vd., 2008:307; Benenson vd., 2007:168; Fletcher ve

Zwick, 2006:260; Fehr ve Henrich, 2003:1) yönünde, zıt nitelikte ikinci görüşün de kabul gördüğü dikkat çekmektedir.

Bu araştırmada ise özgeci davranışın, bir karşılık beklemeksizin tamamen gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirildiği, bireyin başkalarının iyiliğini kendisininkinin üzerinde tuttuğu ve fedakârlık yaptığı kişi veya gruptan herhangi bir çıkar beklentisi içinde olmadığı yönündeki görüş esas alınmıştır.

Özgeci davranan bireylerin toplum yanlısı kişiler oldukları; bir yabancıya para verme, kan bağışında bulunma gibi kendilerinin zarına olsa bile, başkaları için yararlı olacak şeyleri yapma konusunda istekli oldukları ifade edilmektedir (Zettler ve Hilbig, 2010:339). Çünkü özgeci davranan bireylere kendilerini iyi hissettiren asıl şey, üstesinden gelinmesi güç bir sorunu çözmek gibi içsel yansımaları olan bir fayda elde etmektir (Wang and Wang, 2008:344).

Literatürdeki araştırmalar, özgeci bireylerin sahip oldukları ayırt edici özellikler ve kullandıkları genel davranış kalıplarını belirleyebilme açısından incelendiğinde; özgeci davranan bireylerin öyle davranmayan, yani fedakarlık yapmaktan kaçınan diğer bireylerden farklı olarak, eşitlikçi davranma eğilimi güçlü olan (Abasolo ve Tsuchiya, 2014), çocuklarını önemseyen, sahip olduğu geliri tüketmektense başkalarına da miras bırakmaktan yana olan (Dutta ve Michel, 1998:379-380), güler yüzlü, kahkahayla gülen (West ve Gardner, 2010:1344) ve iletişim konusunda başarılı ve empati kabiliyeti güçlü olduğu fark edilen kişiler oldukları görülmektedir (Andreoni ve Rao, 2011).

Özgeciler olgusunu başka olgularla ilişkilendiren araştırma sayısının, literatürde sınırlı olduğu görülmektedir. Bu araştırmaların bazılarında; özgeciliğin tanınır bir birey olmakla (Small ve Loewenstein, 2003) ve genetikle ilişkili olduğu, özgeciliğin duygusal yakınlık kurma (Korchmaros ve Kenny (2001), kan bağışında bulunma (Steele vd., 2008) veya organ bağışında bulunma (Morgan ve Miller, 2002) gibi davranışlar üzerinde etkili olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Bununla birlikte yardım edilen/fedakârlık yapılan kişiden beklenen sözlü geribildirim, özgeci davranışın artırılmasında önemli düzeyde etkili olduğu tespitinin yanı sıra (Ellingsen ve Johannesson, 2008) özgeci davranışta bulunmanın yaygın anksiyete (kaygı) bozukluğundan korunmada, bireyler açısından önerilebilir türde, ancak ağır depresyon içinde olan bireyler için riskli olabilecek bir davranış olduğu, bu araştırmaların bulguları arasında yer almaktadır (Fujiwara, 2007).

Özgeci davranış olgusunun, araştırmalarda birbirinden anlam içeriği bakımında farklı birçok kullanım biçiminin var olduğu görülmektedir. Şöyle ki, bireylerin karşılıklı çıkar elde etmek üzere sergiledikleri “karşılıklı özgeciler” (Takano vd, 2016), bireyin genetik bağları dolayısıyla gösterdiği fedakarlığı ifade eden “akraba özgeciliği” (Ner ve Kramer, 2011), fedakârlık yapmanın bir yarış mantığıyla gerçekleştirildiği “rekabetçi özgeciler” (Barclay, 2004) ve bir erdem ve bir yükümlülük olarak kabul edildiği “ahlaki özgeciler” (Weiss ve Peres, 2014) gibi farklı özgeciler anlayışlarının kullanıldığını söylemek mümkündür. Her ne kadar içi araştırmalarda farklı şekilde doldurulsa da özgeciler olgusunun “fedakârlık yapılan taraftan hiç bir karşılık beklemeksizin” sadece gönüllü olarak gerçekleştirilen bir davranış biçimi olarak tanımlanması en doğrusudur.

### 3. Sosyal İnovasyon

İnovasyon kelime anlamı olarak yenilik yapmak, yeni bir şey düşünmek anlamına gelmektedir. Yenilik yapmak; yepyeni bir ürün, fikir veya uygulama şeklinde olabileceği gibi, mevcut olana yeni şeyler ilave etmek daha da geliştirmek biçiminde de söz konusu olabilmektedir. Sosyolojiden psikolojiye, bölgesel çalışmalardan ekonomiye kadar pek çok disiplinde ilgi gören

“sosyal inovasyon” kavramı ise (Mulgan, 2015:xii), ilk olarak 19. yüzyılın sonlarında Max Weber tarafından “sosyal keşif” biçiminde kullanılmış ve 1930’larda Joseph Schumpeter tarafından teknolojik yenilikçilik ve ekonomik etkinliğin sağlanması için bir gereklilik olarak ileri sürülmüştür (Bulut vd., 2013:122).

Sosyal inovasyon kavramı en sade anlamıyla, sosyal hedeflere ulaşabilmek için yeni fikirlerin üretilmesi olarak tanımlanmaktadır (Mulgan vd., 2007:8). Sosyal inovasyon olgusu bazen bir ürün, bir süreç veya teknoloji şeklinde ortaya çıkabileceği gibi bir fikir, ilke, sosyal hareket, müdahale veya bunların bileşimi şeklinde de karşımıza çıkabilmektedir (Phills vd.’den aktaran Ims ve Zsolnai, 2014:188). Sosyal inovasyon özünde; geleneksel yöntemlerin çözüm sunmakta yetersiz kaldığı eğitim, güvenilirlik, toplumsal hayat, obezite ve çocuk sağlığı gibi konularda sosyal ihtiyaçların giderilmesi ve sosyal problemlerin çözümlenebilmesi yönündeki çabayı ifade etmektedir (Dainiene ve Dagiliene, 2015:275). Böyle bir çaba, sosyal anlamda bir değer veya bir değişim yaratarak toplumsal gelişime ve yenilenmeye, dolayısıyla toplumun gizlice büyüüp evrilmesine imkan tanımaktadır (Ellis, 2010:xxi).

Özel değer yaratmaktan ziyade sosyal bir değer yaratılması gerektiği zamanlarda, sosyal inovasyon bir ihtiyaç haline gelmektedir (Ims ve Zsolnai, 2014:188). Çağdaş sosyologların, toplumsal değişimi başlatmanın ve tesis etmenin yeni yolları olarak kavramlaştırdığı sosyal inovasyonun (Have ve Rubalcaba, 2016:1924), toplumdaki sosyal etkileşim süreci üzerinde etkili olan baskılanmış sosyal isteklerin, yenilikçi yöntemlerle karşılanması şeklinde de ifade edildiği görülmektedir (Özmete ve Gök, 2015:132). Öte yandan sosyal inovasyon olgusunun bir süreç olarak ele alınması gerektiğini ileri süren (Herrera, 2015:1469) bu sürecin ilk olarak; toplumsal bir değer oluşturmak üzere yenilikçi fikirlerin temellendirildiği, sürekli ve aktif bir bilgi toplama (aktif algılama) çabasıyla başladığını, sonrasında bu fikirlerin test edilerek sistematize edildiğini, sürecin sonunda ise uygulama alanının tamamına yerleştirilip yaygınlaştırıldığını ifade etmiştir.

Son yıllarda toplumun günlük yaşam problemlerine uygun çözümler bulmada rol oynayan sosyal inovasyon, bireysel, kurumsal ve toplumsal düzeyde büyük önem taşımaktadır (Bulut vd., 2013:123). Bilhassa organizasyonlar için sosyal değer yaratan ve rekabet avantajı sağlayan sosyal inovasyon olgusu (Herrera, 2015), organizasyonun rekabet gücünü artırmak için bireysel veya kurumsal değişimin sağlanması ve ekonomik etkinliğin elde edilmesi (Bulut vd., 2013:122) gibi önemli konularda kilit bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Moulaert ve arkadaşlarına göre sosyal inovasyon üç farklı unsurun bileşimiyle ortaya çıkmaktadır. Araştırmacılara göre bu bileşenler (Moulaert vd., 2005:1976);

- İnsan ihtiyaçlarının karşılanması (Pazar veya Devlet tarafından henüz karşılanmamış veya algılanmamış olan ihtiyaçların yarattığı baskı, her ne kadar toplum ve halk arasında farklılık yaratacak olsa da bu ihtiyaçların karşılanmasını sağlar)
- Sosyal ilişkilerde değişim (Yönetişimle ilgilidir ve insan ihtiyaçları karşılanmasını, tüm toplumun özellikle de yoksul grupların katılım düzeyinin artırılmasını sağlar)
- Sosyo-politik kapasitenin ve kaynaklara erişimin artması (İnsan ihtiyaçlarını ve katılımı sağlayacak hakların genişletilmesini gerektirir)

Koç’a göre (2010:206), kamu otoritesi veya bağımsız kuruluşların desteğiyle yürütülecek sosyal inovasyon uygulamalarında, inovasyonun nerede ve nasıl üretildiğinden ziyade toplumun hangi kesimi için ve hangi sorunun çözümüne yönelik üretildiği önem taşımaktadır. Bununla birlikte, her ne kadar sosyal çözümleri uygulamaya yönelik olan bu yaklaşım, olumlu

ve yaygın sosyal sonuçların elde edilmesine yardımcı olsa da böyle bir sosyal çözümü tamamen uygulamanın aylar, yıllar hatta on yıllar alabildiğini de unutmamak gerekir (Herrera, 2015:1469).

#### 4. Özgecilik ile Sosyal İnovasyon Eğilimi Arasındaki İlişki ve Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın ana değişkenleri arasındaki kavramsal ilişkileri aktarabilmek üzere gerçekleştirilen literatür araştırmasında, Özgecilik ve Sosyal İnovasyon Eğilimi arasındaki ilişkiyi esas alan teorik veya ampirik nitelikli herhangi bir araştırmaya rastlanamamıştır. Araştırmanın orijinalitesi dolayısıyla, bu başlık altında aktarılacak görüşler, değişkenlerin birbirleri üzerindeki etki potansiyellerinin ortaya çıkarılabilmesi çerçevesinde ele alınmıştır.

Litaratürde sosyal inovasyon olgusunun, sosyal girişimcilik ile kimi zaman eş anlamlı olarak kullanılıyor olduğu (Hernandez ve Corciman, 2016; Westley ve Antadze, 2010:2), kimi zaman da sosyal girişimciliğin sosyal inovasyonu gerekli kıldığı (Saifan, 2012:27), çünkü sosyal inovasyonun, ancak sosyal girişimci niteliğindeki bireyler tarafından yaratılabildiği ileri sürülmektedir (Dacin ve Dacin, 2011:1206-1207). Martin ve Osberg, sosyal girişimcilik gibi bir eylemin temelini özgeciliğe dayandığını, çünkü sosyal girişimcilere motivasyon sağlayan şeyin finansal kazanç değil; tanımlamayı başardıkları fırsat, yarattıkları vizyon ve ruhsal ödüller olduğunu ileri sürmüştür (2007:34). Dahası, Tan ve arkadaşları (Tan vd., 2005:358), girişimciliğin zaten özünde özgeci olduğunu ve dahası sosyal bir eylem olduğunu ifade etmiş ve eğer parasal kazançlardan ziyade manevi kazançlar elde edilmesine izin verilirse, özgeciliğin düzeyinin de buna bağlı olarak artacağını ileri sürmüştür. Benzer biçimde Işık ve Aydın (2017:136) sosyal girişimlerde bulunabilmek için, bireylerin özgecilik gibi önemli bir içsel motivasyon kaynağına ihtiyaç duyduklarını ileri sürmüş, bu görüşü desteklercesine Mair ve Marti (2006:38) de sosyal girişimciliğin, aslında özgeciliğin bir sonucu olduğunu ifade etmişlerdir. Bu görüşlerden yola çıkarak, sosyal girişimcilerin hayata geçirdikleri fikir veya eylemler karşılığında parasal değil, daha çok manevi kazanç güdüsüyle ve en önemlisi “sosyal” bir değer yaratmak üzere harekete geçtiklerini söylemek mümkündür.

Öte yandan, literatürde özgeciliği doğrudan sosyal değer üreten (Garling vd., 2003; Joireman vd., 2001; Liebrand ve McClintock, 1988:219) veya “prososyal” nitelikli bir davranış olarak ifade eden görüşler yer almaktadır (Waytz vd., 2012:7646; Andreoni ve Rao, 2011:514; Carlo ve Randall, 2002:32). Bu görüşün savunucularından Zettler ve Hilbig, (2010:339), özgeci davranan bireylerin özünde prososyal kişiler olduklarını, kendilerinin aleyhine olsa dahi sosyal bir amaç için fedakârlık yapma ve başkaları için yararlı olacak şeyleri gerçekleştirme konusunda istekli olduklarını ifade etmiştir. Eisenberg ve Miller (1987:92) ise, özgeciliğin “prososyal davranışın bir alt türü” olarak görülmesi gerektiğini, bu tür bir anlayışa sahip bireylerin, yaptıkları fedakârlık karşılığında herhangi bir dışsal ödül beklentisi içinde olmadıkları gibi, başkaları tarafından cezalandırılma olasılığını bertaraf etme kaygısı da taşımadıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla özgecilik, başkaları için endişe etmek gibi bir değerle harekete geçirilen, temelinde prososyal nitelikli davranışlar olarak değerlendirilmektedir (Holmgren vd., 1998:170). Bu görüşlere ilave olarak Danielli (1980:87) de özgeciliğin sosyal koşullara bağlı olarak harekete geçen bir davranış biçimi olarak değerlendirilebileceğini ileri sürmüştür. Bu görüşlere ilave olarak (Kerkman ve Johnson, 2014:94), her özgeci davranışın prososyal nitelikli olduğunu, ancak her prososyal davranışın özgeci olmadığını ileri sürmüştür.

Yapılan literatür araştırmasında ayrıca, Özgecilik ile Sosyal İnovasyon Eğilimi arasındaki ilişkiyi açıklayabilmede empati olgusunun belirleyici olabileceği yönünde görüşler dikkat

çekmektedir. Şöyle ki Andreoni ve Rao (2011) bir araştırmalarında, iletişimin özgeciliği güçlü bir şekilde etkilediğini; en önemlisi de iletişimin bireyin empati kabiliyetini harekete geçirmek suretiyle, onu özgeci davranmaya sevk ettiğini tespit etmişlerdir. Bu görüşten, bireyin empati kabiliyetinin düzeyinin, bireyin özgeci davranma düzeyi üzerinde belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan Mulgan (2015) sosyal inovasyonun kökeninin; insanların yaşadığı acı, sevgi, öğrenme, empati veya iyileştirme gibi konularda gözlem yapmasına ve deneyim sahibi olmasına dayandığını ileri sürmüştür (Mulgan, 2015), dolayısıyla bireyin sosyal inovasyon yaratabilmesinde empatinin gerekli olduğunu ifade etmiştir. Bu görüşlerden yola çıkarak, bireyin sahip olduğu empati kabiliyetinin hem özgeci davranma konusunda hem de sosyal inovasyon yaratabilme kapasitesi üzerinde doğrudan etkili olduğunu, yani empati gücünün her iki davranış biçimi açısından bağlayıcı ve belirleyici bir rol oynadığını söylemek mümkündür.

Yukarıda aktarılan tüm görüşler dikkate alındığında, araştırmaya ait aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

**H1=** Bireylerin özgeci davranış düzeyleri, sosyal inovasyon eğilimlerini olumlu ve anlamlı şekilde etkiler.

## 5. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmada, bireylerin özgeci davranış düzeylerinin, sosyal inovasyon eğilimleri ile ilişkili olup olmadığı ve bireylerin sosyal inovasyon yapma yetenekleri üzerinde özgeci davranışın bir belirleyiciliği olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaca ulaşabilmek üzere tasarlanan araştırmada, örneklem seçiminde basit tesadüfi örneklem yöntemi, veri toplamada ise anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilerin açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yardımıyla geçerlilik ve güvenilirlik analizleri tamamlandıktan sonra, özgeci davranış düzeyi ve sosyal inovasyon eğilimi ilişkisini belirleyerek özgeci davranış düzeyinin sosyal inovasyon eğilimi üzerindeki etki gücünü görebilmek ve araştırmanın ana hipotezini test edebilmek için ve için Basit Yapısal Eşitlik Modellemesi yöntemi kullanılmıştır.

**Şekil 1:** Araştırmanın Modeli



Araştırmanın amacına uygun olarak, analiz için Ardahan Belediyesinde çalışan toplam 138 beyaz yakalı personel araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırma evreni için minimum örneklem %95 önem düzeyinde ve %5 hata payı ile anket uygulanacak örnek kitlesinin büyüklüğünü belirlemek için eşitlik (1)'de yer alan (Yamene, 1967) ;

$$n = \frac{NPQZ^2}{(N-1)d^2 + PQZ^2} \quad (1)$$

Örnek büyüklüğü hacmi formülünden yararlanılmış ve eşitlik (2)'de hesaplanan değer bulunmuştur. Bu değer minimum örnek sayısını göstermektedir.

$$n = \frac{138(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(138-1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2} \cong 102 \quad (2)$$

Yeterli katılımcı sayısını belirleyebilmek üzere yapılan tüm hesaplamalardan yola çıkılarak yürütülecek araştırma için, örnekleme 108 anket gönderilmiş ve hatalı veya eksik herhangi bir soru formu olmadığından, gönderilen anketlerin tamamı değerlendirmeye alınmıştır.

## 5.1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Bu araştırmada, temelde nicel verilere dayalı araştırma ve ölçme yöntemi benimsenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, kurumdaki pozisyonu, kurumda çalışma süresi gibi araştırma kapsamındaki çalışanların kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik kapalı uçlu sorulara yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde Sosyal İnovasyonu ölçmek için Halaç vd. (2014) tarafından “Yenilikçilik: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” adlı çalışmadaki ölçek kullanılmıştır. Ölçek 9 ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçekteki ifadelerin tümü 1’in “Kesinlikle katılmıyorum”, 5’in “Kesinlikle katılıyorum” olduğu 5’li Likert Ölçeğine dayandırılmıştır.

Anketin üçüncü bölümünde Özgeçmiş ölçeğine yer verilmiştir. Bu ölçek Ersanlı ve Çabuker tarafından (2015) “Diğerkâmlık Ölçeğinin Psikometrik Özellikleri” başlıklı makalesinden alınmıştır. Ölçek toplam 15 sorudan ve tek boyuttan oluşmaktadır. Özveri alt boyutu 15 ifade ile ölçülmektedir. Ölçekteki ifadelerin tümü 5’li Likert Ölçeğine göre; 1’den (“Kesinlikle katılmıyorum”), 5’e (“Kesinlikle katılıyorum”) kadar derecelendirilmiştir.

## 5.2. Bulgular

### 5.2.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Ankete katılanların %37’si (n=40) Kadın ve %63’ü (n=68) ise Erkek’tir. Ayrıca katılımcıların %36,1’i 26-30 yaş arasında (n=39), %24,1’i 31-35 yaş arasında (n= 26), %15,7’si 41 yaş ve üzeri (n=17), %13’ü 36-40 yaş arasında (n=14) ve son olarak %11,1’i 21-25 yaş arasında (n=12) sahip oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların %63’ü (n=68) evli ve %37’si (n= 40) ise bekârdır.

Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında ise %35,2 (n=38) lise mezunu, %29,6 (n=32) ön lisans, %28,7 (n=31) Lisans ve %6,5 (n=7) Lisansüstü eğitime sahip oldukları görülmektedir.

Mesleki deneyim açısından katılımcıların %21,3’ü (n=23) 1 yıldan daha az mesleki deneyime sahipken, %19,4’ü (n=21) 1-5 Yıl, %25,9’u (n=28) 6-10 Yıl, %24,1’i (n=26) 11-15 Yıl ve %9,3’ü (n=10) 16 yıldan daha fazla mesleki deneyime sahiptirler.

**Tablo 1:** Örneklemin Demografik Dağılım Durumu

	<i>f</i>	%
<b><i>CİNSİYET</i></b>		
Kadın	68	63
Erkek	40	37
<b><i>YAŞ</i></b>		
21-25	12	11,1
26-30	39	36,1
31-35	26	24,1
36-40	14	13
41+	17	15,7
<b><i>EĞİTİM DURUMU</i></b>		
Lise	38	35,2
Ön Lisans	32	29,6
Lisans	31	28,7
Lisans Üstü	7	6,5
<b><i>MESLEKİ DENEYİM</i></b>		
1 Yıldan az	23	21,3
1-5 yıl	21	19,4
6-10 yıl	28	25,9
11-15	26	24,1
16 +	10	9,3

### 5.2.2. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerliliklerine İlişkin Bulgular

Hair ve meslektaşlarına (2009) göre, yapı güvenilirliği (CR) için, faktör yük kare ortalaması (AVE – Açıklanan Varyans) değeri 0,5’den büyük ve CR değeri 0,7’den büyük olmalıdır. Her bir örtük değişken AVE’si tavsiye edilen minimum eşik olan 0,50 değerini karşılamaktadır. Bütün birleşik güvenilirlik (Composite Reliability) değeri tavsiye edilen 0,70 seviyesini geçmektedir. Özet olarak, bu yapı geçerliliği değerleri, bütün belirleyicilerin ilgili örtük değişkenin faktör yükleri ile iyi tanımlandığını göstermektedir (Çoskun ve Mardikyan, 2016: 139).



**Tablo 2:** Ölçeklere Açıklayıcı Faktör Analizlerine İlişkin Sonuçlar

Faktörler	İfadeler	Standart Yükler	Cronbach' $\alpha$	Açıklanan Ortalama Varyans (AVE)	CR
Sosyal İnovasyon	SOSINV8	0,866	0,93	0,617	0,906
	SOSINV5	0,866			
	SOSINV1	0,857			
	SOSINV9	0,853			
	SOSINV4	0,840			
	SOSINV2	0,838			
	SOSINV6	0,785			
	SOSINV3	0,739			
	SOSINV7	0,735			
Özgecilik	ALTR1	0,775	0,81	0,503	0,784
	ALTR 2	0,708			
	ALTR 5	0,689			
	ALTR 9	0,584			
	ALTR 4	0,554			
	ALTR 13	0,542			
	ALTR 7	0,542			
	ALTR 8	0,518			
	ALTR 10	0,507			
	ALTR 11	0,497			
	ALTR 12	0,434			

Analiz sonucunda, Sosyal İnovasyon ölçeğindeki 9 nolu ifade ile özgecilik ölçeğindeki 3, 6, 7, 12, 13, 14 nolu ifadeler, ölçek güvenilirliğini düşürdüklerinden analizlere dahil edilememiştir.

Ölçeklerdeki ifadeler için yapılan açıklayıcı faktör analizinden sonra, ölçek güvenilirliğini daha iyi test edebilmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Sosyal İnovasyon değişkenine ait DFA analizine ilişkin sonuçlar ise Tablo 3'de sunulduğu gibidir.

**Tablo 3:** Sosyal İnovasyon Ölçeği İçin Yapılan DFA Analizi Sonuçları

	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	CFI	GFI	TLI	RMSEA	PNFI	AGFI
<b>Kabul Edilebilir Değerler</b>	n/a	n/a	< 3.0	> 0.9	> 0.9	> 0.9	< 0.08	>0.5	>0.9
<b>Modelin Değerleri</b>	28,658	19	1,508	0,984	,939	0,977	0,69	0,648	0,884

Yapılan DFA analizinde ortaya çıkan yapının güvenilirliğini tespit edebilmek üzere;  $\Delta X^2$ =Ki-kare istatistiği,  $df$ =Serbestlik derecesi, **RMSEA** (Root Mean Square Error of Approximation: Tahminin ortalama karekök hatası), **CFI** (Comparative Fit Index: Karşılaştırılmalı uyum indeksi), **GFI** (Goodness of Fit Index), **TLI** (Tucker-Lewis Index: Tucker Lewis indeksi) ve **AGFI** (Adjusted Goodness Fit Indices: Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi) indeksleri kullanılmıştır (Bentler ve Yuan 1999; Bryne, 2010; Arbuckle, 2007; Tabachnick ve Fidell, 2007; Browne ve Cudeck, 1993; Baumgartner ve Homburg, 1996; Hu ve Bentler 1999; Hair vd, 2009).

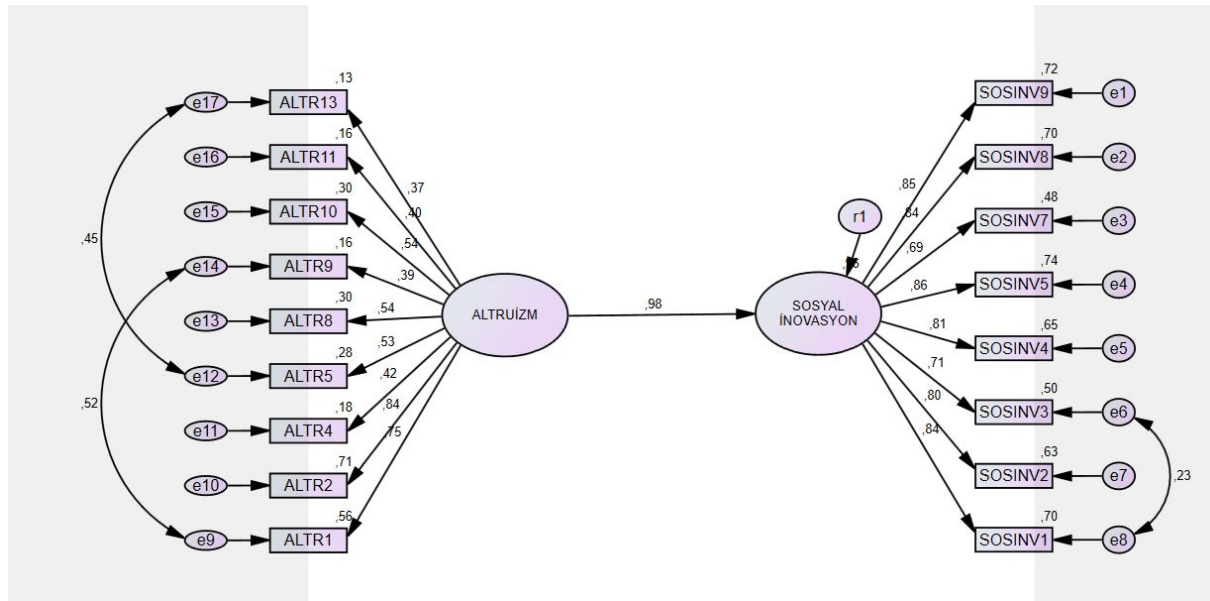
**Tablo 4:** Özgecılık İçin Yapılan DFA Analizi Sonuçları

	$x^2$	df	$x^2/df$	CFI	GFI	TLI	RMSEA	PNFI	AGFI
<b>Kabul Edilebilir Değerler</b>	n/a	n/a	< 3.0	> 0.9	> 0.9	> 0.9	< 0.08	>0.5	>0.9
<b>Modelin Değerleri</b>	91,650	61	1,502	0,958	0,914	0,963	0,68	0,658	0,887

### 5.2.3. Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Bulgular

Örneklemdaki bireylerin özgeci davranış düzeylerinin, onların sosyal inovasyon eğilimlerini etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa, bu etkinin gücünü tespit edebilmek ve araştırmanın ana hipotezini test edebilmek amacıyla gerçekteştirilen Basit Yapısal Eşitlik Modellemesi sonrasında, Tablo 5'te sunulan araştırma modeli elde edilmiştir. Ortaya çıkan bu modelin araştırma hipotezini destekleme düzeyini tespit edebilmek için ise uyum iyiliği değerleri (Goodness-of-fit indices) incelenmiştir.

**şekil 2:** Özgeci Davranış ve Sosyal İnovasyon Eğilimi Değişkenleri İçin Gerçekteştirilen Basit Yapısal Eşitlik Modellemesi Sonuçları



şekil 2’de görüldüğü gibi, ankete katılan bireylerin özgeci davranış düzeyleri, sahip oldukları sosyal inovasyon eğilimlerini 0,98 oranında son derece güçlü ve anlamlı düzeyde ( $\beta=0,98$ ,  $p<0,05$ ) etkilemektedir.

**Tablo 5:** Araştırma Modelinin Uyum İyiliği Değerleri

	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	CFI	GFI	TLI	RMSEA	PNFI	AGFI
<b>Kabul Edilebilir Değerler</b>	n/a	n/a	< 3.0	> 0.9	> 0.9	> 0.9	< 0.08	>0.5	>0.9
<b>Modelin Değerleri</b>	163,391	115	1,421	0,954	0,851	0,946	0,631	0,730	0,841

**Tablo 6:** Araştırmanın Etki Hipotezinin Test Sonuçları

		Estimate	S.E.	C.R.	P
<b>H1</b>	Özgeci Davranış → Sosyal İnovasyon	0,981	0,089	9,028	***

Tablo 6’daki sonuçlar incelendiğinde, kurulan model ile ortaya çıkan yapı, araştırmanın ana hipotezi güçlü düzeyde desteklediği görülmektedir. Dolayısıyla H1 hipotezi kabul edilmiştir.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Bugünün sürekli değişen pazar koşullarında rekabet üstünlüğü sağlamak şöyle dursun, hayatta kalabilmek için bile ciddi çaba harcamak gerektirdiği bilinen bir gerçektir. Değer üretebilmek üzere yepyeni fikir, yöntem ve süreçlerin keşfinin temel yakıt olarak kullanıldığı bu ortamda, organizasyonlar rekabet üstünlüğü elde edebilmek için kıyasıya yarışmaktadırlar. Bu yarışta organizasyonları öne geçirebilecek potansiyel güç kaynaklarından birisi olarak gösterilen yeteneklerden biri de organizasyonda çalışan bireylerin sosyal inovasyon yaratabilme kabiliyetidir. Birer sosyal sistem olarak organizasyonlar, çalışanlarını bu yönde harekete geçirmeyi başarabilmenin, onları rekabet yarışında üst sıralara taşıyacak tek çıkar yol olduğunu kabullenmiş durumdadırlar. Bu nedenle örgüt yapıları, başlarda her ne kadar teknoloji ve çevreye göre tasarlanıyor gibi görünse de dikkatle düşünüldüğünde, aslında bunun daha derinin de organizasyonların “çalışanlara göre”; onların içlerinde taşıdıkları potansiyel gücü açığa çıkaracak en elverişli koşulları yaratabilecek şekilde tasarlandığı rahatlıkla görülecektir. Organizasyonların yalın hale getirilmesi, kademe azaltma, personel güçlendirme, kendi kendini yöneten takımların özendirilmesi, dış kaynaklardan yararlanma uygulamaları, temel yeteneğe odaklanma, küçülme çabaları, adhokratik ve esnek yapıların, hatta holokrasi uygulamalarının her biri, aslında derinlerde yatan bu gerçeğin birer kanıtı olarak gösterilebilir. Bu postmodern organizasyon tasarımlarının amacı “organizasyonu” değil, aslında organizasyona sürekli değişen çalkantılı çevre koşullarına uyum kabiliyeti kazandırabilecek “insan kaynağını” harekete geçirebilmektir.

Araştırmalarda (Saracli vd., 2014; Harrison, 1986:1319; Becker, 1981:15) organizasyon çalışanlarını harekete geçirmede, dışsal ödüllerdense içsel ödüllerin çok daha güçlü bir etkiye

sahip olduğu vurgulanmaktadır. Çalışma mantığının özünde “içsel ödül” elde etme amacının açık bir biçimde yer aldığı özel bir davranış biçimi olan özgecilik konusunun, bugün sadece organizasyonların değil, tüm sosyal birliktelik ve oluşumların omurgası sayılabilecek bir niteliğe sahip olduğunu, hatta toplulukları bir arada tutan bir tür “sosyal yapıştırıcı” olduğunu söylemek mümkündür. Bu çalışmada ise, organizasyonlarda sosyal inovasyon gibi bir güç kaynağını uyandırmada özgecilik olgusunun bir uyarıcı olarak görülüp görülemeyeceği konusu tartışılmış ve araştırılmıştır.

Araştırma örneklemini oluşturmak için istatistiksel olarak yeterli sayıda (108) çalışanın katılım sağladığı bu araştırmanın temel hipotezi, bireylerin özgeci davranış düzeylerinin, sosyal inovasyon eğilimlerini olumlu yönde etkilediğidir. Bu hipotezi test üzere yürütülen araştırmada; öncelikle veri toplamada kullanılacak araçların açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleriyle geçerlilik ve güvenilirliklerinin yeterli düzeyde olduğu edilmiştir (Cronbach’s Alpha değerleri; Özgecilik ölçeği için 0,906 ve Sosyal İnovasyon Ölçeği için 0,784 olarak hesaplanmıştır). Bu ölçekler yardımıyla örneklemden toplanan veriler ise RMSEA, CFI, GFI, TLI, AGFI gibi uyum indisleri yardımıyla değerlendirilen Basit Yapısal Eşitlik Modellemesi yöntemiyle analiz edilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda araştırmaya katılan bireylerin özgeci davranış düzeylerinin, sahip oldukları sosyal inovasyon eğilimlerini 0,98 oranında; olumlu yönde, son derece güçlü ve anlamlı düzeyde ( $\beta=0,98$ ,  $p<0,05$ ) etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulgu, bireylerin özgeci davranma düzeylerinin, sosyal inovasyon eğilimleri üzerinde neredeyse tek başına bir belirleyici güce sahip olduğunu göstermektedir. O halde, bu araştırmadan elde edilen bulgulara bakılarak; bireyin başkaları için gönüllü olarak fedakârlık yapabilme isteğinin, ait oldukları topluluk için değer üretebilecek yenilikler yapabilme eğilimlerini tek başına güçlü biçimde etkilediği söylenebilir. Böyle bir bulgu, bilhassa takım çalışmalarının üstün başarılarına şahitlik eden günümüz dünyasında, “özgecilik” gibi güçlü bir güdüleyicinin, insan kaynaklarının seçimi, eğitimi ve yönetimi konusunda öncelikli olarak ele alınması, hatta bu alanda uygulanabilecek bir strateji olarak üzerinde durulması gerekliliğine işaret etmektedir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçların, gelecekte farklı örneklemeler üzerinde yapılacak araştırmalarla da desteklenmesi halinde; özgeci davranışın özendirilmesi hususunun sadece organizasyonlar için “kurumsal bir strateji” olarak değil, bir toplum için çağdaşlaşma yolunda hayati önem taşıyan yenilik ve yaratıcılık kapasitesinin güçlendirilmesi konusunda, tüm eğitim-öğretim birimlerinin ve sosyal oluşumların tamamı için “sosyal bir strateji” olarak kullanılması gerekliliğinin altı çizilmiş olacaktır.

## Kaynakça

- Abasolo, Ignacio & Aki Tsuchiya (2014) “Egalitarianism and altruism in health: some evidence of their relationship”, *International Journal for Equity in Health*, 13(13):1-10.
- Andreoni, James & Justin M. Rao (2011) “The power of asking: How communication affects selfishness, empathy, and altruism”, *Journal of Public Economics*, 95, 513-520.
- Arave, Wesley Allen & Michael Gurven & Kim Hill (2008) “Reciprocal altruism, rather than kin selection, maintains nepotistic food transfers on an Ache reservation”, *Evolution and Human Behavior*, 29, 305-318.
- Arbuckle, J. L. (2007) *Amos™ 16.0 User’s Guide*, U.S.A.: Amos Development Corporation.
- Barclay, Pat (2004) “Trustworthiness and competitive altruism can also solve the ‘tragedy of the commons’”, *Evolution and Human Behavior*, 25, 209-220.

- Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modelling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161.
- Bentler, P.M., & Yuan, K. H. (1999). Structural equation modelling with small samples: Test statistics. *Multivariate Behavioral Research*, 34(2), 181-197.
- BM Byrne, *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*, Routledge, 2nd ed., New York 2010, pp.77; pp. 207.
- Browne, M.W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In: Bollen, K.A., & Long, J.S. (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136-162). Beverly Hills, CA: Sage
- Bulut, Cagri, Hakan Eren ve Duygu Seckin Halac (2013) "Social Innovation and Psychometric Analysis" *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82, 122-130.
- Burns, David J., Jane S. Reid, Mark Toncar, Jeffrey Fawcett ve Cynthia Anderson (2006) "Motivations to volunteer: The role of altruism", *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 3(2):79-91.
- Carlo, Gustavo ve Brandy Randall (2002) "The Development of a Measure of Prosocial Behaviors for Late Adolescents", *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1):31-44.
- Coşkun M, Mardikyan S. (2016), Çevrimiçi Ölçme ve Değerlendirme Sistemlerinin Gerçekleşen Kullanımını Belirleyici Faktörler: Bir Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) Çalışması, *Eğitim ve Bilim*, 41(188):131-152.
- Dacin, M. Tina & Peter A. Dacin (2011) "Social Entrepreneurship: A Critique and Future Directions", *Organization Science*, 22(5), 1203-1213.
- Dainiene, Rasa & Lina Dagiliene (2015) "A TBL Approach Based Theoretical Framework for Measuring Social Innovations", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 275-280.
- Danielli, James F. (1980) "Altruism and the internal reward system or the opium of the people", *Journal of Social and Biological Structures*, 3(2):87-94.
- Dutta, Jayasri ve Philippe Michel (1998) "The Distribution of Wealth with Imperfect Altruism", *Journal of Economic Theory*, 82, (379-404).
- Eisenberg, Nancy & Paul A. Miller (1987) "The Relation of Empathy to Prosocial and Related Behaviors", *Psychological Bulletin*, 101(1):91-119.
- Ellis, Tania (2010) *The New Pioneers: Sustainable business success through social innovation and social entrepreneurship*, United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Ersanlı, K, Çabuker N. D. (2015), Diğerkamlık Ölçeğinin Psikometrik Özellikleri, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Kış-2015. 14(52):043-053.
- Fehr, Ernst & Joseph Henrich (2003) "Is Strong Reciprocity a Maladaptation? On the Evolutionary Foundations of Human Altruism", Working Paper, Center for Economic Studies & Ifo Institute for Economic Research CESifo.
- Fletcher, Jeffrey A. & Martin Zwick (2006) "Unifying the Theories of Inclusive Fitness and Reciprocal Altruism", *The American Naturalist*, 168(2), 252-262.
- Garling, Tommy, Satoshi Fujii, Anita Garling & Cecilia Jakobsson (2003) "Moderating effects of social value orientation on determinants of proenvironmental behavior intention", *Journal of Environmental Psychology*, 23, 1-9.

- Gintis, Herbert, Samuel Bowles, Robert Boyd & Ernst Fehr (2003) "Explaining altruistic behavior in humans", *Evolution and Human Behavior*, 24, 153-172.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7. bs.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Have, Robert P. van der & Luis Rubalcaba (2016) "Social innovation research: An emerging area of innovation studies?", *Research Policies*, 45, 1923-1935.
- Hernandez, Yaheli & Kathryn Cormican (2016) "Towards the Effective Management of Social Innovaiton Projects: Insights from Project Management", *Procedia Computer Science*, 100, 237-243.
- Herrera, Maria Elena Baltazar (2015) "Creating competitive advantage by institutionalizing corporate social innovation", *Journal of Business Research*, 68, 1468-1474.
- Holmgren, Robin A., Nancy Eisenberg & Richard A. Fabes (1998) "The Relations of Children's Situational Emphaty-related Emotions to Dİspositional Prosocial Behavior", *International Journal of Behavioral Development*, 22(1):169-193.
- Hu, L., & Bentler, P.M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1):1-55.
- Ims, Knut J. & Laszlo Zsolnai (2014) "Ethics of social innovation", *Society and Business Review*, 9(2), 186-194.
- Işık, C. ve Aydın, E. (2017). "Kişisel Değerlerin Sosyal Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Turizm Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6(2):131-156.
- Joireman, Jeffrey, Terell P. Lasane, Jennifer Bennett, Diana Richards & Salma Solaimani (2001) "Integrating social value orientation and the consideration of future consequences within the extended norm activation model of proenvironmental behaviour", *British Journal of Social Psycgology*, 40(1), 133-155.
- Kerkman, Dennis D. & Andrew T. Johnson (2014) "Challenging Multiple-Choice Question to Engage Critical Thinking", *Insight: A Journal of Scholarly Teaching*, 9, 92-97.
- Koç, O. (2010) "Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(2):205-212.
- Korchmaros, Josephine D. & David A. Kenny (2001) "Emotional Closeness as a mediator of Effect of Genetic Relatedness on Altruism", *Psychological Science*, 12(3):262-265.
- Lee, Choong-Ki, Yvette Reisinger, Myung Ja Kim & Seol-Min Yoon (2014) "The influence of volunteer motivation on satisfaction, attitudes, and support for a mega-event" *Internaitonal Journal of Hospitality Management*, 40, 37-48.
- Liebrand, Wim B. G. & Charles G. McClintock (1988) "The ring measure of social values: a computerized procedure for assessing individual differences in information processing and social value orientation", *European Journal of Personality*, 2(3), 217-230.
- Mair, Johanna & Ignasi Marti (2006) "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight", *Journal of World Business*, 41, 36-44.
- Martin, Roger L. & Sally Osberg (2007) "Social Entrepreneurship: The Case for Definition", *Stanford Social Innovation Review*, Spring, 28-39.

- Morgan, Susan E. & Jenny K. Miller (2002) “Communicating About Gifts of Life: The Effect of Knowledge, Attitudes, and Altruism on Behavior and Behavioral Intentions Regarding Organ Donation”, *Journal of Applied Communication Research*, 30(2):163-178.
- Moulaert, Frank, Flavia Martinelli, Erik Swyngedouw & Sara Gonzalez (2005) “Towards Alternative Model(s) of Local Innovation”, *Urban Studies*, 42(11):1969-1990.
- Mulgan, Geoff, Simon Tucker, Rushanara Ali & Ben Sanders (2007) *Social Innovation: What It is, Why It Matters and How It can be Accelerated*, Basingstoke Press.
- Mulgan, Geoff (2015) “The Study of Social Innovation: Theory, Practice and Progress”, *New Frontiers in Social Innovation Research*, ed. Alex Nicholls, Julie Simon ve Madeleine Gabriel, UK: Palgrave Macmillian, x-xviii.
- Ner, Avner Ben & Amit Kramer (2011) “Personality and altruism in the dictator game: Relationship to giving to kin, collaborators, competitors, and neutrals”, *Personality and Individual Differences*, 51, 216-221.
- Özmete, E. ve Akgül Gök, F. (2015) “Sürdürülebilir Kalkınma için Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi”, *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 26(2):127-143.
- Saifan, Samer Abu (2012) “Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries”, *Technology Innovation Management Review*, 2, 22-27.
- Seğkin Halaç, D., Eren, H. ve Bulut, Ç. (2015). Sosyal Yenilikçilik: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32 (1), 165-190. DOI: 10.17065/huiibf.48390
- Small, Deborah A. & George Loewenstein (2003) “Helping a Victim or Helping the Victim: Altruism ve Identifiability”, *The Journal of Risk and Uncertainty*, 26(1), 5-16.
- Stebbins, Robert A. (2015) *Leisure and Motive Volunteer: Theories of Serious, Casual, and Project-Based Leisure*, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Tabachnick, B. G., & L. S. Fidell, Using Multivariate Statistics (5th ed.), Allyn and Bacon, New York 2007.
- Takano, Masanori, Kazuya Wada & Lehiro Fukuda (2016) “Reciprocal Altruism-based Cooperation in a Social Network Game”, *New Generation Computing*, 34, 257-271.
- Tan, Wee-Liang, John Williams & Teck-Meng Tan (2005) “Defining the ‘Social’ in ‘Social Entrepreneurship’: Altruism and Entrepreneurship”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 353-365.
- Wang, Chih-Chien & Chia-Hsin Wang (2008) “Helping Others in Online Games: Prosocial Behavior in Cyberspace”, *CyberPsychology & Behavior*, 11(3), 344-346.
- Waytz, Adam, Jamil Zaki & Jason P. Mitchell (2012) “Response of Dorsomedial Prefrontal Cortex Predicts Altruistic Behavior”, *The Journal of Neuroscience*, 32(22), 7646-7650.
- Weiss, Raquel & Paulo Peres (2014) “Beyond the Altruism-Egoism Dichotomy: A New Typology to Capture Morality as a Complex Phenomenon” *The Palgrave Handbook of Altruism, Morality, and Social Solidarity*, ed. Vincent Jeffries, 71-97.
- West, Stuart A. & Andy Gardner (2010) “Altruism, Spite, and Greenbeards”, *Science*, 327, 1341-1344.

Westley, Frances & Nino Antadze (2010) “Making a Difference Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact”, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15(2):1-20.

Yamane, T., 1967. *Statistics: An Introductory Analysis*, 2nd edition, New York: Harper and Row



## EXTENDED ABSTRACT

### **A Survey on Investigation of Tendency of the Social Innovation on Centreline of the Altruistic Behaviour**

First conceptualized by French philosopher Auguste Comte as the opposite of egoism, altruism refers to one's voluntary and unselfish devotion for others without any expectation of rewards. Thus, altruistic behaviour represents a prosocial tendency to understand others' opinions and experiences. In literature, even though the term is mostly discussed by biologists, altruism is studied by other disciplines as well such as psychology, management, theology, education, health and sports. It should be noted, however, that there is no universal agreement on the definition of the concept among scholars.

In simple terms, social innovation is defined as the production of new ideas in order to achieve social goals. Social innovation may take the form of a product, process or technology, idea, principle, social movement and intervention or a combination of all. In essence, it refers to the efforts to meet societal needs and solve social problems when traditional methods fail to provide solutions for issue areas like education, social life, obesity and children's healthcare. By creating a novel social value or a change, such efforts pave the way for social development and renewal, thereby enabling the tacit evolution of society.

Drawing links between altruism and social innovation, this study hypothesizes that there is a positive correlation between individuals' altruistic behaviour levels and their social innovation tendencies. Before testing the hypothesis, we first measured the validity and reliability levels of data collecting instruments by applying exploratory and confirmatory factor analysis. The values of Cronbach's Alpha for scales of Altruism and Social Innovation are .906 and .784, respectively. We analysed the data by applying Simple Structural Equation Modelling method and using RMSEA, CFI, GFI, TLI and AGFI fit indices.

We find that there is a strong and statistically significant correlation between altruistic behaviour levels of individuals and their social innovation tendencies ( $\beta=0,98, p<0,05$ ). Our findings point that the level of individuals' altruistic behaviour has a very decisive role on their social innovation tendencies. Thus, we can conclude that one's voluntary and unselfish devotion for others has a strong effect on his/her tendency to make innovations that can create extra value for society. In addition, given the important role of effective teamwork as a key to success in today's world, our findings suggest that altruism as a powerful incentive should be prioritized and discussed strategically in terms of selection, training and management of human resources. To generalize our findings, the links between altruism and social innovation need further investigation in different settings. Similar findings will emphasize the role of promotion of altruistic behaviour as an institutional strategy for organizations and as a social strategy for society.