

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SOSYAL SERMAYE VE ÖZÜMSEME KAPASİTESİNİN
TUTUMLU İNOVASYON ÜZERİNE ETKİSİ

HANDE UZUN

YÜKSEK LİSANS TEZİ
STRATEJİ BİLİMİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: PROF. DR. SALİH ZEKİ İMAMOĞLU

TEMMUZ 2024

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜST EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SOSYAL SERMAYE VE ÖZÜMSEME KAPASİTESİNİN
TUTUMLU İNOVASYON ÜZERİNE ETKİSİ

HANDE UZUN

YÜKSEK LİSANS TEZİ
STRATEJİ BİLİMİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: PROF. DR. SALİH ZEKİ İMAMOĞLU

TEMMUZ 2024

T.R.
GEBZE TECHNICAL UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL

**THE IMPACT OF THE SOCIAL CAPITAL AND ABSORPTIVE
CAPACITY ON FRUGAL INNOVATION**



HANDE UZUN

A THESIS OF MASTER OF SCIENCE
SCIENCE OF STRATEGY DEPARTMENT

ADVISOR: PROF. DR. SALİH ZEKİ İMAMOĞLU

JULY 2024



YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU

GTÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulunun 01/07/2024 tarih ve 2024/33 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 10/07/2024 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Hande UZUN'un tez çalışması STRATEJİ BİLİMİ Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : Prof. Dr. Salih Zeki İMAMOĞLU

ÜYE

: Prof. Dr. Hüseyin İNCE

ÜYE

: Prof. Dr. Erkut ALTINDAĞ

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulunun

...../...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

ÖZET

Firmalar son dönemde geleneksel üretim faktörlerinin dışında farklı bir olgunun büyüme hızlarına pozitif yönde etki ettiğini fark ederek bunun üzerinde durmaya başlamışlardır. Bu olgu içerisinde iş birliği ve güveni öncül olarak barındıran sosyal sermaye olgusudur. Firmalar sektörde veya firma içerisinde meydana gelen değişimi ve fırsatları takip edebilecek sosyal ilişkilere sahip olmalıdır ve bunları yönetebilmelidir. Ancak bu şekilde pazarda hâkimiyeti sağlayabilir. Çünkü teknolojiyle birlikte dünya küçük bir köy haline gelmiş bulunmaktadır. Firmalar nezdinde de bu global dünyada iş birliği içerisinde hareket edilmesinin kalkınmanın önündeki engelleri aştığı ve yeni fikirlerin ortaya çıkışını kolaylaştırdığı görülmektedir. Böylelikle de toplum yararına oluşan bir hareket haline gelmektedir. Aynı zamanda firmaların sahip oldukları bilgilerle edinmiş oldukları bilgileri kendi için fayda sağlayacak hale dönüştürebilme kabiliyetine özümseme kapasitesi denir. Firmalar varlıklarını devam ettirebilmek adına yeni bilgi edinme ve bu bilgiyi var olan bilgiyle ve firmanın her bir zerresiyle entegre hale getirme, fayda sağlama, yeni bilgiler oluşturma yani özümseme kapasitesinin aktif olarak kullanılıyor olması gerekmektedir. Özümseme kapasitesi de sosyal bir olgudur. Ayrıca kalkınmaya bir diğer etkide inovasyonlardır. Tutumlu inovasyon; ekonomiklikle birlikte ergonomik, sürdürülebilir çözümler sunan başta ihtiyaçların karşılanamadığı gelişmemiş ekonomilerde kendini gösteren şimdilerde ise gelişmiş ekonomilerde de geçerli hale gelmiş bir inovasyon türüdür.

Bu çalışmanın amacı sosyal sermaye, özümseme kapasitesi ve tutumlu inovasyon arasındaki ilişkileri araştırmaktır. Bu amaç doğrultusundan Kocaeli’nde bulunan imalat sektöründeki firmalarda görev yapan 309 yöneticiden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Yapılan analizler neticesinde sosyal sermaye boyutlarından ilişkisel ve bilişsel sosyal sermayenin özümseme kapasitesi ile ve yapısal sosyal sermaye ile tutumlu inovasyon arasında pozitif ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca özümseme kapasitesi ile tutumlu inovasyonun da pozitif ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye, Özümseme Kapasitesi, Tutumlu İnovasyon

ABSTRACT

Recently, companies have realized that a phenomenon other than traditional production factors positively impacts their growth rates and have begun to focus on it. This phenomenon is social capital, which includes cooperation and trust as premises. Companies, both within the sector and internally, must have the capacity to follow changes and opportunities that arise within social markets and manage them. Only in this way can they dominate the market. With technology making the world a small village, it is seen that companies act cooperatively in this global world, overcoming external obstacles to development and facilitating the emergence of new ideas. Thus, it becomes a movement benefiting society. Additionally, companies' ability to transform both existing and acquired information into something beneficial for themselves is called absorptive capacity. To sustain their existence, companies must actively acquire new information, integrate it with existing knowledge throughout the company, derive benefits from it, and create new knowledge this process is known as absorptive capacity. Absorptive capacity is also a social phenomenon. Another factor influencing development is innovation. Frugal innovation is a type of innovation that offers economical, ergonomic, and sustainable solutions. It first appeared in underdeveloped economies where needs were unmet and has now become relevant in developed economies.

The aim of this study is to investigate the relationships between social capital, absorptive capacity, and frugal innovation. For this purpose, data were collected via surveys from 309 managers working in the manufacturing sector in Kocaeli. The analyses revealed a positive relationship between the social capital dimensions of relational and cognitive social capital and absorptive capacity, as well as between structural social capital and frugal innovation. It was also found that absorptive capacity and frugal innovation are positively related.

Keywords: Social Capital, Absorptive Capacity, Frugal Innovation

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans eğitimim hayatım boyunca bilgi ve birikimiyle yoluma ışık tutan, desteğini esirgemeyen kıymetli danışmanım Prof. Dr. Salih Zeki İMAMOĞLU'na çok teşekkür ederim.

Tezimin analiz aşamasında sağladığı destek için Dr. Hülya TÜRKCAN'a ve Yüksek Lisans eğitimimde katkıları olan başta Doç. Dr. Serhat ERAT'a ve akabinde tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Göstermiş oldukları özveri ve manevi destek için canım kızım Hüma İlknur Uzun'a ve canım oğlum Ertuğrul Han Uzun'a, hayatım boyunca her konuda yanımda olan bir tanecik annem Fatma Satır'a, her daim övgü dolu sözleriyle beni onore eden ve motivasyonumu sağlayan babam Hüseyin Satır'a, ihtiyacım olduğu her an yanımda olan kardeşim İsmail Satır'a ve kıymetli dostum Melek Ataman'a çok teşekkür ederim. Ayrıca eşim Gökhan Uzun'a ve kardeşim Tuğbanur Satır'a şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TEŞEKKÜR.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xi
TABLolar DİZİNİ	xii
1. GİRİŞ	1
2. LİTERATÜR TARAMASI.....	4
2.1. Sosyal Sermaye	4
2.1.1. Sosyal Sermayenin Tarihsel Süreci.....	4
2.1.2. Sosyal Sermayenin Tanımı ve Kapsamı.....	6
2.1.3. Sosyal Sermayenin Boyutları	9
2.1.3.1. Yapısal Sosyal Sermaye	10
2.1.3.2. Bilişsel Sosyal Sermaye	11
2.1.3.3. İlişkisel Sosyal Sermaye.....	12
2.1.4. Sosyal Sermayenin Unsurları	12
2.1.4.1. Sosyal Ağlar	13
2.1.4.2. Normlar	14
2.1.4.3. Güven	15
2.2. Özümseme Kapasitesi	16
2.2.1. Özümseme Kapasitesinin Tarihsel Süreci ve Tanımı	17
2.2.2. Özümseme Kapasitesinin Boyutları	20
2.2.3. Özümseme Kapasitesinin Temel Modelleri	23
2.2.4. Özümseme Kapasitesini Etkileyen Faktörler	24
2.3. Tutumlu İnovasyon	25
2.3.1. Tutumlu İnovasyon Tanımı ve Kapsamı	26
2.3.2. Tutumlu İnovasyon Kriterleri.....	30

2.3.3. Tutumlu İnovasyon Boyutları	31
3. HİPOTEZ GELİŞTİRME	34
3.1. Sosyal Sermaye ve Özümseme Kapasitesi İlişkisi.....	34
3.2. Sosyal Sermaye ve Tutumlu İnovasyon İlişkisi	35
3.3. Özümseme Kapasitesi ve Tutumlu İnovasyon İlişkisi	36
4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ	38
4.1. Araştırmanın Amacı	38
4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları.....	38
4.3. Örneklem ve Veri Toplama.....	39
4.4. Demografik Özellikler	40
4.5. Ölçüm Geçerliliği ve Güvenirliği.....	41
4.6. Hipotez Testleri.....	43
5. SONUÇ VE TARTIŞMA	45
KAYNAKLAR	47
ÖZGEÇMİŞ	56
TEZ ÇALIŞMASI KAPSAMINDA YAPILAN YAYINLAR.....	57
Ek-A: TEZ ÇALIŞMASINDA KULLANILAN ANKET FORMU.....	58

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

Ar-Ge	: Araştırma ve Geliştirme
H	: Hipotez
M.Ö.	: Milattan Önce
vd.	: ve diğerleri
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli



ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.1: Sosyal Sermaye Kavramı	8
Şekil 2.2: Sosyal Sermaye Boyutları	10
Şekil 2.3: Tutumlu İnovasyon Bağlamı	29
Şekil 3.1: Araştırma Modeli	37



TABLÖLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 2.1: Özümlseme Kapasitesinin Boyutları	22
Tablo 4.1: Demografik Özellikler.....	40
Tablo 4.2: DFA Sonuçları	41
Tablo 4.3: Korelasyon Analizi Sonuçları.....	43
Tablo 4.4: Hipotez Testi Sonuçları	44



1. GİRİŞ

Sosyal sermaye kavramı düşünce olarak çok eskilere dayanıyor olsa da 1990'lar sonrası karşımıza sıkça çıkan bir kavramdır. Fakat sıkça sosyal sermayeden bahsedildiği halde tam bir tanımının olmadığını da söylemek mümkündür. Sosyal sermaye kavramını ele alırken ünlü filozof Hanifan'ın söylediği gibi sermaye kelimesinin kastının menkul kıymetler olmadığını ifade etmek gerekir. Sosyal sermaye insan ilişkilerinin karşılıklı güven ve işbirliği içerisinde sürdürülürken oluşturduğu birikime denilmektedir. Ünlü düşünür Aristoteles'in söylediği “insan sosyal bir varlıktır” sözünden hareketle insanoğlunun varlık süresinin başından itibaren yaşamını sürdürürken birbiriyle etkileşim halinde olduğunu söylemek mümkün (Şan ve Şimşek, 2011). Haliyle insanoğlunun oluşturduğu bütün yapılarda canlı birer organizma gibi hareket halindedirler. Yani firmalarda gerek firma içerisinde gerek sektördeki veya sektör dışındaki paydaşlarıyla iletişim içerisinde olduklarıdır. Bu ilişkilerde oluşan bilgi akışı sosyal sermayeyi oluşturur. Bu iletişim güçlü veya zayıf olabilir. Ancak sosyal sermaye kavramından bahsederken önemli olan bazı unsurlara değinmek gerekir. Bunlar işbirliği ve güvendir. Sosyal sermaye aynı toplumsal grupla farklı toplumsal gruplar arasında güvene dayalı iletişimin yoğunluğu olarak da tanımlanabilir (Aslan, 2016). Paydaşlar arasında güvenli bağlarla kurulan işbirlikleri başta bireysel faydaya neden olurken sonrasında ortaya çıkacak argümanlar toplumsal faydayı sağlamaktadır. Yani insan yapısı gereği güven duyduğunda daha rahat hareket edebilen bir varlıktır ve toplumun birbirine güvendiği, işbirlikleri sağlandığında bugüne değil geleceği yatırımın daha kolay gerçekleştiği gözlemlenmektedir.

Tutumlu inovasyon kısıtlı kaynağa sahip tüketicilerin temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere geliştirilen bir inovasyon türüdür (Hossain, 2017; Zeschky vd., 2011) ve 2010 itibarıyla ilgi gören bir kavramdır (Knorringer vd., 2016). Bu kapsamda yoksulluk ve eşitsizlik gibi sosyal sorunların çözümüne yönelik kritik bir girişim olmakla birlikte aynı zamanda sürdürülebilirliğe de katkı sunmaktadır (Agarwal ve Brem, 2017). Nitekim günümüzde küresel anlamda dikkat çeken en önemli zorluklardan biri artan dünya nüfusunun temel ihtiyaçlarının karşılanması ve bu yapılırken kaynak kıtlığının

dikkate alınarak, çevreye zarar vermeden yapılmasıdır (Prabhu, 2017). Ayrıca pandemiyle birlikte daha az kaynakla yüksek verimliliğe ulaşmak için bir çözüm olarak firmalar daha fazla tutumlu inovasyonu benimsemeye başlamıştır (Govindan, 2024). Ancak henüz yeni bir kavram olması sebebiyle mevcut literatür tutumlu inovasyon geliştirebilmek için örgütsel anlamda gerekli faktörleri açıklama konusunda kısıtlı bilgi sunmaktadır (Levänen vd., 2022; Niroumand vd., 2020; Ploeg vd., 2021).

Firmaların başarılı tutumlu inovasyonlar geliştirmeleri için pazarı çok iyi tanımaları ve iş çevreleriyle ilişkilerine dikkat etmeleri gerekmektedir (Hossain, 2018). Çünkü çevreyle olan yakın ilişkiler, kaynaklara ulaşmaya, belirsizlikleri azaltmaya ve dolayısıyla riskleri de düşürmeye yardımcı olur (Xuecheng ve Iqbal, 2022). Öyle ki sosyal sermaye firmaların her türlü inovasyon girişiminde hayati rol oynayan maddi olmayan bir varlık olarak ifade edilmektedir (Pylypenko vd., 2023). Bu kapsamda tutumlu inovasyon geliştirmek için de güçlü sosyal ağlara sahip olmak kritik önem taşımaktadır (Soni ve Krishnan, 2014). Nitekim tedarikçilerle ilişkiler tutumlu inovasyonda maliyetlerin azaltılmasına, rakiplerle ilişkiler tutumlu inovasyon için iş birliklerine ve üniversitelerle ilişkiler tutumlu inovasyon geliştirmek için gerekli bilgi ve kaynaklara ulaşmaya katkı sağlamaktadır (Xuecheng ve Iqbal, 2022). Ancak literatürde sosyal sermayenin çeşitli inovasyon türleriyle ilişkilerini inceleyen pek çok çalışma olmasına rağmen, tutumlu inovasyonla olan ilişkisi kısıtlı olarak ele alınmıştır.

Firmaların tutumlu inovasyon yapabilmek için, maliyet ve işlevsellik açısından sorunlara çözüm bulabilmek amacıyla yeni fırsatları fark etmesi, yeni pazar ve pazar yaklaşımlarını anlaması ve tutumlu inovasyon için gerekli süreçleri benimseyebilmek amacıyla yeni faaliyetleri öğrenmesi gerekmektedir (Berndt vd., 2023). Yani tutumlu inovasyon için pek çok bilginin anlaşılması önemli olmakla birlikte bu bilgiler tutumlu inovasyon için karar süreçlerini de geliştirmektedir. Özümseme kapasitesi çevreden bilgi edinilmesini sağlayan bir yetenek olarak, firmanın bilgi altyapısını güçlendirmekte ve bu durum hem mevcut faaliyetlerini iyileştirmelerine hem de yenilikler geliştirmelerine olanak sağlamaktadır (Lyu vd., 2022). Bu kapsamda özümseme kapasitesi tutumlu inovasyon kararları, geliştirme süreçleri ve bu açıdan başarılı sonuçlar elde etmek için kritik rol oynama potansiyeline sahiptir. Ancak literatür incelendiğinde özümseme kapasitesinin pek çok yenilik türleriyle ilişkisine

yönelik olarak fazlaca çalışma olmasına karşın, tutumlu inovasyonla ilişkisini inceleyen herhangi bir çalışma olmadığı gözlemlenmiştir.

Bu çalışmanın amacı, henüz yeni bir kavram olan ve özellikle ampirik olarak kısıtlı olarak açıklanmış olan tutumlu inovasyonun sosyal sermaye ve özümseme kapasitesi ile ilişkisini incelemektir. Bu kapsamda sosyal sermaye ve özümseme kapasitesi arasındaki ilişki ile bu iki kavramın tutumlu inovasyon ile arasındaki ilişkisi araştırılmıştır. Böylece literatüre özgün bir katkı sunmak hedeflenmektedir. Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sosyal sermaye, özümseme kapasitesi ve tutumlu inovasyon kavramları açıklanmaktadır. İkinci bölümde, bu kavramlar arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, ele alınan hipotezleri test etmek için bir alan araştırması yapılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Sosyal Sermaye

Sosyal bilimciler genel olarak sosyal sermaye kavramını bireyleri birbirine bağlayan, sosyal bir ilişkinin doğasında var olan bir sermaye şeklinde tanımlamaktadır. Sosyal sermaye, bireylerin ve firmaların rekabetteki farklı başarılarını açıklamaya yardımcı olurken, bireylerin ve toplulukların eylemleri, sosyal ağlardaki diğer bireylerle doğrudan ve dolaylı bağlantılarını büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır (Abidin vd., 2015). Sosyal sermaye, karşılıklı tanışma ile informal ilişkiler ağı oluşturma, yada diğer bir deyişle bir grubun üyeliğiyle bağlantılı olan ve her bir üyesine sosyal sermaye sağlayan fiili veya potansiyel kaynakların toplamı olarak ifade edilmektedir (Castro ve Cepeda, 2016). Sosyal sermaye sosyal ilişkilerin ya da ilişki ağlarının karşılıklı yükümlülükler, beklentiler ve anlaşmalar tarafından karakterize edilen kişilerarası bağların gücüne; bilgiye ve normlar ile etkin yaptırımlara dayanan bir yardım kaynağı sunar (Chang ve Chuang, 2011).

2.2.1. Sosyal Sermayenin Tarihsel Süreci

Sosyal sermayenin sosyolojik kapsamı Bourdieu (1986) tarafından belirlenmiş ve Coleman (1988) tarafından daha sosyoekonomik bir temel atılmış ise de bu kadar yaygınlaşmasında Putnam'ın (1993) faaliyetleri önemli rol oynamıştır (Wallis vd., 2004). Sosyal sermaye ülkelerin gelişmelerine ve büyümelerine direkt etki eden bir olgu olmakla birlikte yakın zamana kadar gelişme ve büyüme unsurları olarak ele alınmıyordu. Daha çok geleneksel üretim faktörlerinin (iş gücü, sermaye gibi) etki ettiği düşünülüyordu. Ancak son yıllarda yapılan çalışmalar güven, iş birliği içerisinde yaşanan toplumsal ilişkilerin gelişme ve büyümeye olumlu anlamda etki ettiğini göstermiştir. Bu bağlamda sosyal sermaye isminden de anlaşılacağı üzere sosyal tarafı bireyi değil toplumu ilgilendiren, çoklu ilişkilerin oluşturduğu, sermaye tarafı ise verimliliğin gözlemlendiği bu ilişkilerin sonucunda oluşan bilgi birikime denir (Chuang vd., 2016). Fukuyama (2001), sosyal sermayenin modern kapitalist ekonomiler tarafından kullanıldığı, tüketildiği ve tekrardan yenilendiğini ifade etmektedir.

Toplumda güven ve iş birliği unsurları oluşturulduğunda ekonomik aksaklıklar giderilmektedir (Özsağır, 2007). Güven ve iş birliğinin hüküm sürdüğü ortamlarda inovasyonun gerçekleşmesi daha kolay bir hal almaktadır, çünkü inovasyon da sosyal bir süreçle oluşmaktadır. Aynı zamanda sosyal sermaye olgusunun yerleştiği ve geliştiği ortamlarda her alanda (suç oranlarında düşme, siyasi katılım oranlarında artma, yükseköğretime katılımında artma gibi) olumlu gelişmelerin yaşandığı gözlemlenmiştir (Altun ve Hira, 2011).

Aristoteles'in ahlak anlayışında bireyin mutluluğu, yani iyiyi bulma arayışında toplumunda iyiliğini amaçlıyor olması, sosyal sermaye kavramının kavram olarak ortaya çıkmamış olsa dahi fikrî olarak M.Ö.'lere dayanıyor olduğunu kanıtlar nitelik taşımaktadır. Bireysel ilişkiler geliştikçe birbirine olan güvenin artması gelişmektedir ve haliyle bireyler de toplumu oluşturdukları için toplum güveni oluşup artmaya başlamaktadır, böylece bireyler oluşturdukları bu güven toplumunda daha serbest hareket edip bugüne değil geleceğe yatırım yapmaya başlamış olur. Bilgiye değer verir ve bilginin sağlanması için yatırımlarını (zaman, eğitim, ilişkiler) bu yönde kullanır, toplumsal faydacılıkla bireysel faydanın sağlandığı ortamda yaşamaya başlar. Tocqueville 1830'larda Amerika'yı ziyaret etmiş ve Amerika'nın gelişmişlik durumunun nedenini anlatmak amacıyla "Amerika'da Demokrasi" kitabını yayınlamıştır ve Amerika'da daha önce görülmemiş sivil toplum kültürünün gelişmiş olmasına bağlamıştır. Farklı görüşlerin, etniklerin, yaşların, mevkilerin oluşturdukları derneklerin sağladığı entelektüel birikimin ülkenin gelişmesine katkı sağladığını bu kitabında ifade etmiştir (Putnam, 1995a).

Daha sonra Émile Durkheim çalışmasında kentsel toplumlarda (kapitalizmin hâkim olduğu) yabancı insanların birbiriyle olan ilişkileri sonucunda feodalizmin iş bölümünden farklı (çünkü feodalizmde iş bölümü vardı ve her sınıf kendi yükümlülüklerini yerine getiriyordu) olarak farklı amaçlara hizmet eden birliktelikler kurmuşlardır ve böylelikle ekonomi bağlantılı sınıfsal farklılık temelinde sosyal sermayenin oluşum sürecinden bahsetmiştir (Wallis vd., 2004). Weber "Kapitalizm Ruhu ve Protestan Ahlakı" isimli sosyolojik eserinde toplumsal belirli özelliklerin kapitalist ekonomilerde gönüllü birliktelikler sağlanmasına ve belirli özelliklerin (Protestanlık gibi) oluşan gönüllü birliktelikler üzerinde kontrol mekanizması oluşturmaya neden olduğundan bahsediyor. Weber çalışmalarında sosyal sermayeden direkt bahsetmemiş olsa bile sosyal sermaye tanımı için çok önemli

bilgiler vermiştir. İlki ekonomik olmayan çevrenin kişisel ilişkiler ağı oluşturmaları (bu ağı, dini bir birliktelik olmakla birlikte, aynı zamanda akrabalık, etnik veya ideolojik üyeliğı de içerebilmektedir), ikincisi ise sosyal ağların işleyişı, ekonomik mübadeleyi besledikleri için gelişmeyi sağlayıcı ekonomik sonuçlar doğuracak biçimde bilginin ve güvenin sirkülasyonunu mümkün kılmıştır (Şenkal, 2008).

2.1.2. Sosyal Sermayenin Tanımı ve Kapsamı

Sosyal sermaye üzerine çalışmalar 1990'lı yıllardan sonra kendini belirli ölçüde göstermiş olsa da günümüzde bile net bir sosyal sermaye tanımı yapılamamıştır. Çünkü farklı disiplinlerin (sosyoloji, ekonomi, siyaset bilimi gibi) çalıştığı bir konu haline gelmiştir ve haliyle farklı disiplinler konuyu kendi disiplinleriyle bağdaştırarak farklı farklı yorumlamaktadırlar. Bu nedenle de ortak bir ölçüm metodu bulunmamaktadır. Fakat sosyal sermayede nihai amaç bireysel ilişkilerin toplumsal faydaya dönüşmesidir. Sosyal sermaye aynı toplumsal grupla farklı toplumsal gruplar arasında güvene dayalı iletişimin yoğunluğu olarak da tanımlanabilir (Aslan, 2016). 90'lı yıllarda sosyal sermaye kavramının daha çok çalışılır olmaya başlamasının önemli nedenlerinden biri de Dünya Bankasının önemseydiği kalkınma politikasının sosyal sermayenin varlığıyla açıklanabilir olması ve sosyal sermayeyi ölçmeye çalışması üzerine yaptırmış olduğu çalışmalardır. 1990'lı yıllarda sosyal sermaye kavramına Bourdieu, Coleman, Putnam ve Fukuyama gibi düşünürlerin oldukça büyük katkısı olmuştur. Ancak 1990'lara gelmeden de birçok düşünürün ve kurumun sosyal sermaye kavramını açıklamaya çalıştığı görülmektedir (Şan ve Şimşek, 2011).

Sosyal sermaye, insanlar arasındaki ilişkileri düzenleyen değerler, tutumlar ve kurumlardır. Bu şekilde sosyal gelişim ve ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Sosyal sermaye kavramı, pek çok araştırmacı tarafından ele alınmıştır. Coleman (1988), sosyal sermayenin “sorumluluklar-beklentiler, bilgi kanalları ve sosyal normlardan” oluştuğunu savunmuştur. Putnam (1995b) “ağlar, normlar ve güven” olarak açıkladığı sosyal sermayenin, ortak hedeflere ulaşmak için birlikte hareket etmeyi sağladığını ifade etmiştir. Fukuyama (2001) sosyal sermayenin, ortak çalışmaları teşvik ettiğini ve temel unsurunun güven olduğunu belirtmiştir. Sosyal sermaye özgün ilişkiler ağını ifade etmekte, bu sebeple firmalar için çok önemli bir maddi olmayan varlık olarak kabul edilmektedir (Alguezaui ve Filieri, 2010).

Yakın geçmişte yaşanan salgın döneminde kaynaklara erişimin kısıtlı olduğu, iletişimin zorluklarla sürdürüldüğü ve yenilik eksikliği baskısının hâkim sürdüğü zamanda firmalar dış kaynaklara erişmek için sosyal sermayeden faydalanmışlardır. Kurumsal sosyal sermaye firmaların bilgi edinmesinde, yeniliğe açık olunmasında ve haliyle gelişmede etkili bir kavram olarak önümüze çıkmıştır (Lyu vd., 2022).

Bourdieu'ya (1986) göre sosyal sermaye; diğer düşünürler gibi sosyal sermaye kavramıyla direkt ilgilenmemiş, diğer sermaye türlerinin sosyal sermayeyi nasıl etkilediği üzerine durmuştur. Daha çok sınıf çatışmaları üzerinden ifade etmeye çalışmıştır. Bourdieu'ya göre bir toplumda üç tür sermaye türü vardır; ekonomik, kültürel ve sosyal. Bu sermayeler dönüşüm emeği kullanılarak birbirine dönüştürülebilir. Sermaye, hem aktörün içinde bulunduğu sosyal alanı hem de aktörün ait olduğu habitusu belirler (Bourdieu, 1986). Bazı mal ve hizmetler ekonomik sermaye ile elde edilirken, bazıları da sosyal bağlılığın sermayesiyle elde edilir. Düşüncelerinde Marksizmin etkisi görülmektedir. Bu yüzden anlaşıldığı üzere sermayenin ekonomik etkisi üzerinde durur. Aslında toplumda her birey sosyal sermaye sahibidir, çünkü birey doğduğu andan itibaren hâlihazırda olan bir grupta (aile, din gibi) varlık gösterir. Böylece içine doğduğu grubun kaynaklarını kullanma hakkına sahip olmuş olur. Zamanla aidiyet duygulu karşılıklılık ilişkisi içerisinde de gelişir. Bu durum “Bourdieu kredi değerliliği” kavramını oluşturmuştur (Yarcı, 2011).

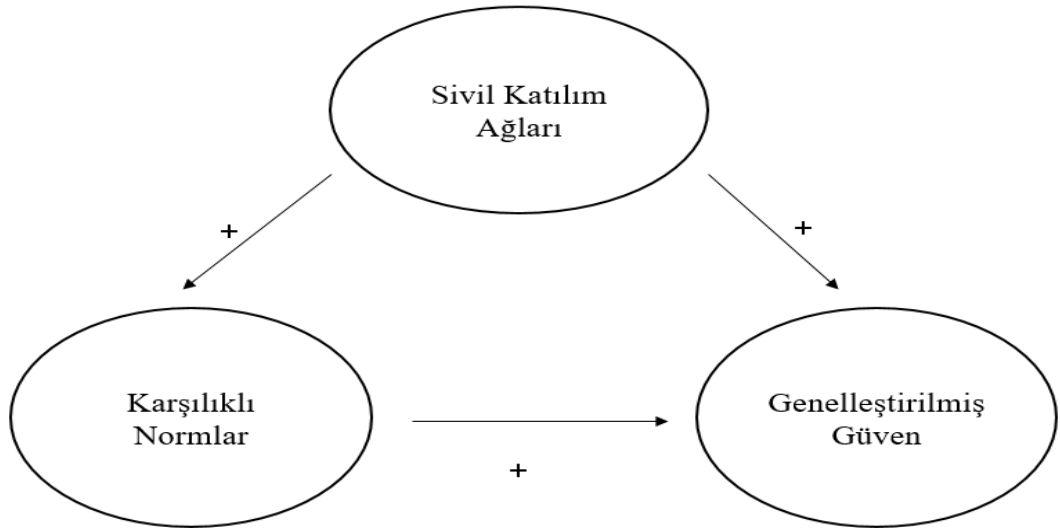
Coleman'a (1988) göre sosyal sermaye; bireylerin bireysel kaynaklarını en iyi şekilde kullanma çabasıyla ortaya çıkan sosyal ilişkilerin yanı sıra bireylerin kaynakları olarak da görülmektedir, sosyal sermayede üretkendir ve yokluğunda ulaşılamayan ya da daha yüksek maliyetlerle ulaşılan hedeflere ulaşmayı kolaylaştırır. Bir kamu malıdır ve bu yüzden piyasalardaki özel aktörler tarafından az üretilmektedir. Bu yüzden insanlar çıkarları doğrultusunda iş birliği yapmaya gönüllüdürler. Bireyler arasında sosyal bağımlılıklar oluşur, çünkü bireyler faydalarını en üst düzeye çıkarmak için diğer bireyler tarafından kontrol edilen kaynaklardan rasyonel bir şekilde seçim yaparak faydalanmaktadırlar. Bireylerin sosyal ilişkileri sonucu ortaya çıkar fakat bireyden bağımsızdır (Tatlı, 2013).

Sosyal sermayenin tanımı işlevselliğinden kaynaklanmaktadır. Tek bir varlık değil çeşitli ortak unsurları olan iki varlıktan oluşur ve bireylerin eylemlerini kolaylaştırır. Tamamıyla karşılanabilir değildir belirli faaliyetlere özgü olabilir, bazı eylemleri

kolaylaştırmada değerli olan bir sosyal sermaye bazı eylemler için yararsız ve hatta zararlı olabilir. Diğer sermaye türlerinden farklı olarak bireyler arasındaki ilişkilerin yapısında bulunur (Coleman, 1988).

Putnam'a (1995a) göre sosyal sermaye; karşılıklı yarar için koordinasyon ve iş birliğini kolaylaştıran ağlar, normlar ve sosyal güven gibi sosyal organizasyonun özelliklerini ifade eder. Sosyal sermayeye toplumsallık penceresinden bakar. İlk eserinde İtalya'nın bölgesel gelişmişlik düzeylerinin farklılık göstermesinin nedeninin sosyal sermayeye bağlayarak açıkladığı görülmektedir. Diğer eserlerinde de Amerika'nın bowling turnuvalarına katılım değerlendirmesi yaparak giderek azalan sivil toplum anlayışına değinmiştir. Putnam'ın sivil toplum anlayışı sosyal sermayeyi ifade eder. Putnam'a göre güven çok önemlidir ve sivil hayatı amacına uygun yönlendirir ve toplumda güven ne derece yüksekse iş birliği o derece yüksektir (Putnam, 1995a).

Şekil 2.1'de gösterilen sivil katılım ağlarının unsurları olan karşılıklı normları ve genelleştirilmiş güvendir. Sivil ağlara katılımın sağlanmasıyla karşılıklı normları ve güven düzeyi artar, karşılıklı normlarının da genelleştirilmiş güvene etkisi olduğu görülmektedir (Yarcı, 2011).



Şekil 2.1: Sosyal Sermaye Kavramı

Putnam sosyal sermayenin ölçülmesine yönelik çalışmalarda da bulunmuştur. Bu çalışmalarında aktivitelere ve toplantılara olan katılım sayısı ve oranı, kişi başına

düşen sosyal örgüt sayısı gibi faktörleri baz almıştır. Sosyal sermayenin ölçülmesinde kullanılan güven ölçütünü baz alan “Putnam Enstrümanı” olarak adlandırılan indeks oluşturmuştur. Oluşturduğu bu indeks sayesinde Putnam diğer düşünürlerden ayrılmıştır, çünkü bu indeksle sosyal sermaye kavramını istatistiksel verilere dayandırmış oldu (Büyükilikmen, 2015).

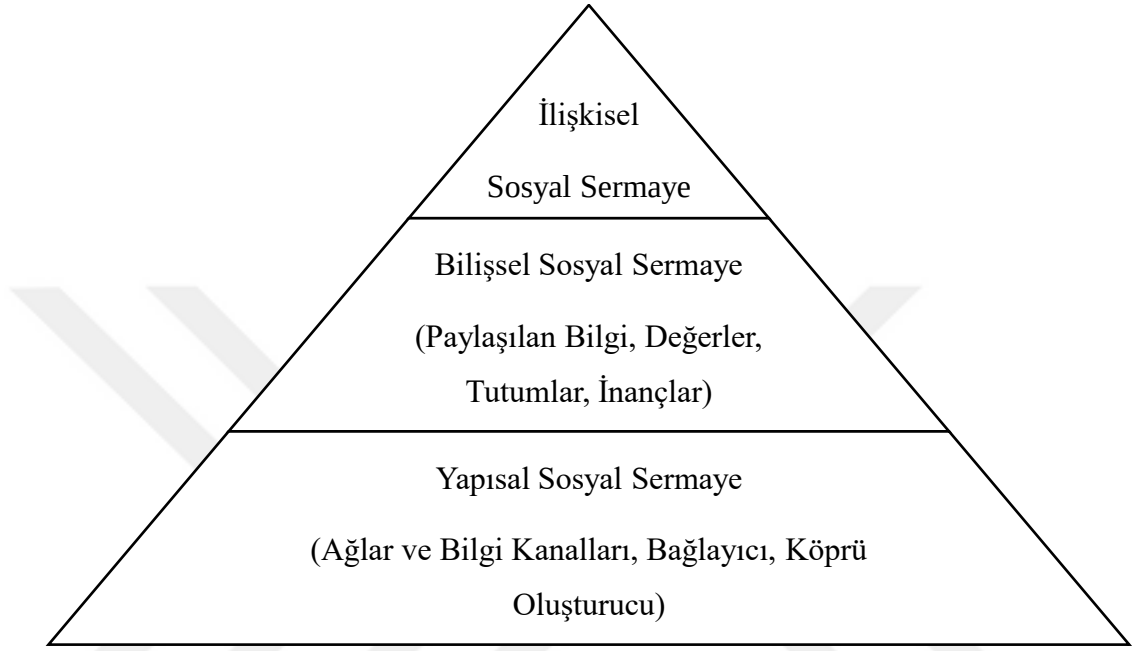
Fukuyama’ya (2001) göre sosyal sermaye; Bir grubun üyeleri arasında işbirliğini sağlamak amacıyla paylaşılan yazılı olmayan kurallarla çevrelenen değerler bütünüdür. Bireyin değil grubun malıdır. Fukuyama iş bölümü ve uzmanlaşma, işbirliği, ticari yasalar ve mülkiyet hakları ve sözleşmelerin belirleyici olduğu pazar ekonomisinde kurumsal ve yasal düzenlemelerin sosyal sermaye ile birleşmesi ile yüksek performans sağlanabileceğini savunur (Büyükilikmen, 2015). Ayrıca sosyal sermaye modern ekonomilerin verimli işleyişi için önemlidir ve istikrarlı liberal demokrasilerin olmazsa olmazıdır (Fukuyama, 2001).

Ayrıca Fukuyama sosyal sermayenin pozitif etkileri yanında negatif etkilerini açıklamak için “güven yarıçapı” dediği bir yaklaşım modeli oluşturmuştur. Bu modelde güven bir çemberdir ve grup üyeleri sadece bu grup içerisindekilerle iletişim kuruyorsa bu güven yarıçapı grup üyesi sayısı ile sınırlı kalıyorsa negatif durum söz konusudur. Fakat grup üyeleri farklı gruplarla ve farklı grup üyeleriyle ilişki içerisindeyse güven yarıçapı üye sayısını aşıyordur bu durumda da negatif etkiler ortadan kalkmaktadır. Üst düzey firma çalışanları da alt düzey çalışanlara göre daha az sosyalleşme eğilimi içerisindedirler çünkü eğitim seviyesi kaynaklı sosyalleşmiş olarak işe gelirler. Böyle durumlarda önemli olan sosyal sermayeyi oluşturmak değil güven yarıçapını etkileyen durumları engellemeye çalışmaktır (Fukuyama, 2001).

2.1.3. Sosyal Sermayenin Boyutları

Sosyal sermayeyi bazı araştırmacılar kişilerin, dernek veya toplulukların ya da ağlar arasında ve içindeki ilişkilerin içerisinde bulunan bir varlık olarak tanımlar. Ancak sosyal sermaye bu ilişkilerin tamamını ifade eder ve birden farklı biçimde olabilir (Păunescu ve Badea, 2014). Nahapiet ve Ghoshal (1998), çeşitli yazarlar tarafından ifade edilen sosyal sermayenin farklı yönlerini birleştirerek sosyal sermayeyi yapısal, ilişkiyel ve bilişsel olmak üzere üç boyutta incelemişlerdir. Bu boyutların her birine

ulaşmak için bireysel veya grup/organizasyon içerisinde gerekli yetenekler bulunmalıdır. Bu u boyut şekil 2.2’de özellikle piramit şeklinde gösterilmektedir. Yapısal sosyal sermaye piramidin tabanını oluştururken, ilişkisel sosyal sermaye ise piramidin tepesini ifade eder. Birbirlerini destekleyen unsurları söz konusudur (Păunescu ve Badea, 2014).



şekil 2.2: Sosyal Sermaye Boyutları

Bu boyutların analiz edilmesiyle bireylerin bilgi ve birikimleri ve sosyal sermaye düzeyleri firmaların rekabet avantajı sağlamasına neden olmaktadır. Bu u boyut birbirleriyle etkileşim içerisindedir. Nahapiet ve Ghoshal’dan sonra birçok araştırmacı da sosyal sermayeyi u boyutlu olarak ele almıştır. Ancak her birinin bu boyutları açıklarken ki yaklaşımı birbirinden farklı olmuştur (Păunescu ve Badea, 2014).

2.1.3.1. Yapısal Sosyal Sermaye

Yapısal boyut karşılıklı olarak fayda sağlayan kolektif faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için oluşturulan roller, kurallar ve prosedürler bütünüdür (Hitt vd., 2002). Yapısal sosyal sermaye, bireyler ya da birimler arasındaki ilişkinin genel yapısını ifade etmektedir. Yapısal sosyal sermaye, sosyal sermayenin rol tabanlı ve kural tabanlı kısmını içermektedir. Bireyler arası işbirliğini sağlayan roller, kurallar,

prosedürler ve ağlarla ilgilidir. Farklı amaçlarla kurulan sosyal bağlar bilgi toplamak için bilgi kanalları oluşturur ve bu bilgi kanalları yeni bilgi edinilirken her türlü maliyetten (zaman, yatırım vs.) tasarruf yapılmasını sağlar (Nahapiet ve Ghoshal, 1998).

Yapısal boyut bilgiye ve enformasyona kolay erişilebilmesini sağlayarak bilgi üretimini etkiler (Chua, 2002). Yapısal sosyal sermaye etkin bir işbirliği içerisinde olan ağların yapısından kaynaklanan varlıkların bütünüdür. Ağlar arasındaki bağlantı ilişkisini kuran değişkenler (ağdaki konum, oluşturulan bağlantının türü, ilişkinin yoğunluğu, boyutu) yapısal sosyal sermayenin ölçülmesindeki araçlardır. Yapısal sosyal sermayesiz sosyal sermaye kavramı olmaz (Păunescu ve Badea, 2014). Firma içindeki sosyal etkileşim ağları güven algısını etkiler. Bireyler zaman içinde etkileştikçe birbirlerine olan güvenleri artar ve birbirlerini güvenilir olarak algılamaya başlarlar. Bu yakın etkileşimler bireylerin bilgilerini paylaşmaları ve ortak bir görüş oluşturmaları için birbirlerini tanımalarına imkan sağlar (Tsai ve Ghosal, 1998).

2.1.3.2. Bilişsel Sosyal Sermaye

Bilişsel sosyal sermaye ortak normlar, değerler, tutum ve inançları kapsayan karşılıklı fayda sağlayan toplu eylemler olarak ifade edilebilir. Bireysel olarak yapılması zor olan faaliyetler ortak bir hedef olması durumunda sosyal ağlar vasıtasıyla kolaylaşır. Bilişsel sosyal sermaye, zihinsel süreçler sonucunda oluşmakta olup kültür ve ideoloji, özellikle de işbirlikçi davranışa katkıda bulunan normlar, değerler, tutumlar ve düşünceler tarafından kuvvetlendirilmektedir (Evans ve Syrett, 2007). Bilişsel sosyal sermaye, genel amaçların ortak bir şekilde anlaşılmasını kolaylaştıran paylaşılan ortak dil ve başarı hikâyelerinden oluşmaktadır (Chua, 2002).

Bilişsel sosyal sermaye, aynı ağ içerisinde bulunan bireyler arasında oluşan ortak bakış açısı ve yaklaşımı ifade etmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998). Ortak dil bu boyutu oluşturan en önemli öğedir. Bu sayede aynı ilişki ağı içerisindeki bireyler ya da birimler arası anlayış farklılıkları minimum düzeye gelmekte ve ağ içerisindeki paylaşım artmaktadır (Chang ve Chuang, 2011). Üyelerin deneyimlerinin birbirleri arasında paylaşılarak bilgi alışverişi yaptığı ve problem çözmede, işbirliği yapmada

bu bilginin üyeye katkı sağladığı boyuttur (Păunescu ve Badea, 2014). Ağ içerisindeki bireylerin ilişkilerin yapısı ağın oluşumunu da etkiler. Bireylerin iletişimi de ortak değerlerin anlaşılmasına, paylaşılmasına da neden olmaktadır. Tanımlamalardan anlaşıldığı üzere paylaşılan ortak amaçlar bilişsel sosyal sermaye için oldukça önem arz etmektedir. Bu paylaşılan ortak amaçlar ışığında kişiler veya topluluklar arasında güvene dayalı ilişkilerinde kurulması da mümkündür. Çünkü herkes ortak amaçlar için çalışırken kişisel çıkarlardan arınır ve bu da bireyler veya birimler arası güvenilirliğin oluşmasını sağlar (Tsai ve Ghoshal, 1998).

2.1.3.3. İlişkisel Sosyal Sermaye

İlişkisel sosyal sermaye ilişkinin niteliğiyle ilgilidir. Güven, normlar ve beklentiler bu boyutun en önemli özellikleridir (Chang ve Chuang, 2011). Saygı, sevgi ve dostluğa dayalı ilişkiler bu boyutta odak durumundadır. İlişkisel sosyal sermayede farklı sektör ve uzmanlıklardaki bireyleri tanımak, onların bilgi ve birikimlerinden faydalanmak önemlidir. Bu iletişimin firma bazında başarılı olabilmesi için güven, ortak inanç ve ilkelerde donatılmış olması gerekir (Păunescu ve Badea, 2014). Bu noktada güven bireylerin işbirliği yapması konusunda destekler ve işbirliğini sağlar.

İlişkisel sosyal sermaye, bireylerin diğer insanlarla aralarında oluşturdukları dostluk, muhabbet, saygı gibi kişisel ilişkilere dayanır. Tsai ve Ghosal (1998) sosyal sermayenin ilişkisel boyutunun sosyal ilişkilerin içinde yer alan güven ve güvenilirlik gibi olgulara dayandığını ifade etmektedir. Her iki taraf da birbirlerine güvendiklerinde, diğer tarafın kendine bir avantaj sağlayacağı endişesine kapılmadan kaynaklarını onunla paylaşır. Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu güven, normlar ve özdeşleşmeden oluşur. İlişkilere gösterilen özen; güven, empati, yardımlaşma ve hoşgörü davranışlarının oluşması sonucunu doğurur (Nahapiet ve Ghoshal, 1998).

2.1.4. Sosyal Sermayenin Unsurları

Sosyal sermaye unsurları olarak farklı araştırmacıların farklı görüşleri bulunmaktadır. Narayan ve Cassidy (2001) yaptıkları araştırma sonucunda sosyal sermaye için yedi farklı unsur ortaya koymuşlardır. Bunlar; grubun nitelikleri, genelleştirilmiş normlar, birliktelikler, girişkenlik, komşuluk bağları, gönüllülük ve güvendir. Muthuri ve arkadaşları (2007), sosyal sermayenin normlar, güven ve sosyal

ağ unsurlarından oluştuğunu ifade etmektedir. Araştırmacıların yapmış olduğu sosyal sermaye tanımlarından ve yaklaşımlarından çıkarım sağlanacak üç ortak nokta söz konusudur. Sosyal sermaye oluşabilmesi için bireylerin ilişki içerisinde olmasına, normlara sahip olmasına ve aralarında güvenin oluşmasına ihtiyaç vardır. Bu üç nokta sosyal sermayenin unsurlarını oluşturmaktadır (Muthuri vd., 2007).

2.1.4.1. Sosyal Ağlar

Sosyal sermayenin unsuru olan sosyal ağlar, bireylerin birbirleriyle kurduğu iletişimine olanak sağlanması olarak ifade edilebilir, yani sosyal ağlarda önemli olan katılım sağlamak değil iletişimin ve ilişkilerin güçlenmesi ve devam etmesi için gerekliliklerin yapılması, ortam sağlanması anlamına gelir. Bu ağlar sadece bireyler arasında değil kurum-birey, kurum-kurum arasında da yaşanabilir. Burada amaç kesintisiz bilgi akışının ve sosyal sermayeye fayda sağlanmasıdır (Van Staveren ve Knorringa, 2007).

Sosyal ağlar ve açık işgücü piyasaları girişimciliği desteklediği gibi kaynakların mobilitesini de hızlandırır. İşletmeler yoğun şekilde rekabet ettikleri gibi, araştırma merkezleri ve üniversitelerle olan informal iletişim, işbirliği projeleri ve yaygın bağlantılar nedeniyle değişen piyasalar ve teknolojiler hakkında birlikte bilgi edinirler ve öğrenmeyi gerçekleştirirler. Yüksek iş mobilitesi teknoloji yayılımını sağladığı gibi, yetenekler ve sermayenin farklı kombinasyonlarını teşvik eder, böylece bölgenin kalkınmasına hizmet etmiş olur ifadeleri ile tanımlamıştır (Çetin, 2006).

Güven faktörü de sosyal ağların sağlanması için oldukça önemlidir. Yani bireyler, gruplar veya kurumlar birbiriyle kurdukları ilişkilerin güçlü ve devamlı olmasıyla birlikte (buradaki güçlülük ve devamlılık güvenle sağlanıyor.) hem kaynakların verimli kullanılmasını arttırıyor hem de sosyal ağ içerisindeki her kurumun-bireyin-grubun kesintisiz bilgi akışıyla öğrenme gerçekleştirmesini sağlıyor bu durum da doğrudan gelişme ve kalkınmayla ilişki içerisinde bulunuyor (Van Staveren ve Knorringa, 2007).

Bourdieu'ya (1986) göre sosyal ağlar, sosyal sermayenin anlaşılmasına yardımcı olmanın yanında bireylerin hedeflerine ulaşabilmesi için sosyal sermayeyi nasıl kullanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Coleman'a (1988) göre, sosyal sermaye

bireyler arasında geliştirilen sosyal ağlar sonucunda oluşmaktadır. Sosyal ağlar sayesinde bireyler birbirleriyle daha sık ilişkide bulunmakta ve bu temaslar ortak davranış normlarının ve bireylerin birbirlerine karşı beklentilerinin oluşmasını sağlamaktadır. Putnam'a (1993) göre ise sosyal ağlar, yaygın karşılıklılığı kolaylaştırır ve karşılıklı güveni güçlendirir. Bunun neticesinde de başarılı ağ yapılarında işbirliği ve iletişim kolaylaşır ve bireylerin ortak eylemlerde bulunması kolaylaşır. Sık tekrarlanan ve uzun süreli olarak sürdürülen ilişkiler dayanışma ve işbirliğinin artırılmasına katkıda bulunur. Bu ilişkiler sonucunda ortaya çıkan normlar ise denetim mekanizması ve güven sayesinde ortak hareketin maliyetini azaltır, tehditlerle mücadeleyi kolaylaştırır, maddi ve manevi destek sağlar (Başak ve Öztaş, 2010).

2.1.4.2. Normlar

Sosyal sermayenin önemli sacayaklarından biri de sosyal normlardır. Normlar, birey ve grupların sosyal hayattaki tavır ve davranışlarının nasıl olması gerektiğini çeşitli yaptırımlarla destekleyerek sınırlandıran ortak yaptırım kurallarıdır. Normlar, sosyal yaşamda kişilerin birbirlerine karşı görev ve sorumluluklarına tekabül eden toplum düzenini koruyabilmek için topluluk çıkarlarını bireysel çıkarların üstünde tutan kurallardır (Özdemir, 2008).

Putnam (1993) ve Coleman (1988), sosyal normları ifade ederken sosyal sermaye varolması için bulunması gereken temel unsur olduğunu söylemişlerdir. Onlara göre sosyal normlar, informal bir sosyal kontrol biçimi sağlamaktadır. Böylece daha formal kontrol biçimleri ya da kurumsallaşmış yasal cezalara olan ihtiyaç azalmış olmaktadır. Sosyal normlar genellikle yazılı değildirler. Fakat sosyal yapıda beklenen sosyal davranışın belirlenmesinde veya sosyal olarak değer atfedilen davranış biçimlerinin neler olduğunun belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar (Kitapçı, 2015). İnfomal normların varlığı da gruplar veya bireyler arası iletişimi doğallaştırdığı için daha samimi, daha geçirgen iletişimin sağlanmasına neden olmaktadır. İnsanlar informal davranış kalıplarına doğdukları andan itibaren maruz kalır ve öğrenir böylece sosyal sermaye oluşurken yazılı olan kuralları ezberlemekle veya öğrenmekle zaman harcanmaz aynı informal değerlere sahip gruplarla, bireylerle daha kolay ilişkiler kurulur. Ancak olumsuz tarafına da değinmek gerekir gelişmemiş toplumlarda yazılı olmayan kuralların her birey tarafından öğrenilmesi

veya kabul edilmesi oldukça zordur bu da bu tür toplumlarda farklı, ortak kültürün hâkim olmadığı gruplar-bireyler arası iletişimin önüne engel olmaktadır çünkü insanlar kendi gibi olmayana, kendiyle aynı değerleri taşımayanla iletişimde bulunmama yargısı içerisinde bu durumda da sosyal sermayenin sağlanması zorlaşmaktadır. O yüzden formel davranış kalıplarına da ihtiyaç duyulmaktadır. Normların amacı da tam da bu durumda bahsedilen informal sistemi sağlamaktır böylece oluşturulan işbirliği ortamı işlem maliyetinin azalması neden olmaktadır (Kapu, 2008).

Normlar oluştuğunda sosyal sermaye güçlenir ancak bazı durumlarda güçlenirken kırılgan bir yapıda oluşturabilir yani mevcut olan bir norm aşırılığın önüne geçerken aşırılıkla birlikte fayda sağlanabilecek yenilikçiliğinde önüne geçebilir bu durum kırılganlığı ifade eder. Bazen de normlar kişisel çıkarların önüne geçer ve toplumun çıkarı için davranmayı sağlar bu davranış sonucunda da birey statü, sosyal destek gibi şeylerle ödüllendirilir böylece sosyal sermayenin oluşmasına ve güçlenmesine neden olur (Coleman, 1988). Sadece bireyin toplum tarafından ödüllendirilmesi gerekmez doğası gereği insanlık için iyi bir şey yapmanın verdiği haz da insanı toplumsal çıkar için davranmaya itmektedir. Ayrıca topluluk olma bilinci ben duygusundan önce biz duygusunun oluşmasıyla ifade edilebilir (Özdemir, 2008).

2.1.4.3. Güven

Güven bir kişinin, ilişki kurduğu diğer birey tarafından istismar edilmeyeceğinden, ondan kendisine bir zarar gelmeyeceğinden emin olmasıdır. Güven, bireyler ve kurumlar arasındaki ilişkilerde canlılık sağlayan; verilen sözlerin yerine getirilmesi, içtenlik, gerçeklik, dürüstlük ve erdemi kapsayan bilinçli tutarlılık olarak da tanımlanabilir. Güven toplumsal düzenin, bireysel yaşantının, ekonomik ve demokratik gelişmenin temelini oluşturmaktadır (Başak ve Öztaş, 2010). İleriye yönelik ilişkisel bir beklentiye işaret eden güven, bu beklentinin yönü bakımından bireyler arası ve/veya kurumlara dönük olabilir. Güven, gündelik hayatın sürdürülebilmesi açısından vazgeçilemez bir toplumsal ve bireysel ilişki formudur (Özel, 2023).

Fukuyama (2001) ise güven konusunun önemini; ekonomik hayatın incelenmesinden çıkarılacak en önemli ders, bir ulusun rekabet yeteneği kadar, refahının da tek ve

yaygın bir kültürel karakteristikle konuşlandırıldığı ve bunun da toplumda doğuştan gelen güven düzeyidir diye ifade etmektedir. Ayrıca toplumda bu güvenin akabinde de sosyal sermayenin oluşabilmesi için bireylerin kendisi gibi olmayan, akrabalık ilişkisi bulunmayan bireylere de güveniyor olması gerekir, ancak böyle bir güven ortamında refah oluşabilir, kalkınma yaşanabilir. Güven, ekonomik davranışları etkileyen temel unsurlardan biridir. Özellikle de işlem maliyetlerini, yoğun anlaşma ve bürokratik prosedürlere olan gereksinimi azaltır (Çetin, 2006). Güven unsuru arttıkça bireyler arası iletişim daha açık ve kolay hale gelir böylece daha güçlü ve devamlılığı olan işbirlikleri sağlanabilir. Güvenin olmadığı toplumlarda verimlilik sağlanamazken iletişimin ve işlerliğin sürdürülebilmesi için daha çok yazılı kurallara ve bürokratik işlemlere gerek duyulur, bu durumda büyük bir zaman kaybına ve devamında tekrar verimsizliğe neden olan kısır bir döngü haline gelmektedir (Van Staveren ve Knorringa, 2007).

2.2. Özümseme Kapasitesi

Günümüzde bilgi teknolojilerinin kurumsal yapılarda en hayati ve kritik unsur haline gelmesiyle birlikte bu teknolojilerden yeterince istifade edemeyen örgütlerin piyasada kendine yer edinmesi neredeyse imkânsız hale gelmiştir. Özümseme kapasitesi bu şartlar altında firma performansı açısından çok daha önemli hale gelmiş bir kavramdır. Yeni bilgilerin edinimi ve kullanımının verimliliğini belirleyen başat unsurlardan biri olarak Cohen ve Levinthal (1990) tarafından ortaya koyulan özümseme kapasitesi, geçtiğimiz otuz yılda Zahra ve George (2002) gibi farklı araştırmacılar tarafından daha da geliştirilmiş, örgütlerin 'öğrenme' süreçlerini incelemekte kullanılmıştır ve kullanılmaktadır.

Özümseme kapasitesi birçok disiplinin incelediği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Özümseme kapasitesinin interdisipliner bir alan olarak birden çok alanı dahil eden çalışmalar ortaya çıkarması alanın gelişimi için de oldukça önemli bir yerde durmaktadır. Kavramlarını ortaya koyarken Cohen ve Levinthal (1990) psikolojik araştırmaları incelemiş, özümseme kapasitesi sosyolojiden, iktisada birçok alanın üstüne çalışmalar yürüttüğü bir kavram olagelmıştır.

2.2.1. Özümseme Kapasitesinin Tarihsel Süreci ve Tanımı

Özümseme kapasitesinden ilk olarak daha önce bahsedilmiş olsa da bugünkü anlamını ve popülaritesini kazanmış olmasına Cohen ve Levinthal'ın 1989 yılında yazmış olduğu makale neden olmuştur. Cohen ve Levinthal (1989) bu makalede yeni bilgiyi tanımanın, bu bilginin özümsemesinin ve kullanılmasının örgütlerin varlığını devam ettirebilmesi için büyük bir öneme sahip olduğunu, ayrıca örgütün özümseme kapasitesinin, örgüt içerisindeki bireylerin bireysel özümseme yeteneklerine sahip olmalarıyla doğrudan alakalı olduğunu ifade etmektedirler. Cohen ve Levinthal (1990) daha sonra bu tanımı, bir firmanın yeni, dış bilginin değerini tanıma, asimile etme ve ticari alanlarda uygulama yeteneği olarak genişletmişlerdir. Zahra ve George (2002) ise özümseme kapasitesini, dinamik bir örgütsel yetenek meydana getirmek için firmaların bilgiyi elde ettiği, asimile ettiği, dönüştürdüğü ve kullandığı örgütsel rutinler ve süreçler bütünü olarak tanımlamıştır.

Önemli olan yeni bilginin geliştirilmesinden ziyade edinilen bilginin tanıma, özümseme ve kullanılması olduğudur. Yani özümseme kapasitesi bilginin edinilmesiyle birlikte bu bilgiden elde edilen öğrenme aşamalarının toplamını içeren bir kavramdır. Örgütler ne derece bilgiyi özümserse o derecede rekabet edebilirler. Özümseme kapasitesi yüksek olan örgütler mevcut performans durumları göz önüne alınmaksızın yeni bilgiyi olası durumlara karşı özümseme ve araştırma eğilimi içerisindeydir. Fakat özümseme kapasitesi düşük olan örgütler performanslarını göz önünde bulundurarak herhangi bir düşüş yaşandığında bilgiyi ödünç alma eğilimi içerisine girerler ancak ödünç alınan bilginin faydalı olabilmesi için örgütün mevcut durumunda bilgiyi nasıl kullanabileceğine dair fikir sahibi olması gerekmektedir (Yildiz vd., 2024).

Özümseme kapasitesi, firmanın dış bilgiyi iç süreçlerinde ve faaliyetlerinde kullanarak yenilikçi çözümler üretme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Ul zia vd., 2023). Daha geniş bir ifadeyle, özümseme kapasitesi firmanın çevredeki riskleri, değişimleri ve yenilikleri algılamasını ve bu bilgiyi kendi çıktılarını geliştirmek için kullanmasını mümkün kılmaktadır (Almodallah vd., 2023). Bu yetenek, dış çevreden bilgi edinilmesini, aynı zamanda elde edilen bilginin firma içinde aktarılmasını, böylece firma amaçları için kullanılabilir bir hale gelmesini sağlamaktadır (Shodeinde vd., 2023). Diğer bir deyişle, özümseme kapasitesi firmanın dış

çevredeki tehdit ve fırsatları hızlı bir şekilde algılamasını ve kendi durumu hakkında farkındalığının gelişmesini sağlamaktadır (Naqshbandi ve Jasimuddin, 2022).

Özümseme kapasitesinin dayanağı, örgütün özümsemek için önceki ilgili bilgilere ve yeni bilgilere ihtiyaç duymasıdır (Cohen ve Levinthal, 1990). Özümseme kapasitesi kavramının ekonomik büyümenin gerçekleşmesi için toplumun ve özümseme kapasitesinin üretkenliğinin politik, sosyal ve kurumsal olarak desteklenmesi gerektiği ve böylece özümseme oranının artacağı ifade edilmektedir (Lau ve Lo, 2015).

Cohen ve Levinthal özümseme kapasitesini birkaç farklı makalede farklı detaylarla ele almıştır. 1990 yılında özümseme kapasitesiyle ilgili yazdıkları ikinci makalede elde edilen bilginin özümşenerek ticari bir sonuca uygulanması üzerine durmuştur. Bilgiler; gelecekte toplanacak bilgiler için ışık niteliği taşımaktadır, çünkü yeni bilgilerin benimsenmesine neden olmaktadır. Ayrıca bu durum da birikmiş bilginin hafızayı geliştirdiğini ifade etmişlerdir (Cohen ve Levinthal, 1990). 1994 yılına gelindiğinde yeni makalelerinde özümseme kapasitesinin iktisadi bir pencereden ele almayı tercih etmişlerdir. Bu iktisadi bakış açısında elde edilen yeni bilginin sadece kullanıldığı değil bu bilginin gelecek teknolojileri anlamada bir tahmin sağladığı üzerinde durulmuştur (Cohen ve Levinthal, 1994). Bunlar ifade edilirken birey üzerinde durulmuştur, çünkü örgütü oluşturan temel taşlar bireylerdir ve haliyle örgütün özümseme kapasitesi bireyin özümseme kapasitesiyle doğru orantılıdır (Geylan ve Baraz, 2017).

Cohen ve Levinthal (1990) yazdıkları makalede özümseme kapasitesini önceki bilgi, yeni bilginin değerinin farkına varma, onu özümseme ve yeni bilgiyi ticari amaçla uygulama yeteneği kazanması olarak ifade etmiştir ve dışarıdaki bilginin değerlendirilmesi için de önceden edinilen bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır. Lane ve Lubatkin (1998) özümseme kapasitesi sosyal ilişkilerle bağlantılı olduğundan mutlak değildir, işletmenin mevcut durumuna ve koşullarına göre değişkenlik gösterebilir, işletmeler arası öğretmen işletme, öğrenci işletme ilişkisi gibidir şeklinde açıklamışlardır. Öğretmenin yetenekleri örtülüdür ve bu yeteneklerin örtülü olması onu benzersiz kılar, stratejik değeri ortaya çıkarır. Ayrıca öğrenmenin karşılıklı olduğu ifade edilmektedir.

Zahra ve George (2002) yayınladıkları makalede özümseme kapasitesinin firmaların rekabet avantajı kazanma ve bunu sürdürme yeteneklerini artırma, yeni bir bilgi yaratma, kullanma ile dinamik bir yetenek olarak yeniden kavramsallaştırılması üzerine durulmuştur. Firmaların gerçekleşen özümseme kapasiteleriyle (yenilikçi çıktılar ve rekabet avantajları), potansiyel özümseme kapasiteleri (yüksek hız ortamlarına uyum ve gelişme konusunda stratejik esneklik-özgürlük) arasındaki ilişkiler ifade edilmek istenmiştir. Zahra ve George'un (2002) özümseme kapasitesini potansiyel ve gerçekleşen şeklinde ayırmasının sebebi; bazı işletmelerin yeni bilgiyi özümseme potansiyeline sahip olmalarına rağmen, bu bilgiyi kullanamamasıdır.

Potansiyel özümseme kapasitesi yeni bilgi kaynaklarının tanınmasına olanak imkân verirken, gerçekleşmiş özümseme kapasitesi bilginin ticari amaçla kullanılmasını sağlar (Lau ve Lo, 2015) Bu zamana kadar yapılmış özümseme kapasitesi tanımlarından ve araştırmalarından iki noktada farklılık içeriyor. İlki, özümseme kapasitesinin bir firmanın rutinlerine ve süreçlerine yerleştirilmiş, stokları analiz etmeyi mümkün kılan “dinamik” yetenek olarak görülmesidir. İkincisi ise özümseme kapasitesini oluşturan dört yeteneğin yapısı gereği birleştirici olması ve “dinamik” bir organizasyon yeteneği üretmek için birbirinin üzerine inşa edildiğidir (Zahra ve George, 2002). Bazen işletmelerde özümseme kapasitesi yeteneği bulunmayabilir, bunun nedeni bilgi birikiminin olmamış olmasıdır, bilgi birikiminin sağlanmış olması yeni bilgileri değerlendirme ve ticari başarıyı sağlamak aynı zamanda özümsemenin gerçekleşmesi için önemli bir yetenektir (Szulanski, 1996).

Zahra ve George (2002) özümseme kapasitesinin dört boyutlu bir yapıdan oluştuğunu ifade etmiştir. Buna göre özümseme kapasitesinin boyutları elde etme, asimile etme, dönüştürme ve kullanmadır. Ayrıca elde etme kapasitesinin yeni bilginin fark edilip elde edilmesini, asimile etme kapasitesinin elde edilen bilginin anlaşılmasını, dönüştürme kapasitesinin yeni bilgi ile mevcut bilgilerin entegre edilmesini ve son olarak kullanma kapasitesinin yeni bilgidan yararlı sonuçlar elde etmek üzere faydalanılmasını ifade ettiğini belirtmişlerdir. Bu boyutlar esasen birbiri ardına gerçekleşen süreçleri ifade etmekte, bütünü özümseme kapasitesini oluşturmaktadır. Zahra ve George (2002) farklı kılan özümseme kapasitesini stratejik yönetim açısından ele almış olmalarıdır. Bu sayede özümseme kapasitesi işletmenin sahip olduğu dinamik yetenektir sonucu çıkarılmıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2020).

2.2.2. Özümseme Kapasitesinin Boyutları

Cohen ve Levinthal (1990) özümseme kapasitesini üç boyutta incelemişken (tanıma, benimseme, kullanma) 2002 yılına gelindiğinde Zahra ve George (2002) makalelerinde Cohen ve Levinthal'ın üç boyutuna bir boyut daha ekleyerek özümseme kapasitesini dört boyutta incelemiştir. Eklediği boyut değişim boyutudur. Çünkü Cohen ve Levinthal'e göre bilgi elde edilir, benimsenir ve kullanılmaya başlanır. Zahra ve George, özümsemenin tam olarak bu şekilde gerçekleşmediğini, daha doğrusu eksik tanımlandığını, bilginin elde edildikten sonra benimsenmesi gerektiğini, fakat benimsenen bilginin kullanılması için henüz uygun olmadığını bu bilginin önceden edinilmiş bilgilerle harmanlanıp kullanılması için dönüşüm uğraması gerektiğini söylemişlerdir. Ayrıca özümseme kapasitesini tanımlarken kullandıkları gerçekleşen özümseme kapasitesi ve potansiyel özümseme kapasitesi ayrımını boyutlama kısmında da görüyoruz. Gerçekleşen özümseme kapasitesi edinim ve benimseme boyutunu oluştururken, potansiyel özümseme kapasitesi dönüşüm ve kullanma boyutunu ifade etmektedir (Camisón ve Forés, 2010).

Organizasyonel kapasiteye ilişkin gerçekleştirilen özümseme kapasitesi varlıkların ticari amaçlara dönüştürülmesi ve kullanılması firmaların rekabet avantajı için birincil kaynak olarak önerilmektedir ve firmaların inovasyon çıktısını doğrudan etkilemektedir (Murovec ve Prodan, 2009). Oysa potansiyel özümseme kapasitesi, firmaların yeteneklerini ve becerilerini geliştirmeleri, bilgi stoklarını ve becerilerini yenilemeleri, eğilimleri tespit ederek yeterlilik tuzağının üstesinden gelmeleri için önemlidir ve bir firmanın dış bilgiye açık olmasını sağlar (Fosfuri ve Tribo, 2008).

Edinim: Dış kaynaklardan bilgi edinme ve tanımlama yeteneğidir (Flatten vd., 2011). Bir örgütün faaliyetleri için dışarıda üretilen kritik bilgiyi tanımlayıp, elde etme yeteneğidir. Bilgi edinimi için harcananın çaba özümseme kapasitesini etkileyebilmesi için üç özelliğe sahip olması gerekir; yoğunluk, hız ve yön. Yoğunluk ve hız edinme kabiliyetini belirler, yön ise dışarıda üretilen bilgiye ulaşmasını açıklar. Ayrıca Zahra ve George'un (2002) "edinim" tanımına gelineye kadar daha öncede ifade edildiği gibi birçok araştırmacı Cohen ve Levinthal'ın (1990) üç boyutuna istinaden açıklamada bulunmuşlardır. Cohen ve Levinthal'a (1990) göre kritik bilginin fark edilip, edinimlenmesi şeklindeyken, Lane ve Lubatkin'e (1998) göre öğrenci işletme-öğretmen işletme tanımlamasıdır. Öğrenci

işletmenin öğretmen işletmenin sahip olduğu örtük bilgiyi fark edip, bilgiyi edinmesi şeklindedir.

Benimseme: Benimsemede önemli olan dış kaynaklardan edinilen bilgiyi anlamlandırmaktır. İşletmelerin mevcut durumu edinilen her bilgiyi anlamlandıramayabilir, bu durum yeterli bilgi birikimine sahip olunamamasından kaynaklanmaktadır. Bu durumun yaşanmaması için işletmeler edindikleri bilgiyi benimsemeleri gerekir, ancak benimsenen bilgi yeni süreçlerin gelişmesine imkân tanır. Bilginin yorumlanması, anlanması ve bu pratiğin sürdürülebileceği yeni süreçler geliştirilmesinin tamamını kapsamaktadır (Flatten vd., 2011).

Dönüşüm: Zahra ve George'un (2002) Cohen ve Levinthal'den (1990) farklı düşündüğü boyut dönüşüm boyutudur. Bir firmanın mevcut bilgiyi uzmanlıklarla birleştirme yeteneğidir (Lau ve Lo, 2015) Bilgideki ilerlemeler ancak uzmanlaşmayla ilişkilendirilir (Grant, 1996). Bu boyutta işletmenin mevcut bilgi ile benimsenen bilgiyi birleştirmesini sağlayan rutinleri geliştirme yeteneğidir. Çünkü edinilen bilgi kullanılmaya hazır halde olmayabilir. Aynı zamanda işletme birbirinden uyumsuz iki bilgiyi birleştirerek dönüşüm yeteneği oluşturularak yeni bilginin elde edilmesinin sağlanması olarak da tanımlanabilir (Flatten vd., 2011).

Kullanma: Yeni bilgileri kullanabilme kabiliyeti olarak ifade edilmektedir. Cohen ve Levinthal'e (1990) göre, özümseme kapasitesinin tanımında bilginin ticari amaçla uygulanmasına vurgu yapmaktadır. Kullanma boyutunda da bilginin faaliyetlere dönüştürülerek kullanılması söz konusudur. Bu şekilde yeni bilgilerin ortaya çıkması da sağlanmış olur. Yani eldeki verilerin edinilen bilgiyle harmanlanarak yeni faydalı ürünler elde edebilme ve geliştirebilme yeterliliğidir (Jiménez-Barrionuevo vd., 2011). Bilgiyi rekabet avantajına dönüştüren bu aşama bilginin örgütsel amaçlara uygulanmasını içermektedir (Cohen ve Levinthal, 1990).

Başka bir ifadeyle bilginin edinimini ve benimsenmesini içeren potansiyel özümseme kapasite, yeni dış bilginin tanımlanması ve elde edilmesinde dış kaynaklardan elde edilen bilginin özümsemede harcanan çabaları ifade etmektedir. Bilginin dönüşümünü ve bilgiden faydalanmayı içeren gerçekleşen özümseme kapasitesi, mevcut bilgi ve yeni edinilen bilginin birleşmesinden yeni anlayış ve sonuçların elde edilmesini ve dönüştürülmüş bilginin işleyişe dâhil edilmesini kapsamaktadır. Gerçekleşen özümseme kapasitesi dış bilgiden faydalanma, örgütte değer yaratan

bilgiye dönüştürme ve uygulama yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Zahra ve George, 2002).

Cohen ve Levinthal'in (1990) tanımlamalarından sonra Zahra ve George'un (2002) tanımına gelene kadar bir sürü çalışmalar yapılmıştır, fakat bu çalışmalar Cohen ve Levinthal'in tanımına bağlı kalınarak, özümseme kapasitesini örgütsel öğrenme üzerinden ele alarak yapılmıştır. Bu çalışmalar dikkate alınarak Tablo 2.1 oluşturulmuş ve bu çalışmalarda boyutların ne şekilde tanımlanmaya çalışıldığı genel olarak ifade edilmiştir.

Tablo 2.1: Özümseme Kapasitesinin Boyutları

Boyutlar	Bileşenler	Önemi	Alıntılar
Edinim	Önceki yatırımlar Önceki bilgiler Yoğunluk Hız Yön	Arama kapsamı Algısal şema Yeni bağlantılar Öğrenme hızı Öğrenme kalitesi	Boynton, Zmud ve Jacobs (1994) Cohen ve Levinthal (1990) Keller (1996), Kim (1998), Lyles ve Schwenk (1992), Mowery Oxley ve Silverman (1996), Van Wijk, Van den Bosh ve Volberda (2001) Veugeliers (1997)
Benimseme	Anlama	Yorumlama Anlama Öğrenme	Dodason (1993); Fichman & Kemerer (1999); Kim (1998); Lane ve Lubatkin(1998); Szulanski(1996)
Dönüşüm	İçselleştirme Dönüştürme	Sinerji Yeniden kodlama İlişkilendirme	Fichman ve Kemerer (1999); Koestle (1966); Kim (1997b, 1998), Smith ve DoGrogorio (in press)
Kullanma	Uygulama Kullanım	Temel yeterlilik Kaynakların Toplanması	Cohen ve Levinthal (1990); Dadgso (1993), Kim (1998); Lane ve Lubatki (1998); Szulanski (1996); Van den Bosh, Volberda & de Boer (1999); Van Wijk, Van den Bosh & Volberda (2001)

2.2.3. Özümseme Kapasitesinin Temel Modelleri

Firmaların varlıklarını sürdürebilmek için yenilikler yapması gerekmektedir. Bu yenilikler sadece firmaların varlıkları için değil ülkelerin ekonomik kalkınmaları içinde hayati önem taşımaktadır. Günümüz toplumunda bu kalkınmanın yaşanabilmesi için de geniş bir bilgi alanına ihtiyaç duyulmaktadır. Cohen ve Levinthal (1990) özümseme kapasitesini dış bilgileri mevcut bilgilerle harmanlayıp, ticari amaçlar için uygulanabilir hale getirme yeteneği olarak ifade etmişlerdir. Bu ifadeden hareketle Murovec ve Prodan (2009) özümseme kapasitesini iki temel model şeklinde ayırmıştır. Bu modellerden ilki bilim-itme modeli, ikincisi ise talep-çekme modelidir. İsimlerinden de anlaşılacağı üzere ilk model bilimsel bilgiyle alakalıyken ikinci model pazar bilgisiyle alakalıdır.

Bilim-İtme Modeli: Ar-Ge ve bilimsel araştırmalar bu modelin kaynak tabanını oluşturur. Bu model de teknoloji üretebilme yeterliliğine sahip firmaların Ar-Ge gerçekleştirerek özümseme kapasitesine katkı sağladığı görülmektedir. Büyük ölçekli firmalar Ar-Ge çalışmalarına önem vererek pazardaki güçlerini arttırmaktadır zaten böylelikle özümseme kapasitesine katkı sağlarlar. Piramidin en tepesindeki başarılı ve büyük firmalar bu modelle bilgi edinimine bütçelerinden devasa kaynaklar ayırmakta ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin ilerlediği ölçüde pazar payları ve rekabet güçleri de artmaktadır. Bu iki unsur birbirini besleyen bir döngü oluşturur ve sağlıklı işlediği ölçüde firmanın büyümesine katkı sunar. Ancak bilim-itme modelinde çıktı elde etmek için, talep-çekme modelinde çıktı elde etmek için kullanılan özümseme kapasitesinden daha fazla özümseme kapasitesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ar-Ge işbirliklerinin de firmaların inovasyon performansını arttırdığı gözlemlenmektedir (Murovec ve Prodan, 2009).

Talep-Çekme Modeli: Müşterilerle olan ilişkiler, talepler, firmalar arası rekabet bu modelin kaynağını oluşturur. Daha çok Ar-Ge çalışması yapma imkânı olmayan küçük ölçekli işletmeler tarafından kullanılmaktadır. Elde edilen bilgiyi en iyi şekilde özümseyebilme yeterliliğine sahip firmalar pazarda önemli bir yer elde edebilmektedirler. Yani, özümseme kapasitesi yeterliliğine sahip firmalar dışarıdan elde ettikleri bilgileri veya Ar-Ge faaliyetlerini kullanarak özümseme kapasitelerini arttırabilirler, bu durumda da pazar paylarını arttırabilme imkânına sahip olmaktadır. Ekonomik büyümelerin nedeni olarak daha çok bilimin itici güç olarak

kullanıldığı model görülmektedir ancak yeni fikirlerin ortaya çıkması noktasında değerlendirme yapıldığında talebin, inovasyon noktasında gelişime neden olduğu gözlenmektedir (Murovec ve Prodan, 2009).

Küçük ölçekli firmalar, kendisinden önce ve daha büyük ticari kazançlar elde edebilmiş firmaların ortaya çıkardığı bilgi haznesinden ne ölçüde faydalanabilirse, rekabet güçleri de o ölçüde artar. Kurama göre, örgütlerin yeni bilgiyi hazmedebilecek ve kullanabilecek altyapıya sahip olması gerekmektedir. Bilgi altyapısına sahip olmayan işletmeler, bilgiyi elde etmek için ne kadar çaba sarf ederse etsin, yeni bilgiden tam anlamıyla faydalanamayabilir. Müteakip bilgi ve teknolojik gelişmeler için bilgi altyapısını geliştiremeyerek “oyun dışında kalan” işletmeler, örgütün yaratıcı yıkımıyla sonuçlanan bir durumla karşılaşabilir (Fosfuri ve Tribo, 2008).

Çevresel değişikliklere uyum sağlamayan stratejiler ve ortam belirsizliklerinde firmalar yeni teknolojik bilgileri ve fırsatları değerlendirmelidir (Chen vd., 2019). Ancak o şekilde gelişme sağlanabilir. Bu da bilim-itme ve talep-çekme modellerinin birlikte kullanılmasıyla mümkün olmaktadır. Örneğin turizm sektöründe oluşan belirsizliklerle birlikte rekabetin çok olması ve müşteri değişiminin yarattığı talep durumu göz önüne alındığında edinilen bilgi firmaların devamlılığı için hayati önem taşımaktadır (Shaw ve Williamis, 2009).

2.2.4. Özümseme Kapasitesini Etkileyen Faktörler

Çevresel değişikliklerin hızla yaşandığı bir ortamda firmaların varlıklarını sürdürebilmeleri için dış bilgiyi en hızlı ve en iyi şekilde özümsemeleri gerekmektedir (Lane ve Lubatkin, 1998). Ayrıca firmaların dış bilgiyi özümserken kendi içindeki uzmanlıklar arasında bilgi akışını sağlayarak akışın ve ilişkilerin güçlendirilmesi de özümseme kapasitesini etkileyen faktörlerdendir (Cohen ve Levinthal, 1990). Bu yüzden firmada çalışanların kişisel özellikleri (kolay öğrenebilmesi, iletişime açık olması, daha önce çalıştığı firmalar, pozisyonu vb.) oldukça önemlidir. Sonuçta firmalarda bireylerden oluşur ve bireylerin bilgiyi özümstedikleri derecede o bilgiden verim elde edilebilir. Bu bilgiler ışığında firmalar; yaşanan değişimler, müşteri ve rakiplerin tutumları karşısında refleks geliştirir ve stratejilerini o doğrultuda yönlendirir (Kale vd., 2019). Dış çevreden elde

edilen ve özellikle müşteriler ve rakiplerle ilgili olan bilgilerin edinilmesi ve örgüt içinde paylaşılarak özümsemesi ise kritik bir değere sahiptir (Boateng vd., 2022).

Özümseme kapasitesini belirleyen kritik unsurlardan bir diğeri ise, belirtilen çalışmalarla örgütün parçası olan kişilerin özümseme kapasiteleri olarak tespit edilmiştir. Örgütler bireylerden oluşur ve bireylerin tek tek kapasiteleri, becerileri, kabiliyetleri firmanın toplam verimliliğini yükseltir veya alçaltır. Yani bireylerin özümseme kapasiteleri arttıkça, bu artış firmanın özümseme kapasitesine kuvvetli biçimde yansıyacaktır (Cohen ve Levinthal, 1990). Bu sebeple örgütler açısından bireylerin kabiliyetlerini geliştirmenin örgütün toplamının hedeflerinin gerçekleşmesi konusunda, verimliliğin artırılması yönünde güçlü etkileri olacağını düşünülebilir. Yüksek özümseme kapasitesine sahip firmalar, karmaşık bilgilerin yönetilmesi noktasında da avantajlıdır. Bireylerin kapasiteleri arttıkça karşılıklı etkileşimin güçleneceğini ve kolaylaşacağını, bunun da özümseme kapasitesini artıracığını öngörülebilir (Chung vd., 2022).

Çalışanların öğrenme kabiliyetlerinin ve örgütsel işleyişi geliştirecek yeteneklerinin artırılması örgütün özümseme kapasitesini geliştirir. Bunların yanı sıra, bir alanda o alana en uygun çalışanın işe alınması, çalışanların yeniliğe açıklığı, açık çalışma kültürünün oluşması, yani çalışanların fikirlerini sunabilmesi ve geribildirim alabilmesi, özümseme kapasitesini yükselten çalışan bazlı diğer etmenler olarak ortaya konulabilir. Firmanın özümseme kapasitesinin artışında, yeni bilgilerin fark edilmesi ve değerlendirilmesinden önce, bu özümseme sürecini başlatacak ve nihai hedefine, yani yüksek bir firma performansına ulaştırabilecek kalifiye bireylerin varlığının son derece etkili olduğu söylenebilir (Demirer ve Nartgün, 2020).

2.3. Tutumlu İnovasyon

Karmaşıklığı ve toplam yaşam döngüsü maliyetlerini azaltmak, işlevselliği artırmak ve nispeten düşük gelirli müşteriler için yüksek kullanıcı değeri ve uygun fiyatlı çözümler sağlamak için ürünleri, hizmetleri, sistemleri ve iş modellerini (yeniden) tasarlamayı ifade eden tutumlu inovasyon, ilk zamanlar daha azıyla daha fazlasını yapmak olarak tanımlanırken, sonraları daha azıyla daha iyisini yapmak şeklinde açıklanmıştır (Leliveld ve Knorringa, 2018). Gelişmekte olan pazarlarda ihtiyaçlara yönelik hizmet ve ürünler geliştirmek için mevcut çözümlere kıyasla son derece

yüksek maliyet avantajlarına sahip, temel ihtiyaçları düşük maliyet seviyesinde karşılayan ve müşteri için yüksek değer taşıyan ürünlerin tasarım sürecine tutumlu inovasyon denilmektedir (Albert, 2019). Kısaca tutumlu inovasyon, kaynak kısıtlamaları altında yenilikçi bir ürün veya hizmet üretme becerisi olarak tanımlanabilmektedir (Le vd., 2024). Uygun fiyatlı ürünler ve çözümler sunarak yeni pazarlar ve gelir akışları sağlayan tutumlu inovasyon, kaynak tüketimini azaltarak ve sürdürülebilir kalkınma bilincini teşvik ederek sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır (Hossain, 2018).

Tutumlu inovasyon daha az girdiyle daha çok ürün (hizmet, çıktı, kalite vb.) elde etmek anlamına gelmektedir. Daha çok ürün elde ederken önceki sistemlerden bağımsız değil, süreçleri radikal şekilde farklılaştırarak ve daha verimli hale getirmeye çalışarak tutumluluk sağlanması hedeflenmektedir. Tutumlu inovasyonun düşük fiyat üzerinde yoğunlaştığı göze çarpsa da aynı zamanda ürünlerdeki ve hizmetlerdeki karmaşıklığın azaltılmasında önemli rol aldığı görülmektedir. Hizmetlerin ulaşılabilir olması ve birey için kullanımının kolay olması tutumlu inovasyon ile içiçe mütalaa edilmektedir. Tutumlu inovasyon, hizmet sunumun sağlandığı veya sürece tüketicinin de dahil olduğu hizmet inovasyonu ile de ortak özelliklere sahip bulunmaktadır (Al-Omouh vd., 2024).

2.3.1. Tutumlu İnovasyon Tanımı ve Kapsamı

İnovasyon, yeni fikirlerin uygulamaya geçirilmesi yoluyla (Jalonen, 2012) yeni ürünler, hizmetler, iyileştirilmiş süreçler ve yapılar oluşturulmasını ifade etmektedir (Du Plessis, 2007). İnovasyon artık bir örgütün içindeki teknolojik gelişmenin, ürün ve hizmetlerin dönüşümü değildir, sınır dışındaki bilgi, inovasyonun kaynağını oluşturur (Naqshbandi ve Jasimuddin, 2022). İnovasyon ekonomik kalkınmanın temel taşlarından biridir. Bu yüzden ki inovasyon kelimesi ilk olarak iktisadi alanlarda araştırmalar yapan bilimciler tarafından kullanılmıştır. İyi inovasyonlar kısıtlı kaynaklarla müşteri taleplerini karşılarken aynı zamanda maliyetleri azaltmak için gereksiz maliyetleri ortadan kaldırarak değer katan ürün, hizmet ve bilgi sürecini oluşturur (Jiraphanumes vd., 2023). Aynı zamanda inovasyonu bir sonuç olarak değerlendirmemek gerekir, inovasyonu çeşitli argümanlar kullanılarak sürdürülen bir süreç olarak değerlendirmek daha yerinde bir yaklaşım olacaktır.

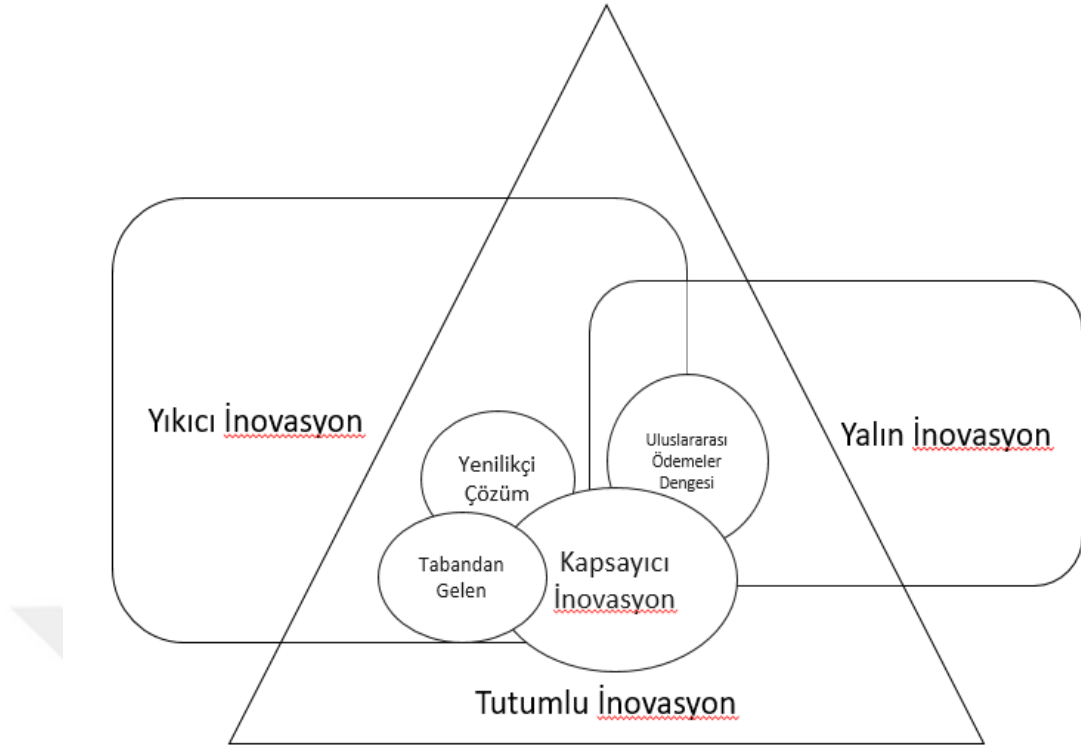
Tutumlu inovasyon bir inovasyon türüdür ancak kısıtlı kaynak kullanarak yenilik çözümleri sunma düşüncesine dayanmaktadır (Al-Omouh vd., 2024). Tutumlu inovasyonun çıkış kaynağı gelişmekte ve düşük gelirli ortamlarda yeniliğin sağlanmasıdır ancak daha sonra ‘‘kısıtlı kaynaklar sınırsız ihtiyaçlar’’ düşüncesinin hâkim sürdüğü dünyamızda ve günümüzde gelişmiş ekonomilerin ve ortamların da ilgisini çeken bir inovasyon modeli olmaya başlamıştır. Ayrıca tutumlu inovasyon sürdürülebilirliği sağladığı için zararlı çevresel etkileri en aza indirir. Sürdürülebilirlik, gelecekte insanların ihtiyaçlarından ödün vermeden ihtiyaçlarını karşılama yeteneği olarak karşımıza çıkmaktadır (Halisçelik ve Soytaş, 2018). Tutumlu inovasyon sosyal zorluklara çözüm olarak ortaya çıkmıştır, dünyada yaşam kalitesini iyileştirmenin ve ekonomik farklılıkların önüne geçmeyi hedeflemektedir (Shahid vd., 2023).

Tutumlu inovasyonda amaç kısıtlı kaynaklardan (bilgi eksikliği vs.) kaliteli ve uygun fiyatlı çıktılar almaktır fakat kısıtlı kaynaklardan yeni çıktılar elde etmek oldukça zordur (Hossain, 2021). Tutumlu inovasyonu geliştirmekte olan pazarların sürdürülebilirliği açısından uygulanabilir, uygun maliyetli, ürün ve hizmetlere kolay erişilebilir olması aynı zamanda geliştirmek amacıyla gelişen dünya pazarında insanların ihtiyaçlarının ön planda tutulduğu için ortaya çıkmış bir tasarım modelidir. Tutumlu inovasyon, uygun fiyatlı, sürdürülebilir, kullanımı kolay ve kaynak kıtlığı altında geliştirilen yeni ürün, hizmet veya bunların birleşimini ifade eder (Hossain vd., 2016). Hossain vd. (2016) tutumlu inovasyonu finansal, teknolojik, malzeme veya diğer kaynak kısıtlamalarına rağmen tasarlanan ve uygulanan, bir kaynak kıtlığı çözümü (yani ürün, hizmet, süreç veya iş modeli) olarak ifade etmiş ve tutumlu inovasyonun diğer benzer işlevdeki ürün ve hizmetlerden daha ucuz ve temel ihtiyacı karşılayacak kadar iyi olduğunu belirtmiştir. Tutumlu inovasyonun hızla büyüyen ve gelişen dünya ekonomisinde pazarında yetersiz hizmet alımını ve sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla gelişmiştir. Geleneksel yaklaşımların sonucunda oluşan kaynak kıtlığı, ekonomik ve çevresel hasarların önüne geçmektir (Basu vd., 2013). Soni ve Krishnan (2014) ise kısaca istenilen sonuca hem ekonomik bir şekilde hem de yeterince iyi bir şekilde ulaşmayı sağlayan inovasyon türü olarak tanımlamışlardır.

Tutumlu inovasyonun ilk tanımı, sadece bir üründen ibaret olmadığı, tüm sürecin ve iş modelinin yeniden dönüşümü şeklinde ifade edilmiştir (Tian ve Wang, 2023). Tutumlu inovasyon ürün, süreç, iş bölümü, hizmet şeklinde çeşitli türlerden

oluşabilir (Jiraphanumes vd., 2023). Tutumlu inovasyon maliyeti düşürme amacıyla değer zincirindeki (geliştirme, üretim, dağıtım, tüketim ve elden çıkarma) malzeme ve finansal kaynak kullanımının en aza indirmeyi amaçlayan yenilikçi ürün ve hizmetlerdir (Tiwari ve Herstatt, 2012a). Tutumlu inovasyon bağlamı olarak Şekil 2.3'de gösterildiği üzere geleneksel olmayan çözüm, uluslararası ödemeler dengesi, taban yenilikleri, kapsayıcı yeniliklerden oluşmaktadır (Tiwari ve Herstatt, 2012b).

Tutumlu inovasyon uygun fiyatlı ve düşük maliyetli aynı zamanda şimdiye kadar ulaşılmamış tüketici gruplarına ulaşmaya hedeflediğinden yıkıcı olma eğiliminde olabilir (Christensen ve Raynor, 2003). Bu düşük gelir kaynaklı tutumu ucuz ürün olarak sosyal algı oluşturmak olup tüketicilerde kusurlu ürün olarak düşünüldüğü piyasalarda satın alma gücünün olmaması sebebiyle sürdürülebilirlik sağlanamıyor. Belli bir kitleyi hedef alarak değil de müşterilerin harcama isteğine bağlı olarak sade ama çekici ve kaliteli ürünler yaratılarak bu düşünce tarzı değiştirilebilir (Tiwari ve Herstatt, 2012b). Zaten bir yeniliğin tutumlu inovasyon kapsamında değerlendirilmesi için karşılaması gereken üç kriter mevcuttur. Yani yapılan yenilik, maliyetleri azaltıyorsa, temel işlevlere odaklanıyorsa ve performansı optimize ediyorsa bu yeniliğin tutumlu inovasyon olduğunu söylemek mümkündür (Weyrauch ve Herstatt, 2017). Bu doğrultuda tutumlu inovasyonun tek amacının daha az maliyetle yenilik yapmak ve daha düşük ücretli olarak piyasaya sunmak olmadığını söylemek mümkündür. En önemli amaçlardan biri bu olsa da, temel işlevden ve kaliteden ödün vermeden yapılan bir yenilik türüdür.



Şekil 2.3: Tutumlu İnovasyon Bağlamı

Firmalar inovasyon stratejilerini tasarlar ve yürütürler, tabi ki bu çalışmaların yürütülmesi için Ar-Ge çalışmalarının olması gerekir ancak gelişmekte olan ülkelerde faaliyetler genel anlamda orta ve küçük ölçekli KOBİ'ler tarafından sağlandığı için ve Ar-Ge çalışmalarına imkân bulunamadığından bu ortamlarda liderler önemli bir pozisyonundadır. Burada liderler faaliyetleri taleplere göre yönlendirir, stratejik yeniliği sağlarlar (Iqbal ve Piwovar-Sulej, 2023a). İnovasyonlar Ar-Ge çalışmalarının yoğun olarak yapılabildiği gelişmekte olan ülkelere geliştirilip daha sonra gelişmekte olan ülkelere transfer edilir. Ancak son zamanlarda tutumlu inovasyonla birlikte bu durum tersine işler bir hal almaya başlamış bulunuyor. Diğer yenilik türlerinin aksine tutumlu inovasyon düşük gelirli ülkelerde yayılmaya başlamış bir yenilik türüdür (Hossain vd., 2016). Ancak zaman içerisinde gelişmiş ülkelerin de ilgisini çekmiştir. Çünkü tutumlu inovasyon kaynak kullanımını azaltarak sürdürülebilirliğe de önemli katkı sunmaktadır (Albert, 2019). Yani tutumlu inovasyon sadece düşük gelirli müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamakla kalmamakta, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma noktasında da önemli katkı sunmaktadır (Hossain vd., 2023).

2.3.2. Tutumlu İnovasyon Kriterleri

Gelişmekte olan ülkelerde geliştirilen ürünlerin veya hizmetlerin gelişmiş ülkelere transferi (mikrodalga gibi) söz konusu olmaya başladı. Bazı araştırmacılar tutumlu inovasyonu açıklarken bazı kriterler belirlemişlerdir. Basu ve arkadaşları (2013), tutumlu inovasyonu açıklarken Santa Clara Üniversitesi tarafından geliştirilen 10 temel yetkinliği üzerinden ilerlemiştir. Bu yetkinlikler aşağıda verilmektedir;

- Sağlamlaştırma: Zorlu fiziksel ortamlarda ve koşullarda daha uygun maliyetli, düşük gelirli tüketicilere pazarlanması, ürünlerin ihtiyaç duyulan alanlara dağıtımı ve en önemlisi ürünlerin bulundukları ortama uygun tasarlanmalarıdır (ToughStuff: Dayanıklı Güneş Paneli Şarj Sistemi).
- Taşınabilir olması: Acil durum kitleri gibi bir yerden diğerine taşınabilir olması ve o anki temel ihtiyaçları karşılamasını sağlayan ürünlerdir.
- Mobil ağ bağlantısı (Erişilebilirlik): Mobil cihazlar üzerinden (Cep telefonu gibi) zamanlarını fırsata çevirecek ihtiyaçlarını karşılayacak uygulamaların geliştirilmesidir (para gönderme, ürün satın alma, fatura ödeme vb.).
- İnsan ihtiyacına odaklı olması: İnsanların sağlık, eğitim yeme-içme gibi temel ihtiyaçlarının sürdürülebilirliği ve geçim kaynaklarının sağlamak amaçlı uygun maliyetlerin ürünlerin geliştirilmesidir.
- Basit ve minimalist özellikler: Basit ürünlerin yüksek teknoloji ile bütünleşmesi ile minimal ama işlevi yüksek olarak insanlara fayda sağlamaktadır.
- Geleneksel olmayan yeni kanallar: Ürünlere erişimi kolay olmayan yerel müşterilere hem ürün sunmak hem de bu müşterileri ekonomiye katarak yeni dağıtım modellerinin geliştirilmesini sağlamaktadır.
- Adaptasyon: Mevcut ürünlerin ortama uyum sağlayarak farklı ihtiyaçların karşılanmasına fayda sağlamasıdır. Örneğin kitle iletişim araçların geniş kitlelere ulaşması için sesli ve yazılı formlarının entegrasyon oluşmasıdır.
- Kaynak kullanımı: Yerel kaynak kullanımı, gündelikte kullanılan hammaddelerin geliştirilerek temel gereksinimlerin karşılanması
- Yenilebilir teknoloji: Yenilebilir enerjiler ile üretilen teknolojilerin gereksinimlerin karşılanması
- Uygun fiyat, maliyet

Bu yetkinliklerin ihtiyaçlar doğrultusunda kullanımı gelişmekte olan ekonomik pazarlara yeni üretken ve sürdürülebilir bir fırsat sunmaktadır. Kaliteli, uygulanabilir, erişilebilir ve uygun fiyatlı hizmet ve ürünler ile sonuçlanır. Tutumlu inovasyonun en önemli özelliği kaynak yetersizliğinde ekonomik verimliliği arttırmaktır. Uygun fiyat ve ucuzluğun yanında sorunun özünü ele almasıdır (Basu vd., 2013).

Herstatt, Weyrauch (2017), Tutumlu inovasyonu 3 tamamlayıcı kriter üzerinden açıklamıştır. Bu üç kriterin tamamının ve aynı anda karşılanması doğrultusunda tutumlu inovasyonun karşılandığını belirtmektedirler. Bu kriterler şunlardır;

- Düşük ölçüde maliyet ve satın alma fiyatı: Tutumlu inovasyon, geleneksel ürün ve hizmetlerden daha düşük maliyet ve uygun fiyatlı olmalıdır. Literatüre bakıldığından ise bu düşük maliyetin üretici ve hizmet verenler açısından değil müşteri perspektifinden karşılanmalıdır.
- Temel işlevsellik (işlevsel ve odaklanmış): Maddi ve finansal kaynakların kullanımının aza indirgenmesi, kullanıcı dostu.
- Performans düzeyi: kullanımı kolay, güvenilir, sağlam, son teknoloji, kaliteli gibi belli standartlarda olmasıdır.

Bu kriterlere göre tutumlu inovasyonun farklı ihtiyaçlara ve yerel koşullara sahip olan pazarlara bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Hem gelişmekte hem de gelişmiş pazarlarda kullanılabilir. Gelişmekte olan pazarların gereksinimlerini karşılamak ve gelişmekte olan pazarlardan gelişmiş pazarlara aktarmak ve uyarlamak tutumlu inovasyonun özünü göstermektedir (Weyrauch ve Herstatt, 2017).

2.3.3. Tutumlu İnovasyon Boyutları

Tutumlu inovasyonda amaç, önceden tanımlanmış belirli kriterleri kalite standartlarına uygun şekilde yerine getirirken maliyetini de önemli ölçüde azaltmaktır (Santos vd., 2020). Tutumlu inovasyon, firmanın müşterilere dayanıklı ve kullanımı kolay temel işlevselliğe odaklanan ürünler/hizmetler sunmak için temel değeri belirleme ve geliştirme becerisini ifade eden “tutumlu işlevsellik”, firmanın tüketiciye iyi ve ucuz ürünler/hizmetler sunmak için yeni çözümler üreterek kaynak kullanımını önemli ölçüde azaltma becerisini yansıtan “tutumlu maliyet” ve firmanın değer zinciri ve faaliyet çevresi boyunca sürdürülebilirlik ve etkili ilişkiler yaratmak ve teşvik etmek için ihtiyaçlara yönelik verimli ve etkili çözümler aramaya odaklan

becerisini ifade eden “tutumlu ekosistem” olmak üzere üç boyuttan meydana gelmektedir. Bu boyutlar, tutumlu inovasyon stratejileri geliştirilirken göz önünde bulundurularak genel etkinliğe ve başarıya katkı sağlamaktadır (Le vd., 2024).

Tutumlu inovasyonun ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik üzerinde olumlu etkileri olup, enerji ve malzeme verimliliğini en üst düzeye çıkarmakta, atıklardan değer yaratmakta ve ürünlerin etkin ömrünü uzatmaktadır (Albert, 2019). Düşük gelirli tüketiciler için ürün ve hizmetleri daha uygun fiyatlı hale getirmesiyle temel mal ve hizmetlere erişimi artırmakta, kaynak verimliliğini ve sürdürülebilirliği teşvik ederek atıkları ve çevresel etkileri azaltmaktadır. Sosyal kalkınma, ekonomik güçlendirme ve kaynakların korunması açısından etkileri olan tutumlu inovasyon, firmalara yeni gelir akışları yaratma fırsatı da sunmaktadır (Hossain, 2018). Sosyal eşitliği teşvik eden ve istihdam yaratılmasına katkıda bulunan tutumlu inovasyon, yaşamı iyileştirebilmekte ve küresel yoksulluğu azaltabilmektedir (Albert, 2019).

Tutumlu Maliyet: Maliyet azaltımı, tutumlu inovasyonun geleneksel inovasyon çözümlerine göre daha düşük maliyetle çözümler geliştirilmesini ifade eder. Bu tanımdan anlaşılacağı üzere tutumlu inovasyon kapsamında ürün ve hizmet geliştirilmesinde üretim maliyetleri düşürülmektedir, uygun fiyatlar sayesinde ulaşılabilir olmaktadır ve bu sayede ekonomik olarak avantajlı çözümler elde edilmektedir (Weyrauch ve Herstatt, 2017). Ancak kaynak tüketiminde tutumluluk sağlayabilmek için bilimsel gelişmeleri yakından takip edip, uygulamaya koymak önemlidir (Rao, 2017).

Tutumlu İşlevsellik: Temel işlevlere odaklanma boyutunda işlevsellik ve temel ilkeler üzerinde durulur yani malzeme ve kaynak kullanımının azaltılması amaçlanırken müşteriler içinde kullanılması kolay ürün ve hizmetler geliştirmeyi hedefler. En elverişli kullanımın sağlandığı kriterleri göz önünde bulundurarak gerekli olmayan işlevlerin kaldırılmasıyla uygun fiyatlı ürün ve hizmet elde etmeyi sağlar. Ayrıca bu durum kullanımı kolaylaştırmayı da beraberinde getirebilir. Yani bu boyutta amaç fiyat, performans ilişkisini maksimize etmektir (Santos vd., 2020).

Tutumlu Ekosistem: Son olarak üçüncü boyut sürdürülebilir yeniden yaratım, tutumlu inovasyonun kaynak kıtlığı veya kaynak kısıtlamalarından kaynaklanan sürdürülebilir yönünü ifade etmektedir. Tutumlu inovasyon müşterilerin taleplerini veya ihtiyaçlarını sürdürülebilir çevresel ve operasyonel süreçlerle karşılamayı

hedeflemektedir (Pisoni vd., 2018). Öte yandan, tutumlu inovasyon ile ilgili olarak kıtlık ve kaynak kısıtlamaları, kurumsal boşluklar veya karmaşıklıklar ve gelişmekte olan pazarlardaki düşük bireysel satın alma gücü gibi zorluklar yer alabilmektedir (Santos vd., 2020). Artan satın alınabilirliğin daha fazla tüketime ve çevresel zarara yol açabileceği ihtimaliyle ilgili söz konusu endişenin yanı sıra tutumlu inovasyonun kalitesinin önceki standartlara uymaması halinde şirketin markasına zarar verme riski de bulunmaktadır (Albert, 2019). Tutumlu inovasyonun sürdürülebilirlik üzerinde atık ve çevre sorunlarına katkıda bulunmak gibi çeşitli olumsuz etkileri de olabilmektedir (Hossain, 2018). Ayrıca, tutumluluk kavramı hem gelişmekte olan hem de gelişmiş pazarlarda faaliyet gösteren şirketlerin zihniyetinde bir değişiklik gerektirmekte bu da bazı kuruluşlar için zorluk teşkil edebilmektedir (Santos vd., 2020).

3. HİPOTEZ GELİŞTİRME

3.1. Sosyal Sermaye ve Özümseme Kapasitesi İlişkisi

İnsan beyni yeni bir bilgiyi öğrenirken o bilgiyle kurulan bağların çokluğuna bakarak öğrenmeyi gerçekleştirir. Bağlar fazla ise öğrenme kalıcı hale gelir, bağlar az ise öğrenme kalıcı olmamaktadır. Aynı şeyi firmalar içinde söyleyebilmek mümkündür. Sosyal sermaye, firmanın diğer firmalar ve paydaşlarla ilişkilerine odaklanmakta ve dolayısıyla firmalara dışsal geniş bir bilgi kaynağına erişim olanağı sunmaktadır (Castro ve Cepeda, 2016). Özümseme kapasitesi ise firmaların ilişki içerisinde bulunduğu paydaşlardan faydalı bilgilerin edinilmesini ve kullanılmasını sağlamaktadır (Gölgeci ve Kuivalainen, 2020).

Firmaların yeni bilgiler edinip, bunları kendi ürün ve süreçlerini geliştirmek için kullanmaları, diğer bir deyişle özümseme kapasitelerini geliştirmeleri müşteriler, tedarikçiler, üniversiteler ve diğer tüm paydaşlarla ilişkilerine bağlıdır (Duodu ve Rowlinson, 2020). Dahası firmaların dış aktörlerle etkileşimi arttıkça yani daha güçlü bağlar kurdukça, elde edilen bilginin sıklığı ve büyüklüğü artmakta ve bu yeni bilgiler ile ilgili değerlendirmeleri de gelişmektedir (Yli-Renko vd., 2001). Çünkü firmalar etkileşim içinde bulundukları aktörlerle bir ağ içinde bulunmakta ve süreç içerisinde bu ağa karşı ait olma hissiyatına sahip olmaktadır (Ortiz vd., 2018). Daha ayrıntılı ele alındığında yapısal sosyal sermaye firmanın daha çok dış paydaşla etkileşimini ve dolayısıyla bilgi kaynağının fazla olmasını, ilişkisel sosyal sermaye güvene dayalı ilişkiden ötürü faydalı bilgi elde etmeyi ve bilişsel sosyal sermaye fikir birliğine dayalı bilginin etkili bir şekilde benimsenip kullanılabilmesini sağlamaktadır (Lyu vd., 2022). Bu kapsamda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1. Yapısal sosyal sermaye ile özümseme kapasitesi arasında pozitif bir ilişki vardır.

H2. İlişkisel sosyal sermaye ile özümseme kapasitesi arasında pozitif bir ilişki vardır.

H3. Bilişsel sosyal sermaye ile özümseme kapasitesi arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2. Sosyal Sermaye ve Tutumlu İnovasyon İlişkisi

Bilgi paylaşımında örtük bilginin ortaya çıkması yüz yüze iletişim sayesinde mümkün olmaktadır. Sosyal sermaye gerek örtük bilginin ortaya çıkarılmasında, gerek ise bilgi transferinde temel roledir. Paylaşılan değerler, normlar, yüz yüze iletişim ve bakarak öğrenme yoluyla ve güven temelli ilişkilerle sağlamlaşır. Bu sayede kalkınmanın ve rakebetin temeli olarak görülen inovasyonların artması ekonomik gelişmeye katkıda bulunur. Sosyal sermaye temelli ulusal inovasyon sistemlerinin oluşturulması, inovasyon kültürünün yerleşmesi ve etkin ulusal inovasyon politikalarının gerekliliği ön plana çıkmaktadır.

Firmaların özellikle dijital teknolojiler geliştirirken ve dijital dönüşüm gerçekleştirirken sosyal sermayenin inovasyon performansına önem göstermesi gerekmektedir. Yaşanılan olumsuz durumlarda (kaynak kısıtlamaları, iletişim engelleri gibi) sosyal sermayeyi oluşturan sosyal ağlar inovasyon performansını hala arttırabilir durumdadır. Bununla birlikte dijital firmalarda sosyal sermayenin üç boyutu da inovasyon performansını arttırabilir. Bunun yanı sıra firmalar sosyal sermayelerini geliştirmek için işbirlikçi yaklaşımlara ihtiyaç duyarlar Yeni işbirlikçi yaklaşımlar da firmalara heterojen bilgi getirebilir ve böylece inovasyonu arttırabilir. Bu heterojen bağlantılar ne kadar güçlüyse bilgi birikimi o denli genişlemektedir (Lyu vd., 2022).

Tutumlu inovasyon benzerlerinden daha düşük maliyetle, temel işlevler açısından değerli ürün ve hizmet yeniliklerini kapsamaktadır (Iqbal ve Piwovar-Sulej, 2023b). Bu sebeple tüm diğer inovasyon çeşitleri gibi bilgiye ve kaynağa ihtiyaç duyulmaktadır. Sosyal ilişkiler yoluyla maliyeti düşük yenilikler yapmak için değerli bilgiler elde edilebilir (Mengesha vd., 2021). Tutumlu inovasyon yapmak için firmaların müşteri ihtiyaçlarını iyi anlamaları gerekmele birlikte, kaynakların verimli kullanımı konusunda ve bütünsel bir yaklaşıma sahip olmak açısından da bilgiye ihtiyaçları vardır (Xuecheng ve Iqbal, 2022). Belli bir sosyal ağın içinde olmak ve bu ağ içinde güçlü etkileşimlerde bulunmak ise firmanın, yeni fikir ve kaynaklara ulaşmasını sağlamaktadır (Soni ve Krishnan, 2014). Böylece firma maliyeti düşük tutumlu inovasyon fikirleri için geniş bir bilgi kaynağına sahip olabilir. Ayrıca farklı kurum, kuruluş ve firmalarla ağlar oluşturmak gerekli altyapıya erişilmesi, yerel tedarikçilerle ilişkilerin geliştirilmesi ve çeşitli indirimler elde

edilmesi gibi faydalar sağlayarak tutumlu inovasyon geliştirilmesini desteklemektedir (Niroumand vd., 2020), başka bir deyişle tutumlu inovasyon fikrini uygulamaya dökebilmesini mümkün hale getirmektedir (Soni ve Krishnan, 2014). Bu argümanlar firmanın sahip olduğu sosyal sermayenin, tutumlu inovasyon açısından kritik önem taşıdığını göstermektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H4. Yapısal sosyal sermaye ile tutumlu inovasyon arasında pozitif bir ilişki vardır.

H5. İlişkisel sosyal sermaye ile tutumlu inovasyon arasında pozitif bir ilişki vardır.

H6. Bilişsel sosyal sermaye ile tutumlu inovasyon arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.3. Özümseme Kapasitesi ve Tutumlu İnovasyon İlişkisi

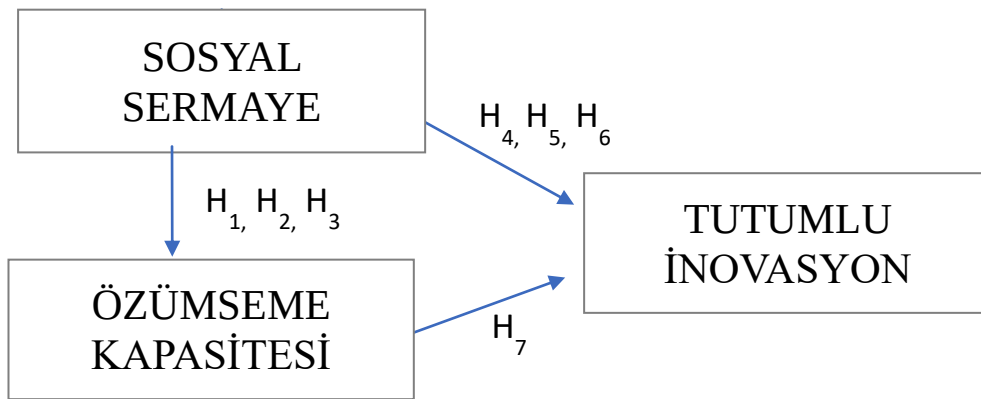
İnovasyon kavramı, özümseme kapasitesinin ortaya konulmasından itibaren özümseme kapasitesinin önemli bir çıktısını oluşturmaktadır. İşletmelerin başarılı olmak ve devamlılıklarını sağlamak adına inovasyon kabiliyetine sahip olmaları gerekmektedir. Özümseme kapasitesine sahip olan işletmelerin kümülatif şekilde olan bilgiyi en etkili ve verimli şekilde değerlendirip yeni çıktılar üretmesine inovasyon denilir. Özümseme kapasitesi ise farklı bilgiler edinilip bu bilgilerin belirli aşamalardan geçirilip kullanılabilir hale getirilmesidir. Bilgi tüm üretim süreçlerinde kritik bir girdiyse uzmanlaşmış bilginin uygulanması için bilginin entegrasyon edilmesi gerekir (Grant, 1996). Kuruluşların teknolojik bilgisi doğrudan Ar-Ge faaliyetleriyle ya da rakip firmalardan gelen bilgilerin entegre edilmesiyle elde edilir. Ar-Ge'ye zaman ve kaynak ayıran bir firma, teknolojik bilgi temellerini arttıracaktır. Firmalar ayrıca dış teknolojileri ithal ederek ve bunları organizasyona yayarak, asimile ederek, ileterek ve özümseyerek teknolojik bilgilerini güçlendirir (García-Morales vd., 2007). Ancak firmalar bilgi edinme ve kullanma konusunda önceden özümsemiş bilgilerini (yani deneyimlediği bilgileri) daha iyi değerlendirebilirler.

Gelişmekte olan ülkelerdeki yerli firmalar, yabancı teknolojileri kullanmasıyla birlikte başlangıçta geliştirdikleri ürünlerin farklı koşullarda özümsemişi ve yeniden üretilmesiyle birlikte farklı özellikteki ürünlerin ortaya çıkmasına neden oldu (Chakravarty ve Gomez, 2023).

Firmaların yenilikçi çözümler, ürünler ve hizmetler geliştirebilmeleri için teknolojik açıdan, pazar hakkında ve müşterilerle ilgili yeterince bilgiye sahip olması gerekmektedir (Kun, 2022). Çünkü başarılı yenilikler geliştirebilmek için iyi ve yeni bir fikre sahip olmanın yanı sıra, pazarda bunun kabul görüp görmeyeceğini, müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını, rakiplerin hamlelerini ve gerekli teknik detayları da bilmek gerekmektedir. Bu sebeple dış çevrede sürekli bilgi aramak önemlidir. Ancak sadece bu bilgilere ulaşmak yeterli olmayabilir. Nitekim doğru ve faydalı bilgilerin ayırt edilmesi ve uygulanabilmesi fark yaratmaktadır. Bunu yapabilmek için ise yüksek özümseme kapasitesi belirleyici konumda bir örgütsel yetenektir. Firmaların özümseme kapasitesi yoluyla dış çevreden edindikleri bilgilerle yeni ürün ve hizmetler geliştirmeleri mümkündür. Özümseme kapasitesi benzer şekilde tutumlu inovasyon geliştirilmesini de sağlayabilir. Bu kapsamda Chatterjee ve arkadaşları (2021) daha az maliyetli yenilikler için etkili bilgi yönetiminin önemine vurgu yapmışlardır. Çünkü firmaların bilgi edinip kullanabilmeleri, temel işlevlere odaklı ürün ve hizmetler geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Lei vd., 2021). Bu argümanlar doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H7. Özümseme kapasitesi ile tutumlu inovasyon arasında pozitif bir ilişki vardır.

Sosyal sermaye ve özümseme kapasitesinin tutumlu inovasyon üzerindeki etkisini araştırmak üzere yapılan literatür çalışması neticesinde 7 adet hipotez geliştirilmiştir ve geliştirilen hipotezlerden oluşturulan araştırma modeli Şekil 3.1’de verilmiştir.



Şekil 3.1: Araştırma Modeli

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Teknolojinin hayatımızda daha çok yer tutmasıyla birlikte ülkelerin büyüme geleneklerinin de değişime uğradığı son yıllarda yapılan çalışmalarda kendini göstermiştir. Her saniye dünyayla etkileşim halinde olan insanoğlunun işbirliği ve güven faktörüyle oluşturduğu sosyal sermaye olgusuna artık daha çok önem verilir olmuştur. Aynı zamanda bilginin var olan bilgiyle harmanlanıp, yeni veriler elde edebilme yeteneği yani “özümseme kapasitesi” bir firmanın varlığını devam ettirebilmesinin yegâne kurallarından biri olmuştur. Bunların yanı sıra kaynakların hızlı bir şekilde tüketildiği dünyamızda inovasyonlar daha sürdürülebilir bir hal almaya başlamıştır. Bu sürdürülebilirliğin oluşturduğu tutumlu inovasyon olgusu ilk olarak az gelişmiş olan ülkelerde kendini göstermiş olsa da artık gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde de popüler bir olgu haline gelmiştir.

Bu bilgilerden hareketle büyümeye pozitif etkileri olan sosyal sermaye ve özümseme kapasitesinin yeni bir olgu olan tutumlu inovasyona olan etkisini araştırmak amaçlanmaktadır. Bu araştırmayla literatüre katkı sağlamak hedeflenmektedir.

4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Sosyal sermaye ve özümseme kapasitesinin tutumlu inovasyon üzerine etkisinin incelendiği bu araştırmada bazı kısıtlar bulunmaktadır. Öncelikle araştırma kapsamı lokasyon olarak sadece Türkiye’de sanayi faaliyetlerinin yoğun olarak sürdürüldüğü il olan Kocaeli’nde gerçekleştirilmiştir ve bu bölgede imalat sanayi çoğunluktadır. Ancak araştırma verileri analiz edilip değerlendirilirken sektörel bir ayırım yapılmamıştır. Her bölgenin ve sektörün kendine ait dinamikleri mevcuttur. Bu dinamiklere göre de farklı bölge ve sektörlerde yapılan araştırma sonuçları değişiklik gösterecektir. Daha doğru ve kapsamlı sonuçlar elde edebilmek için araştırmanın alanını genişletmek ve daha çok sektör üzerinden veri elde etmek ve bu sektörel ayrımlara dikkat ederek analizler yapılması gerekmektedir. Böyle bir araştırma kapsamında daha farklı ve doğru sonuçlar elde edilebilir.

4.3. Örneklem ve Veri Toplama

Bu çalışma kapsamında ortaya konulan hipotezleri test etmek için gerekli veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara kendileri ve çalıştıkları firma ile ilgili demografik bilgiler elde etmek üzere sorular yöneltilmiştir. İkinci bölümde ise ilgili değişkenleri ölçmek üzere geçmiş çalışmalardan uyarlanmış ölçekler bulunmaktadır. Sosyal sermaye değişkeni için kullanılan ölçekler; sosyal yapısal sermaye için Kim ve Shim (2018), sosyal ilişkisel sermaye için Jeong ve arkadaşları (2021), sosyal bilişsel sermaye için Jeong ve arkadaşları (2021) ve Nahapiet ve Ghoshal (1998) tarafından belirlenen ölçekler kullanılmıştır. Özümseme kapasitesi için Flatten ve arkadaşları (2011) tarafından geliştirilen 14 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Son olarak tutumlu inovasyon ölçeği Oliveira ve arkadaşlarının (2023), Santos ve arkadaşlarının (2020) çalışmalarından uyarlanmıştır.

Bu ölçekler orijinal dillerinden öncelikle Türkçeye çevrilmiştir, daha sonra tekrar orijinal dillerine çevrilerek paralel çeviri metodu uygulanmıştır ve ilk haliyle son hali arasında farklılık olup olmadığı karşılaştırılıp sonrasında gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Değişkenlerin ölçümü 5'li Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir (1. Kesinlikle Katılmıyorum, ... 5. Kesinlikle Katılıyorum). Katılımcıların kimlik bilgileri hiçbir şekilde talep edilmemiştir. Ankette bilgi verilmesi istenilen demografik özellikler yaş, cinsiyet, eğitim durumu, çalışma süresi, departman ve sektör şeklindedir. Ayrıca firmaların yılı ve çalışan sayısı da istenilen bilgiler arasındadır.

Anketin hazırlanmasının ardından Kocaeli'nde imalat sanayinde faaliyet gösteren firmaların yöneticileriyle iletişime geçilmiş ve 500 anket yöneticilere dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerden 340 tanesi doldurulmuş olarak geri toplanmıştır. Bu anketler incelendiğinde 31 anketteki ifadelerin çoğunlukla boş bırakılmış olduğu görüldüğünden bunlar analiz dışı bırakılmıştır. Dolayısıyla 309 yöneticiden toplanan verilerle araştırma hipotezleri test edilmiştir.

4.4. Demografik Özellikler

Analizlere başlamadan önce katılımcılara ilişkin demografik bilgiler incelenmiştir. İncelenen bu bilgiler Tablo 4.1’de gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların %34.1’i kadınsa %65.9’u erkektir, %57.2’si 25-35 yaş aralığındadır ve %3.3ü lise mezunuyken %89.2’si en az lisans mezunudur. Bu durum örneklemin eğitim düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ankette firmaların çalışan sayısı ve faaliyet süreleri de istenilen bilgiler arasındadır. Katılımcıların çalıştıkları firmaların %70’inin 1000’den az çalışanı vardır ve %35.8’i 50 yıldan uzun süredir faaliyettedir.

Tablo 4.1: Demografik Özellikler

Çalışan Sayısı	Yüzde
<250	%40.3
250-499	%18
500-999	%11.7
1000-5000	%26.7
>5000	%3.3
Faaliyet Süresi	
<10	%8.4
10-25	%25.7
26-50	%30.1
51-100	%34.8
>100	%1
Cinsiyet	
Kadın	%34.1
Erkek	%65.9
Yaş	
<25	%4.9
25-35	%57.2
36-45	%29.8
46-55	%7.8
>55	%0.3
Eğitim Durumu	
Lise-Meslek Lisesi	%3.3
Ön Lisans	%7.5
Lisans	%64.3
Yüksek Lisans - Doktora	%24.9

4.5. Ölçüm Geçerliliği ve Güvenilirliği

Hipotezlerin testine başlamadan ölçümün geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. İlk olarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Analizde faktör yükü 0.50'nin altında kalan ifadeler analizden çıkarılmıştır. Bu doğrultuda ilişkisel sosyal sermaye değişkenine ilişkin ifadelerden bir (1) soru, yapısal sosyal sermaye değişkenine ilişkin ifadelerden üç (3) soru, tutumlu inovasyon değişkenine ilişkin ifadelerden dört (4) soru, toplamda 8 soru analize dâhil edilmemiştir. Faktör yapısına ilişkin DFA analizi sonuçları Tablo 4.2'dedir. Ayrıca uyum iyiliği indeksleri de iyi bir uyumu göstermektedir ($\chi^2/df=2.155$, CFI=0.921, IFI=0.923, RMSEA=0.061).

Faktör analizinin ardından güvenilirliği test etmek üzere Cronbach Alpha değerleri hesaplanmıştır. Bu değerler 0.782-0.885 aralığında, yani Nunnally (1978) tarafından önerilen eşik değer (0.70) üzerindedir. Sonrasında ortalama açıklanan varyans (AVE) ve birleşik güvenilirlik (CR) değerleri incelenmiştir. AVE değerleri 0.50'nin ve CR değerleri 0.70'in üzerindedir. Dolayısıyla ölçüm geçerliliği de sağlanmaktadır (Fornell ve Larcker, 1981).

Tablo 4.2: DFA Sonuçları

	Faktör	İfade	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	AVE	CR
Sosyal Sermaye	İlişkisel Sosyal Sermaye	İSS2	0.723	0.824	0.537	0,822
		İSS3	0.674			
		İSS4	0.785			
		İSS5	0.744			
	Yapısal Sosyal Sermaye	YSS4	0.654	0.806	0.582	0,846
		YSS3	0.686			
		YSS2	0.81			
		YSS1	0.88			
	Bilişsel Sosyal Sermaye	BSS3	0.802	0.782	0.611	0,824
		BSS2	0.843			
		BSS1	0.692			
Özümseme Kapasitesi	Elde Etme	ÖK1	0.71	0.787	0.631	0,835
		ÖK2	0.923			

Tablo 4.2: Devamı

	ÖK3	0.733			
	ÖK4	0.786			
Asimile etme	ÖK5	0.802	0.849	0.625	0,870
	ÖK6	0.762			
	ÖK7	0.812			
	ÖK8	0.891			
Dönüştürme	ÖK9	0.865	0.885	0.703	0,904
	ÖK10	0.797			
	ÖK11	0.796			
	ÖK12	0.777			
Kullanma	ÖK13	0.877	0.830	0.713	0,882
	ÖK14	0.876			
	Tİ9	0.762			
	Tİ8	0.698			
Tutumlu İnovasyon	Tİ7	0.747	0.830	0.504	0.858
	Tİ6	0.77			
	Tİ5	0.631			
	Tİ4	0.639			
$\chi^2/df=2.155$, CFI=0.921, IFI=0.923, RMSEA=0.061					

Değişkenler arası ilişkileri belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Bu korelasyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 4.3’de bulunmaktadır. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde tüm değişkenlerin birbirleriyle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca en güçlü ilişkinin kullanmayla (0.770) asimile arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 4.3: Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8
1. İlişkisel Sosyal Sermaye	1							
2. Yapısal Sosyal Sermaye	0.636*	1						
3. Bilişsel Sosyal Sermaye	0.677*	0.574*	1					
4. Elde etme	0.644*	0.575*	0.724*	1				
5. Asimile etme	0.621*	0.520*	0.766*	0.807*	1			
6. Dönüştürme	0.587*	0.510*	0.626*	0.683*	0.764*	1		
7. Kullanma	0.593*	0.518*	0.727*	0.726*	0.770*	0.768*	1	
8. Tutumlu İnovasyon	0.577*	0.617*	0.607*	0.648*	0.662*	0.693*	0.689*	1

*p<0.01.

4.6. Hipotez Testleri

Araştırma hipotezleri yapısal eşitlik modeli (YEM) ile test edilmiştir ve uyum iyiliği indeksleri modelin uyumlu olduğunu göstermektedir ($\chi^2/df=2.169$, CFI=0.917, IFI=0.919, RMSEA=0.062). Analiz sonuçları ayrıntılı olarak Tablo 4.4'te verilmiştir.

Tablo 4.4'te de detaylı şekilde gösterilen hipotez testi sonuçlarına göre sosyal sermayenin boyutlarından ilişkisel ($\beta=0.189$, $p<0.05$) ve bilişsel sosyal sermayenin ($\beta=0.644$, $p<0.01$) özümseme kapasitesi ile pozitif ilişkili olduğu, ancak yapısal sosyal sermaye ile özümseme kapasitesi arasında ($\beta=0.107$, $p>0.05$) anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Bu durumda H1 desteklenmemekte, H2 ve H3 ise desteklenmektedir. Sosyal sermayenin tutumlu inovasyon ile ilişkisi incelendiğinde ise, yapısal sosyal sermaye ile tutumlu inovasyonun pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir ($\beta=0.255$, $p<0.01$) ve H4 desteklenmiştir. Bununla birlikte ilişkisel ($\beta=-0.006$, $p>0.05$) ve bilişsel sosyal sermaye ($\beta=-0.153$, $p>0.05$) ile tutumlu inovasyon arasında herhangi bir ilişki olmadığı bulunmuştur. Dolayısıyla H5 ve H6 desteklenmemektedir. Son olarak özümseme kapasitesi ve tutumlu inovasyon arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($\beta=0.753$, $p<0.01$) ve H7 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 4.4: Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	β	Standardize β	p	t	Sonuç
H 1	Yapısal Sosyal Sermaye	Özümseme Kapasitesi	0.109	0.107	0.085	1.724	Desteklenmedi
H 2	İlişkisel Sosyal Sermaye	Özümseme Kapasitesi	0.180	0.189*	0.033	2.128	Desteklendi
H 3	Bilişsel Sosyal Sermaye	Özümseme Kapasitesi	0.502	0.644**	0.00	5.814	Desteklendi
H 4	Yapısal Sosyal Sermaye	Tutumlu İnovasyon	0.217	0.255**	0.00	3.612	Desteklendi
H 5	İlişkisel Sosyal Sermaye	Tutumlu İnovasyon	-0.005	-0.006	0.946	-0.068	Desteklenmedi
H 6	Bilişsel Sosyal Sermaye	Tutumlu İnovasyon	-0.101	-0.153	0.179	-1.345	Desteklenmedi
H 7	Özümseme Kapasitesi	Tutumlu İnovasyon	0.634	0.753**	0.00	5.732	Desteklendi

$\chi^2/df=2.169$, CFI=0.917, IFI=0.919, RMSEA=0.062

*p<0.05, **p<0.01.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Tutumlu inovasyon kavramı, literatürde araştırmacıların yoğun ilgi gösterdiği bir konu olmakla birlikte bu konuda yapılmış ampirik araştırmalar kısıtlıdır. Bu sebeple çalışma kapsamında tutumlu inovasyonun öncülleri olarak sosyal sermaye ve özümseme kapasitesinin etkileri ampirik olarak ele alınarak literatüre katkı sunmak hedeflenmiştir.

Çalışma sonuçlarına göre ilişkisel ve bilişsel sosyal sermaye ile tutumlu inovasyon arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Literatür incelendiğinde, sosyal sermaye ve özümseme kapasitesi arasında pozitif ilişki olduğunu belirleyen pek çok çalışma mevcuttur (Abidin vd., 2015; Chuang vd., 2016; Duodu ve Rowlinson, 2020; Gölgeci ve Kuivalainen, 2020; Migdadi, 2022). Kittikunchotiwut (2015) ise çalışmasında bu çalışmaya benzer şekilde sosyal sermayeyi çok boyutlu olarak ele almış ve sadece ilişkisel ve bilişsel sosyal sermaye boyutlarının özümseme kapasitesi ile ilişkisi olduğunu bulmuştur. Bu sonuç, ortak vizyona sahip olmanın ve güvene dayalı yakın ilişkilerin özümseme kapasitesi açısından önemini göstermektedir. Diğer yandan yapısal sosyal sermaye ile özümseme kapasitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç, örgütlerin sosyal ağ genişledikçe dış bilgiyi anlamakta, hangisinin faydalı olduğunu farketmekte ve uygulamaya geçirmekte zorlanabileceğinden olabilir (Mura vd., 2014). Bu doğrultuda firmaların sosyal ağın büyüklüğünden öte ilişkilerinin kalitesine ve güvenin sağlanmasına önem vermesi gerekmektedir.

Araştırma kapsamında sosyal sermaye boyutlarından sadece yapısal sosyal sermaye ile tutumlu inovasyonun ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Alumno ve arkadaşları (2024) çalışmalarında sosyal sermaye ile tutumlu inovasyon arasında pozitif ilişki olduğunu bulmuştur. Ancak sosyal sermayeyi çok boyutlu ele alarak tutumlu inovasyon üzerindeki etkisini ayrıntılı inceleyen çalışma olmadığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla mevcut çalışma literatüre önemli katkı sağlamaktadır. Bu sonuç firmanın sahip olduğu ilişkiler ağının büyüklüğüne dikkat çekmektedir. Nitekim tutumlu inovasyon yapabilmek için müşterinin ihtiyaçlarını belirlemek, daha az maliyetli süreçler uygulamak ve girdilere ulaşmak, yeni ve yaratıcı bir bakış açısına sahip olmak için çok çeşitli bilgilere sahip olmak gerekmektedir. Bunun için

tedarikçilerden, rakiplerden, müşterilerden ve paydaşlardan olabildiğince fazla bilgi edinmek için firmaların çevrelerini geniş tutmaya özen göstermesi önemlidir.

Son olarak araştırma bulguları özümseme kapasitesi ile tutumlu inovasyon arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Literatürde ise bu ilişki ile ilgili yapılmış ampirik bir çalışma olmadığı gözlemlenmiştir. Wang ve Li (2023) bilgi entegrasyonunun ve Kun (2022) bilgi uygulanması ve yayılımının tutumlu inovasyonu pozitif etkilediğini bulmuşlardır. Bu sonuçlar, çalışma sonucuyla uyumludur. Ayrıca bu bulgu faydalı bilgilerin edinilip firma içerisinde kullanımının tutumlu inovasyon için önemini göstermektedir. Bu kapsamda firma yöneticilerinin maliyeti düşük, temel özellikleri kaliteli olan ve müşterinin temel ihtiyaçlarını karşılayabilen yenilikler geliştirebilmeleri için dış bilgiye önem vermeleri ve bunu içselleştirmeleri gerekmektedir. Bu bilginin firma içinde yayılımını desteklemeleri ve tutumlu inovasyon geliştirmek için bu bilgilerden faydalanmaları başarılı sonuç almaları için önemlidir.

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Bunlardan ilki çalışmanın örnekleminde kaynaklanmaktadır. Çalışmayı gerçekleştirebilmek için gerekli veri Kocaeli’nde imalat sektöründe bulunan firmalardan toplanmıştır. Farklı şehir, bölge ve ülkelerden toplanan verilerle yapılan çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşmak mümkün olabilir. İkincisi çalışma için anket yöntemi kullanılmıştır ve tüm değişkenler tek bir anketle ölçülmüştür. Gelecek çalışmalarda boylamsal verilerle çalışılması faydalı olabilir. Diğer yandan araştırmacıların tutumlu inovasyonun çeşitli performans çıktıları üzerindeki etkilerini incelemesi literatüre katkı sunabilir. Örgütsel kültürünün ve liderliğin bu çalışmada incelenen ilişkilerdeki rolünün incelenmesi de tutumlu inovasyon ile ilgili mevcut bilginin gelişmesi açısından mühim sonuçlar sağlayabilir.

KAYNAKLAR

- Abidin, R., Abdullah, C. S., Hasnan, N. (2015), "The mediating effect of absorptive capacity on the relationship between social capital and technology transfer performance", *Journal of Technology and Operations Management*, 10(2), 10-23.
- Agarwal, N., Brem, A. (2017), "Frugal innovation-past, present, and future", *IEEE Engineering Management Review*, 45(3), 37-41.
- Albert, M. (2019), "Sustainable frugal innovation-The connection between frugal innovation and sustainability", *Journal of Cleaner Production*, 237, 117747.
- Alguezaui, S., Filieri, R. (2010), "Investigating the role of social capital in innovation: Sparse versus dense network", *Journal of Knowledge Management*, 14(6), 891-909.
- Almodallah, Y. I., Azmi, A. A. C., Shahimi, S. (2023), "Optimizing internal audit and control system through absorptive capacity development", *Asian Journal of Research in Business and Management*, 5(1), 112-125.
- Al-Omoush, K. S., Garcia-Monleon, F., Iglesias, J. M. M. (2024), "Exploring the interaction between big data analytics, frugal innovation, and competitive agility: The mediating role of organizational learning", *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123188.
- Altun, N., Hira, İ. (2011), "Suçu önlemede sosyal sermaye olarak sosyal kontrolden yararlanmak", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 111-124.
- Alumno, T. A. D., Azurin, R. G. T., Dumayas, J. R. I., Tan, S. G., Tanpoco, M. R., Caminong, J. M. (2024), "Thriving in constraints: Exploring the interplay of human capital, social capital, and financial constraints in frugal innovation within family businesses", *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 5(1), 118-129.
- Aslan, S. (2016), "Türkiye’de sosyal sermaye bileşenlerinden güven hakkında bir değerlendirme", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(2), 181-204.
- Başak, S., Öztaş, N. (2010), "Güven ağbağları, sosyal sermaye ve toplumsal cinsiyet", *Gazi Üniversitesi iktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 27-56.
- Basu, R. R., Banerjee, P. M., Sweeny, E. G. (2013), "Frugal innovation: core competencies to address global sustainability", *Journal of Management for Global Sustainability*, 1(2), 63-82.
- Berndt, A. C., Gomes, G., Borini, F. M., Bernardes, R. C. (2023), "Frugal innovation and operational performance: The role of organizational learning capability", *RAUSP Management Journal*, 58, 233-248.

Boateng, H., Sigdel, S. S., Ofori, K. S., Agbemabiese, G. C., Hinson, R. E. (2023), "Assessing the roles of foreign knowledge acquisition and absorptive capacity in the relationship between market orientation, innovativeness and performance", *Management Research Review*, 46(6), 852-869.

Bourdieu, P. (1986), "The Forms of Capital", In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.

Büyükilikmen, A. Y. (2015), "Sosyal sermaye ve ölçülmesi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 10, 45-52.

Camisón, C., Forés, B. (2010), "Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement", *Journal of Business Research*, 63(7), 707-715.

Castro, I., Cepeda, G. (2016), "Social capital, absorptive capacity and entrepreneurial behaviour in an international context", *European Journal of International Management*, 10(4), 479-495.

Çetin, M. (2006), "Bölgesel kalkınmada sosyal ağların rolü: Silikon vadisi örneği", *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 21(1), 1-25.

Chakravarty, S., Gómez, G. M. (2024), "A development lens to frugal innovation: bringing back production and technological capabilities into the discourse", *The European Journal of Development Research*, 36(1), 82-101.

Chang, H., H. Chuang, S.S. (2011), "Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator", *Information & Management*, 48, 9–18.

Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D. (2021), "Antecedents and consequence of frugal and responsible innovation in Asia: Through the lens of organization capabilities and culture", *Asia Pacific Journal of Management*, 1-25.

Chen, J. X., Sharma, P., Zhan, W., Liu, L. (2019), "Demystifying the impact of CEO transformational leadership on firm performance: Interactive roles of exploratory innovation and environmental uncertainty", *Journal of Business Research*, 96, 85-96.

Chua, A. (2002), "The influence of social interaction on knowledge creation", *Journal of Intellectual Capital*, 3(4), 375-392.

Chuang, M. Y., Chen, C. J., Lin, M. J. J. (2016), "The impact of social capital on competitive advantage: The mediating effects of collective learning and absorptive capacity", *Management Decision*, 54(6), 1443-1463.

Chung, D., Jung, H., Lee, Y. (2022), "Investigating the relationship of high-tech entrepreneurship and innovation efficacy: The moderating role of absorptive capacity", *Technovation*, 111, 102393.

Cohen, W. M., Levinthal, D. A. (1989), "Innovation and learning: the two faces of R & D", *The Economic Journal*, 99(397), 569-596.

Cohen, W. M., Levinthal, D. A. (1990), "Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation", *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.

Cohen, W. M., Levinthal, D. A. (1994), "Fortune favors the prepared firm", *Management Science*, 40(2), 227-251.

Coleman, J. S. (1988), "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.

Demirer, S., Nartgün, Ş. S. (2020), "Özümseme kapasitesi ölçeğinin geliştirilmesi", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(4), 2186-2204.

Du Plessis, M. (2007), "The role of knowledge management in innovation", *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 20-29.

Duodu, B., Rowlinson, S. (2020), "The effect of social capital on exploratory and exploitative innovation: Modelling the mediating role of absorptive capability", *European Journal of Innovation Management*, 23(4), 649-674.

Evans, M., Syrett, S. (2007), "Generating social capital? The social economy and local economic development", *European Urban and Regional Studies*, 14(1), 55-74.

Field, J. (2008), "Social Capital", 2nd Edition, London: Routledge.

Flatten, T. C., Engelen, A., Zahra, S. A., Brettel, M. (2011), "A measure of absorptive capacity: Scale development and validation", *European Management Journal*, 29(2), 98-116.

Fornell, C., Larcker, D. F. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-51.

Fosfuri A., Tribó J. A., (2008), "Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance", *Omega*, 36(2), 173-187.

Fukuyama, F. (2001), "Social capital, civil society and development", *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.

García-Morales, V. J., Ruiz-Moreno, A., Llorens-Montes, F. J. (2007), "Effects of technology absorptive capacity and technology proactivity on organizational learning, innovation and performance: An empirical examination", *Technology Analysis & Strategic Management*, 19(4), 527-558.

Geylan, A., Baraz A. B. (2017), "İşletmelerde özümseme kapasitesi ile işletme performansı ilişkisi: Eso Araştırması", *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (4), 55-74.

Gölgeci, I., Kuivalainen, O. (2020), "Does social capital matter for supply chain resilience? The role of absorptive capacity and marketing-supply chain management alignment", *Industrial Marketing Management*, 84, 63-74.

Govindan, K. (2024), "How artificial intelligence drives sustainable frugal innovation: A multitheoretical perspective", *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 638-655.

Grant, R. M. (1996), "Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration", *Organization Science*, 7(4), 375-387.

Halisçelik, E., Soytaş, M. A. (2019), "Sustainable development from millennium 2015 to Sustainable Development Goals 2030", *Sustainable Development*, 27(4), 545-572.

Hitt, M. A., Lee, H. U., Yucel, E. (2002), "The importance of social capital to the management of multinational enterprises: Relational networks among Asian and Western firms", *Asia Pacific Journal of Management*, 19, 353-372.

Hossain, M. (2017), "Mapping the frugal innovation phenomenon", *Technology in Society*, 51, 199-208.

Hossain, M. (2018), "Frugal innovation: A review and research agenda", *Journal of Cleaner Production*, 182, 926-936.

Hossain, M. (2021), "Frugal innovation and sustainable business models", *Technology in Society*, 64, 101508.

Hossain, M., Park, S., Shahid, S. (2023), "Frugal innovation for sustainable rural development", *Technological Forecasting and Social Change*, 193, 122662.

Hossain, M., Simula, H., Halme, M. (2016), "Can frugal go global? Diffusion patterns of frugal innovations", *Technology in Society*, 46, 132-139.

Iqbal, Q., Piwowar-Sulej, K. (2023), "Frugal innovation embedded in business and political ties: Transformational versus sustainable leadership", *Asian Business & Management*, 22(5), 2225-2248.

Iqbal, Q., Piwowar-Sulej, K. (2023), "Sustainable leadership and heterogeneous knowledge sharing: The model for frugal innovation", *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 655-673.

Jalonen, H. (2012), "The uncertainty of innovation: A systematic review of the literature", *Journal of Management Research*, 4(1), 1-47.

Jeong, S. W., Ha, S., Lee, K. H. (2021), "How to measure social capital in an online brand community? A comparison of three social capital scales", *Journal of Business Research*, 131, 652-663.

Jiménez-Barrionuevo, M. M., Garcia-Morales, V. J., Molina, L. M. (2011), "Validation of an instrument to measure absorptive capacity", *Technovation*, 31(5), 190-202.

Jiraphanumes, K., Aujiropongpan, S., Songkajorn, Y. (2023), "Influence of diagnostic and dynamic capabilities on frugal innovation development: An empirical study of the Thai auto parts industry", *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 229-239.

Kale, E., Aknar, A., Başar, Ö. (2019), "Absorptive capacity and firm performance: The mediating role of strategic agility", *International Journal of Hospitality Management*, 78, 276-283.

Kapu, H. (2008), "Sosyal sermaye ve organizasyonların öngörü yeteneğini geliştirme gücü", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 259-288.

Kim, N., Shim, C. (2018), "Social capital, knowledge sharing and innovation of small-and medium-sized enterprises in a tourism cluster", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6), 2417-2437.

Kitapçı, İ. (2015), "Motivasyonel bir güç olarak sosyal sermaye kavramı ve rasyonalitesi", *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 7(1-2), 11-36.

Kittikunchotiwut, P. (2015), "The role of social capital on absorptive capacity and organizational innovation", *Journal of Business and Retail Management Research*, 10(1), 27-39.

Knorringa, P., Peša, I., Leliveld, A., Van Beers, C. (2016), "Frugal innovation and development: Aides or adversaries?", *The European Journal of Development Research*, 28, 143-153.

Kun, M. (2022), "Linkages between knowledge management process and corporate sustainable performance of Chinese small and medium enterprises: Mediating role of frugal innovation", *Frontiers in Psychology*, 13, 850820.

Lane, P. J., Lubatkin, M. (1998), "Relative absorptive capacity and interorganizational learning", *Strategic Management Journal*, 19(5), 461-477.

Lau, A. K. W., Lo W. (2015), "Regional innovation system, absorptive capacity and innovation performance: An empirical study", *Technological Forecasting & Social Change*, 92, 99-114.

Le, P. B., Tran, D. T., Phung, T. M. T., Vu, K. D. (2024), "Leadership and knowledge management practices for frugal innovation of firms in the emerging market: Moderating role of collaborative culture", *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(3), 637-654.

Lei, H., Gui, L., Le, P. B. (2021), "Linking transformational leadership and frugal innovation: The mediating role of tacit and explicit knowledge sharing", *Journal of Knowledge Management*, 25(7), 1832-1852.

Leliveld, A., Knorringa, P. (2018), "Frugal innovation and development research", *The European Journal of Development Research*, 30, 1-16.

Levänen, J., Hossain, M., Wierenga, M. (2022), "Frugal innovation in the midst of societal and operational pressures", *Journal of Cleaner Production*, 347, 131308.

Lyu, C., Peng, C., Yang, H., Li, H., Gu, X. (2022), "Social capital and innovation performance of digital firms: Serial mediation effect of cross-border knowledge search and absorptive capacity", *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100187.

Mengesha, G. H., Watson, R. T., Negash, S. (2021), "Frugal knowledge sharing for frugal innovation diffusion in Africa: The church woman and related models", *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 29(6), 1-23.

Migdadi, M. M. (2022), "Social capital impact on mass customization capability and innovation capabilities: The mediating role of absorptive capacity", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(12), 2488-2500.

Mura, M., Radaelli, G., Spiller, N., Lettieri, E., Longo, M. (2014), "The effect of social capital on exploration and exploitation: modelling the moderating effect of environmental dynamism", *Journal of Intellectual Capital*, 15(3), 430-450.

Murovec, N., Prodan, I. (2009), "Absorptive capacity, its determinants, and influence on innovation output: Cross-cultural validation of the structural model", *Technovation*, 29(12), 859-872.

Muthuri, J. N., Matten, D., Moon, J. (2009), "Employee volunteering and social capital: Contributions to corporate social responsibility", *British Journal of Management*, 20(1), 75-89.

Nahapiet, J., Ghoshal, S. (1998), "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.

Naqshbandi, M. M., Jasimuddin, S. M. (2022), "The linkage between open innovation, absorptive capacity and managerial ties: A cross-country perspective", *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100167.

Narayan, D., Cassidy, M. F. (2001), "A dimensional approach to measuring social capital: Development and validation of a social capital inventory", *Current Sociology*, 49(2), 59-102.

Niroumand, M., Shahin, A., Naghsh, A., Peikari, H. R. (2020), "Frugal innovation enablers: A comprehensive framework", *International Journal of Innovation Science*, 12(1), 1-20.

Nunnally, J. C. (1978), "Psychometric theory", New York: McGraw-Hill.

Oliveira, E. J., Rezende, P. C., Andrade, D., Lopes, R. H., Figueiredo, S. C. G., Ribas, L. F., Alencar, D. B., Batista, A. (2023), "Training entrepreneurial leadership

for the development of social and frugal innovations a study with incubators and solidarity economic enterprises in the northern region of Brazil”, *International Journal of Development Research*, 13(2), 61503-61516.

Ortiz, B., Donate, M. J., Guadamillas, F. (2018), “Inter-organizational social capital as an antecedent of a firm’s knowledge identification capability and external knowledge acquisition”, *Journal of Knowledge Management*, 22(6), 1332-1357.

Özdemir, A. A. (2008), “Sosyal ağ özellikleri bakış açısıyla sosyal sermaye ve bilgi yaratma ilişkisi: Akademisyenler üzerinde yapılan bir alan araştırması”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 81-102.

Özel, M., (2023), “Sosyal sermaye ve güven perspektifinden bir Klientalizm okuması”, *Mülkiye Dergisi*, 47(2), 511-548.

Özsağır, A. (2007), “Ekonomide güven faktörü”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 46-62.

Păunescu, C., Badea, M. R., (2014), “Examining the social capital content and structure in the prestart-up planning”, *Procedia Economics and Finance*, 15, 560-568.
Pisoni, A., Michelini, L., Martignoni, G. (2018), “Frugal approach to innovation: State of the art and future perspectives”, *Journal of Cleaner Production*, 171, 107-126.

Ploeg, M., Knobens, J., Vermeulen, P., Van Beers, C. (2021), “Rare gems or mundane practice? Resource constraints as drivers of frugal innovation”, *Innovation*, 23(1), 93-126.

Prabhu, J. (2017), “Frugal innovation: Doing more with less for more”, *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 375(2095), 20160372.

Putnam, R. (1995b), “Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America”, *Political Science and Politics*, 28(4), 664-683.

Putnam, R., D. (1993), “The prosperous community: Social capital and public life”, *The American Prospect*, 4(13), 35-42.

Putnam, Robert D. (1995a), “Bowling alone: America’s declining social capital”, *Journal of Democracy*, 6, 65-78.

Pylypenko, H. M., Pylypenko, Y. I., Dubiei, Y. V., Solianyk, L. G., Pazynich, Y. M., Buketov, V., Smoliński, A., Magdziarczyk, M. (2023), “Social capital as a factor of innovative development”, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(3), 100118.

Rao, B. C. (2017), “Advances in science and technology through frugality”, *IEEE Engineering Management Review*, 45(1), 32-38.

Santos, L. L., Borini, F. M., de Miranda Oliveira, M., Rossetto, D. E., Bernardes, R. C. (2020), “Bricolage as capability for frugal innovation in emerging markets in times of crisis”, *European Journal of Innovation Management*, 25(2), 413-432.

Shahid, M. S., Hossain, M., Shahid, S., Anwar, T. (2023), “Frugal innovation as a source of sustainable entrepreneurship to tackle social and environmental challenges”, *Journal of Cleaner Production*, 406, 137050.

Shaw, G., Williams, A. (2009), “Knowledge transfer and management in tourism organisations: An emerging research agenda”, *Tourism Management*, 30(3), 325-335.

Shodeinde, A. D., Nmadu, T. M., Olutuase, S. O., Ijepe, E. A. (2023), “Absorptive capabilities as determinants of economic sustainability of small and medium-scale enterprises”, *Business Perspective Review*, 5(1), 31-45.

Soni, P., Krishnan, R. T. (2014), “Frugal innovation: Aligning theory, practice, and public policy”, *Journal of Indian Business Research*, 6(1), 29-47.

Szulanski, G. (1996), “Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm”, *Strategic Management Journal*, 17(S2), 27-43.

Şan, M., Şimşek, R. (2011), “Sosyal sermaye kavramının tarihsel-sosyolojik arka planı”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1), 88-110.

Şenkal, A. (2008). Sosyal sermaye ve bölgesel kalkınma ilişkisi (Max Weber’in perspektifinden bir değerlendirme)”, “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 10(1), 118-143.

Tatlı, H. (2013), “Sosyal sermayenin bireylerin istihdamı üzerindeki etkisi hanehalkı reisleri üzerine bir araştırma”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 87-114.

Tian, H., Wang, A. (2023), “Sustainable leadership, knowledge sharing, and frugal innovation: The moderating role of organizational innovation climate”, *SAGE Open*, 13(4), 21582440231200946.

Tiwari, R., Herstatt, C. (2012), “Assessing India's lead market potential for cost-effective innovations”, *Journal of Indian Business Research*, 4(2), 97-115.

Tiwari, R., Herstatt, C. (2012), “Frugal innovation: A global networks’ perspective”, *Die Unternehmung*, 66(3), 245-274.

Tsai, W., Ghoshal, S. (1998), “Social capital and value creation: The role of intrafirm networks”, *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.

Ul zia, N., Burita, L., Yang, Y. (2023), “Inter-organizational social capital of firms in developing economies and industry 4.0 readiness: The role of innovative capability and absorptive capacity”, *Review of Managerial Science*, 17(2), 661-682.

Ünlüönen, M. B., Boylu Y. (2020), “Özümseme kapasitesi literatürüne yönelik bir değerlendirme”, Third Sector Social Economic Review, 55(4), 2399-2419.

Van Staveren, I., Knorringa, P. (2007), “Unpacking social capital in economic development: How social relations matter”, Review of Social Economy, 65(1), 107-135.

Wallis, J., Killerby, P., Dollery, B. (2004), “Social economics and social capital”, International Journal of Social Economics, 31(3), 239-258.

Wang, C., Li, X. (2023), “Knowledge integration and entrepreneurial firms’ frugal innovation in the service industry”, Journal of Business & Industrial Marketing, 38(3), 429-443.

Weyrauch, T., Herstatt, C. (2017), “What is frugal innovation? Three defining criteria”, Journal of Frugal Innovation, 2, 1-17.

Xuecheng, W., Iqbal, Q. (2022), “Managerial networking and frugal innovation: Situational leadership perspective”, Frontiers in Psychology, 13, 948530.

Yarçı, S. (2011), “Pierre Bourdieu’da sosyal sermaye kavramı”, Akademik İncelemeler Dergisi, 6(1), 125-135.

Yildiz, H. E., Murtic, A., Zander, U. (2024), “Re-conceptualizing absorptive capacity: The importance of teams as a meso-level context”, Technological Forecasting and Social Change, 199, 123039.

Yli-Renko, H., Autio, E., Sapienza, H. J. (2001), “Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms”, Strategic Management Journal, 22(6-7), 587-613.

Zahra, S. A., George, G. (2002), “Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension”, Academy of Management Review, 27(2), 185-203.

Zeschky, M., Widenmayer, B., Gassmann, O. (2011), “Frugal innovation in emerging markets”, Research-Technology Management, 54(4), 38-45.

ÖZGEÇMİŞ

Hande Uzun, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümünden 2018 yılında mezun olmuştur. 2021 yılında Gebze Teknik Üniversitesi Strateji Bilimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans eğitimine başlamıştır.



TEZ ÇALIŞMASI KAPSAMINDA YAPILAN YAYINLAR

Uzun, H., Türkcan, H., İmamoğlu, S.Z., İnce, H., ‘‘Sosyal sermaye, özümseme kapasitesi ve tutumlu inovasyon arasındaki ilişki’’, 12. Uluslararası İstanbul Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Kongre Kitabı, 758-775.



Ek-A: TEZ ÇALIŞMASINDA KULLANILAN ANKET FORMU

Sayın İlgili,

Bu anket formu, Gebze Teknik Üniversitesi Strateji Bilimi Anabilim Dalı tarafından yürütülen “Sosyal sermaye, özümseme kapasitesi ve tutumlu inovasyon ilişkisi” konulu tez çalışması ile ilgilidir. Bu araştırma çalışması tamamen akademik bir çalışma olup, bilimsel bir amaca yönelik olarak kullanılacaktır. Gönderilecek cevaplarda katılımcılarla ilgili bilgiler kesinlikle gizli tutulacak olup, elde edilecek sonuçlar sadece akademik amaçlı kullanılacaktır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlarla yönetim ve organizasyon biliminin ilerlemesine ve Türk iş dünyasının gelişimine katkıda bulunmayı arzuluyoruz.

İlginiz için teşekkürlerimizi sunar, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Prof. Dr. Salih Zeki İMAMOĞLU

Hande UZUN

Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi Strateji Bilimi ABD

İşletme Hakkında Genel Bilgiler

Çalışan Sayısı:

İşletmenin Kuruluş Yılı:

Firmanızın sektörü (İşkolu): ☐ Otomotiv ☐ Bilişim/Yazılım ☐

Finans/Bankacılık

☐ Elektrik/Elektronik

☐ Makina

☐ Diğer:.....

Formu Dolduran Hakkında Genel Bilgiler

Yaşınız:

Cinsiyetiniz: ☐ Kadın

☐ Erkek

Eğitim Durumunuz (Mezun):

☐ Lise-Meslek Lisesi

☐ Ön Lisans

☐ Lisans

☐ Yüksek

Lisans - Doktora

Çalıştığınız Departman:

Kaç yıldır bu firmada çalışıyorsunuz?:

Lütfen aşağıdaki ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve verilen derecelendirmeye göre sizin için en geçerli cevabı işaretleyiniz.

1. Kesinlikle Katılmıyorum; 2. Katılmıyorum; 3. Kararsızım; 4. Katılıyorum; 5. Kesinlikle Katılıyorum

Sosyal Sermaye

İlişkisel sosyal sermaye

1. Sosyal çevremizdeki şahıslarla (çalışanlarımız, meslektaşlarımız vb.) oldukça yakın ilişkilerimiz vardır.	1	2	3	4	5
2. Sosyal çevremizdeki kişileri (çalışanlarımızı, meslektaşlarımızı vb.) çok iyi tanır ve onlara güveniriz.	1	2	3	4	5
3. Sahip olduğumuz bağlantılar, herhangi bir konuda sıkıntı yaşadığımızda bize yardımcı olarak işimizi	1	2	3	4	5

kolaylaştırır.					
4. Yöneticiler ve çalışanlarımız arasında güven içeren ilişkiler nedeniyle çalışanlarımızda görev bilinci ve firmaya aidiyet duygusu yüksektir.	1	2	3	4	5
5. Firma yönetimi ve arkadaşlarına duydukları güven, sevgi ve bağlılık duygularına dayalı olarak çalışanlarımız birbirleriyle işbirliği içerisinde çalışır; bilgi, beceri ve tecrübelerini paylaşırlar.	1	2	3	4	5
Yapısal sosyal sermaye					
1. Sosyal bağlantılarımız aracılığıyla yeni bağlantılar kurar ve çevremizi genişletiriz.	1	2	3	4	5
2. Sosyal çevremiz oldukça geniştir.	1	2	3	4	5
3. İş hayatına yönelik bulduğumuz fikirleri çok sayıda insanla (çalışanlarımızla, meslektaşlarımızla vb.) paylaşır ve onların görüşlerini alırız.	1	2	3	4	5
4. Diğer firmalar ve kurumlarla telefon, posta, internet vb. iletişim kanalları aracılığı ile iletişim ağı kurar ve iletişim ağı içindeki kişilerle karşılıklı bilgi paylaşımında bulunuruz.	1	2	3	4	5
5. Diğer firmalarla bilgi ve malzeme paylaşımı ile ortak sorunlarımızın çözümü gibi konularda dayanışma içerisindeyiz.	1	2	3	4	5
6. Çevremizdeki çeşitli mesleki örgütlere, sivil toplum örgütlerine veya derneklere üyeyiz ve bu örgütlerin/derneklerin faaliyetlerine, toplantılarına aktif olarak katılırız.	1	2	3	4	5
7. Çalışanlarımız sık sık yüz yüze görüşerek iletişim kurmakta, fikirlerini/sorunlarını paylaşmakta ve birbirlerini yakından tanımaktadırlar.	1	2	3	4	5
Bilişsel sosyal sermaye					
1. Çalışanlar arasında kullanılan ortak dil ve bakış açısı; bilgiye ulaşma, bilgiyi paylaşma ve birbirini anlamayı kolaylaştırmaktadır.	1	2	3	4	5
2. Firma, geleneklerini, değerlerini ve hedeflerini sürekli olarak canlı tutmaktadır.	1	2	3	4	5
3. Firma çalışanları şirketin geçmişi ve geleceğiyle ilgili öyküler paylaşmaktadır.	1	2	3	4	5
Özümleme Kapasitesi					
1. Sektörümüzle ilgili bilgileri araştırmak, örgütümüzde günlük olarak yapılan bir işidir.	1	2	3	4	5
2. Yönetimimiz, çalışanları sektörümüzdeki bilgi kaynaklarını kullanması için motive eder.	1	2	3	4	5
3. Yönetimimiz, çalışanların sektörümüz dışındaki bilgilerle ilgilenmesini bekler.	1	2	3	4	5
4. Örgütümüzde fikirler ve kavramlar departmanlar arası paylaşılır.	1	2	3	4	5
5. Yönetimimiz, problemleri çözmek için departmanlar arası desteği önemser ve vurgular.	1	2	3	4	5

6. Örgütümüzde hızlı bir bilgi akışı vardır. Örneğin, bir iş birimi önemli bir bilgi elde ederse, bu bilgiyi derhal diğer tüm iş birimlerine veya departmanlara iletir.	1	2	3	4	5
7. Yönetimimiz yeni gelişmeleri, sorunları ve başarıları paylaşmak için departmanlar arası düzenli toplantılar talep eder.	1	2	3	4	5
8. Çalışanlarımız toplanan bilgileri yapılandırma ve kullanma becerisine sahiptir.	1	2	3	4	5
9. Çalışanlarımız yeni bilgileri özümsemekle birlikte, bunları gelecekteki amaçlara uygun olarak hazırlama ve kullanabilme yeteneğine de sahiptir.	1	2	3	4	5
10. Çalışanlarımız mevcut bilgiler ve yeni içgörüler arasında başarılı bir şekilde ilişki kurabilir.	1	2	3	4	5
11. Çalışanlarımız yeni bilgileri uygulamalı çalışmalarında kullanabilir.	1	2	3	4	5
12. Yönetimimiz, prototiplerin geliştirilmesini destekler.	1	2	3	4	5
13. Örgütümüz, teknolojileri düzenli olarak inceler ve yeni bilgilere göre uyarlar.	1	2	3	4	5
14. Örgütümüz, yeni teknolojileri benimseyerek daha etkin ve verimli çalışma yeteneğine sahiptir.	1	2	3	4	5
Tutumlu İnovasyon					
1. Firmamız, genellikle iyi ve ucuz ürün/hizmet sunan çözümlere öncelik verir.	1	2	3	4	5
2. Firmamız, genellikle operasyonel süreçlerde önemli maliyet düşüşüne öncelik verir.	1	2	3	4	5
3. Firmamız, genellikle operasyonel süreçlerde kurumsal kaynakların korunmasına öncelik verir.	1	2	3	4	5
4. Firmamız, genellikle operasyonel süreçlerde örgütsel kaynakların yeniden düzenlenmesine öncelik verir.	1	2	3	4	5
5. Firmamız, ek işlevler yerine ürünün/hizmetin temel işlevlerine önem verir.	1	2	3	4	5
6. Firmamız, ürünün/hizmetin kullanım kolaylığına önem verir.	1	2	3	4	5
7. Firmamız, ürün/hizmet dayanıklılığına önem verir.	1	2	3	4	5
8. Firmamız, müşterilerinin sosyal ve çevresel ihtiyaçları için verimli ve etkili çözümlere öncelik verir.	1	2	3	4	5
9. Firmamız, gerçekleştirilen faaliyetlerde çevresel sürdürülebilirliğe öncelik verir.	1	2	3	4	5
10. Firmamız, operasyonel süreç için yerel şirketlerle ortaklıklara öncelik verir.	1	2	3	4	5