

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON BİLİM DALI

GİRİŞİMCİLİKTE
TEMBELLİK VE SOSYAL SERMAYENİN
YARATICILIK VE İNOVASYON ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Doktora Tezi

Barış SAFRAN

İSTANBUL, 2020

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON BİLİM DALI

GİRİŞİMCİLİKTE
TEMBELLİK VE SOSYAL SERMAYENİN
YARATICILIK VE İNOVASYON ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Doktora Tezi

Bariş Safran

Danışman: Doç. Dr. Ata Özdemirci

İSTANBUL, 2020

ÖZET:

Girişimcilik, geleneksel ekonomik teorilerin iktisadi olay ve olguları açıklamakta yetersiz kalmaya başlamasıyla birlikte dördüncü üretim faktörü olarak önem kazanmaya başlamıştır. Çalışmada girişimcilerin sosyal sermaye ve tembellik eğilimlerinin yaratıcı düşünme eğilimi ve inovasyon üzerindeki etkileri araştırılmaktadır.

Girişimcilik ve inovasyon literatürde sık sık birlikte incelenen kavramlar olsa da yaratıcılık kavramı ve bağlantısı daha çok psikoloji, davranış, eğitim bilimleri gibi disiplinlerce ele alınmıştır. Sosyal sermaye, girişimcilik ekosistemi ve inovasyon sistemlerinin teori ve uygulamada pek çok noktada çakışıyor olmasından hareketle çalışma, ilgili değişkenler arası ilişkilere odaklanmaktadır.

Bilimsel anlamda çok az incelenen tembellik kavramının diğer sermaye biçimlerini tamamlayan sosyal sermayeyle birlikte yaratıcılık ve inovasyon üzerindeki etkileri, çalışmada ele alınan özgün sorulardan bir diğeridir.

Bu kapsamda tezde söz konusu kavramlara ilişkin literatür taraması özetleri ve geçmiş araştırmaların sonuçlarının yanı sıra, geliştirilen üç yeni ölçekle gerçekleştirilen nicel (N=511) ve nitel araştırmaların (N=25) sonuçlarına yer verilmektedir.

Nicel araştırma (anket) sonuçlarına göre sosyal sermaye ve yaratıcı düşünme eğilimi arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki söz konusuysa, tembellik eğilimi ve yaratıcı düşünme arasındaysa düşük seviyede ve negatif yönde bir ilişki vardır. Yine patent başvurusu/mülkiyetlerine göre girişimcilerin yaratıcı düşünme eğilimi ve sosyal sermaye seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık söz konusuysa, tembellik eğilimleri açısından farklılık gözlemlenmemiştir.

Araştırma konusu hakkında derinlemesine bilgi edinme amacıyla gerçekleştirilen nitel araştırma (mülakat) bulguları, anket sonuçlarıyla örtüşmekle beraber, tembellik-yaratıcılık ilişkisinin varlığına dair daha olumlu bir niteliktedir. Çalışmanın sonunda, elde edilen bulgular tartışılarak sonuç ve önerilere yer verilmektedir.

ABSTRACT:

Entrepreneurship has come into prominence as the fourth factor of production as traditional economic theories have become inadequate to explain economic events and phenomena. This study investigates the effects of social capital and laziness dispositions of entrepreneurs on creative thinking disposition and innovation. Despite entrepreneurship and innovation concepts are studied along often in the literature, the concept of creativity and its relationship are mostly handled by disciplines as psychology, behavior, and educational sciences. Social capital, entrepreneurship ecosystem and innovation systems overlap at many points, by considering this fact, the dissertation focuses on the relationships between relevant variables.

This study also originally questioning and addressing the effects of the concept of laziness, which are studied less in literature, and social capital, which complement other forms of capital, on creativity and innovation.

In this context, the dissertation includes the results of the quantitative (N = 511) and qualitative studies (N = 25) conducted with three newly developed scales as well as literature review and past research on the aforementioned concepts. According to the quantitative research (survey) result, there is a positive and medium-level significant relationship between social capital and creative thinking disposition, while there is a low-level and negative relationship between laziness and creative thinking. Besides, according to the patent application / property, there is a significant difference between the creative thinking disposition and social capital levels of the entrepreneurs, where no difference was observed in terms of their laziness dispositions.

The qualitative research (interview) findings carried out to obtain in-depth information about the research subject, along with coincide with the survey results, are more positive about the existence of the laziness-creativity relationship.

Based on these findings, the dissertation concludes with discussing the results and giving recommendations.

ÖNSÖZ

Uzun ve zorlu bir çalışmanın ürünü olan bu tez çalışması, yalnızca akademik alt yapının bir yansıması değil, aynı zamanda akademik birikimimi yeniden şekillendiren bir yolculuk oldu. “Tembel adam yaratıcı olur mu?” gibi spekülâtif bir merakla başlayan bu serüven, zamanla yeni sorular ve konularla genişleyerek entelektüel bir tecrübeye dönüştü.

Bu süreçte pek çok kişinin ilgisini ve desteğini gördüm ancak en büyük katkının danışmanım Doç. Dr. Ata Özdemirci tarafından sağlandığını söylemek, kazandığım bilimsel donanımın ve edindiğim akademik disiplinin bir gereğidir. Baştan sona tezin her aşamasında yaptığı değerli katkıların yanı sıra, her zamanki samimi ve destekleyici tavırları için teşekkür etmeyi temel görev kabul etmekteyim. Konu ve kapsamın netleştirilmesi aşamalarında değerli görüşleriyle katkılarını esirgemeyen, Öğrencisi olmaktan gurur ve mutluluk duyduğum Prof. Dr. Uğur Yozgat nezdinde tüm jüri üyelerine, Prof. Dr. Tülay Bozkurt ve Dr. Seray Begüm Teraman’a teşekkürlerimi sunarım.

Örneklem ve veri toplama aşamalarında girişimcilere ilişkin veri havuzunu ve toplantı odalarını benimle paylaşan İstanbul Kültür Üniversitesi İş Geliştirme ve Endüstriyel Sektörel İlişkiler Birimi Başkanı Öğr. Gör. Selen Çeliköz başta olmak üzere tüm çalışanlarına, mülakatların kaydedilmesi aşamasında kamera ve diğer ekipmanların yanı sıra teknik destek de sağlayan İstanbul Kültür Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Radyo ve Televizyon Teknolojisi Programı Başkanı Öğr. Gör. Selin Okumuş’a, genç ve başarılı belgesel sinema yönetmeni Öğr. Gör. Tayfun Belet’e ve stajyer öğrencilere, mülakat ve anketlere katılarak kişisel ve işle ilgili verilerini açık yüreklilikle paylaşan değerli girişimci ve öğrencilerime teşekkür ederim.

Kendilerine ayırmam gereken zamandan çalarak çalıştığım uzun saatler, günler ve aylar boyunca anlayış göstererek her türlü desteğini esirgemeyen sevgili ailem; eşim Yaprak, oğlum Deniz ve kızım Derin’e, dualarını eksik etmeyen anne ve babama sonsuz teşekkürler.

Bariş SAFRAN

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
TABLO LİSTESİ.....	XII
KISALTMALAR.....	XV
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL SERMAYE.....	4
1.1. Girişimcilik Kavramına Genel Bakış.....	4
1.1.1.Tanımlar, Benzer Kavramlar ve Girişimciliğin Farklı Boyutları.....	4
1.1.1.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları.....	4
1.1.1.2. Kavram Karmaşası: Girişimci ve Benzer Kavramlarla İlişkisi.....	8
1.1.1.3. Girişimciliğin Farklı Boyutları.....	10
1.1.1.4. Girişimci Olmanın Olumlu ve Olumsuz Yanları, Başarı ve Başarısızlık Faktörleri, Karşılaşılan Sorunlar.....	11
1.1.2. Girişimciliğin Oluşumu ve Yaklaşımlar.....	12
1.1.2.1. Demografi ve Kişilik Özellikleri Yaklaşımları.....	13
1.1.2.2. Davranışsal Yaklaşım ve Girişimcilik Eğilimi.....	14
1.1.2.3. Diğer Yaklaşımlar.....	16
1.1.3. Girişimcilik Anlayışı, Önemi ve Girişimcilik Ekosistemi.....	17
1.1.3.1. Ekonomik ve Sosyal Kalkınmadaki Rolü.....	17
1.1.3.2.KOBİ-Girişimcilik İlişkisi.....	18
1.1.3.3. Kırsal Girişimcilik Faaliyetleri.....	19
1.1.3.4. Girişimciliğin İşlevleri.....	19
1.1.3.5. Girişimcilik Ekosistemi.....	20
1.1.4. Girişimcilik Tipleri, Türleri.....	21

1.1.4.1. Girişimcilik Tipleri.....	21
1.1.4.2. Bilgi Toplumunda Girişimcilik Türleri.....	24
1.1.4.3. Girişimciliğin Kurumsal Yönelimi ve İ� Girişimcilik.....	27
1.1.4.4. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Girişimcilik.....	29
1.1.4.5. Kültürün Girişimciliğe Etkisi, Girişimcilik Kültürü ve Etnik Girişimcilik.....	32
1.1.5. Girişimcilik Eğitimi, Finansmanı ve �niversite-Sanayi İşbirliği....	33
1.1.5.1. Girişimcilerin Finansman Kaynakları.....	33
1.1.5.2. Üniversite-Sanayi İşbirliği ve Destekler.....	34
1.1.5.3. Girişimcilik Eğitimi.....	36
1.2. Sosyal Sermaye Kavramına Genel Bakış.....	37
1.2.1. Sosyal Sermayenin Kapsamı.....	37
1.2.2. Sosyal Sermayenin Anlamsal Tarihi.....	39
1.2.3. Sosyal Sermayenin Kavramsal Tarihi.....	41
1.2.4. Sermaye �eşitleri ve Sosyal Sermayeye İlişkileri.....	44
1.2.5. Sosyal Sermayenin Tanımı ve �zellikleri.....	47
1.2.6. Sosyal Sermayenin Kaynakları ve Belirleyicileri.....	50
1.2.7. Sosyal Sermayenin �ğeleri (Bileşenleri).....	51
1.2.8 Sosyal Sermayenin Türleri.....	54
1.2.9. Sosyal Sermayenin �nemi, ölçümü ve Eleştiriler.....	57
1.2.9.1. Sosyal Sermayenin �l��lmesi.....	57
1.2.9.2. Sosyal Sermayenin Kaybolma Nedenleri.....	58
1.2.9.3. Sosyal Sermayenin Olumsuz Yanları.....	60
1.3. Birinci Bölümün Değerlendirilmesi.....	61

BÖLÜM 2: TEMBELLİK, YARATICILIK VE İNOVASYON.....	62
2.1. Tembellik Kavramı.....	62
2.1.1. Tembellik Kavramının Tanımlanması.....	62
2.1.2. Tembellik ve Zekâ.....	64
2.1.3. Tembelliğe Olumlu Bakış.....	67
2.2. Yaratıcılık Kavramı.....	68
2.2.1. Yaratıcılık Kavramının Tanımlanması.....	68
2.2.1.1. Kısa Tarihçe.....	68
2.2.1.2. Yaratıcılık ve Yaratıcı Düşünce.....	70
2.2.1.3. John Dewey’in Yaratıcı Düşünce Kuramı.....	72
2.2.1.4. Yaratıcılığı Etkileyen Faktörler ve Zekâ.....	72
2.2.2. Yaratıcılık Türleri, Süreçleri, Becerileri ve Teknikleri.....	72
2.2.2.1. Yaratıcılık Türleri.....	73
2.2.2.2. Yaratıcılık Süreçleri.....	74
2.2.2.3. Yaratıcı Düşünme Becerileri.....	75
2.2.2.4. Yaratıcılığı Geliştirme Teknikleri.....	77
2.2.3. Yaratıcılıkla İlgili Kuramlar.....	80
2.2.3.1. Yaratıcılık Olgusunu “Kişi” Yönüyle Ele Alan Yaklaşımlar.....	80
2.2.3.2. Yaratıcılık Olgusunu “Ölçüm” Yönüyle Ele Alan Yaklaşımlar.....	82
2.2.3.3. Yaratıcılık Olgusunu “Süreç” Yönüyle Ele Alan Yaklaşımlar.....	83
2.2.4. Tembellik ve Yaratıcılık.....	85
2.2.4.1. Yaratıcı Kişilik Özellikleri ve Tembellik.....	85

2.2.4.1.1. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Hayalperestlik ve Tembellik.....	86
2.2.4.1.2. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Oyunbazlık ve Tembellik..	88
2.2.4.1.3. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Dalgınlık ve Tembellik....	89
2.2.4.1.4. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Özgürlük ve Otonomi.....	94
2.2.4.2. Yaratıcılık, Boş Zaman ve Sanat.....	94
2.2.4.2.1. Resim dersi.....	95
2.2.4.2.2. Müzik ve Yaratıcılık.....	96
2.2.4.2.3. Öykü, Animasyon, Çizgi roman, Karikatür ve Mizah.....	96
2.3. İnovasyon Kavramı.....	98
2.3.1.Tanımı, Tarihçesi, İlişkili Kavramlar ve Türleri.....	98
2.3.1.1. İnovasyon Kavramı ve Tarihçesi.....	98
2.3.1.2. İnovasyonla İlgili Kavramlar.....	101
2.3.1.3. İnovasyon Türleri.....	107
2.3.1.3.1. Oslo Kılavuzu'na Göre İnovasyon Türleri.....	107
2.3.1.3.1.1. Teknolojik İnovasyonlar.....	108
2.3.1.3.1.2. Teknolojik Olmayan İnovasyonlar.....	109
2.3.1.3.2. Yeniliğin Yapısına Göre İnovasyon Türleri.....	110
2.3.1.3.4. Sosyal İnovasyon.....	111
2.3.1.3.5. Diğer İnovasyon Türleri.....	113
2.3.1.3.6. İnovasyon Olarak Değerlendirilmeyen Değişiklikler.....	116
2.3.2. İnovasyon Yönetimi ve Modelleri.....	116
2.3.2.1. İnovasyon Yönetimi.....	116
2.3.2.2. İnovasyon Süreci ve Ölçümü.....	119
2.3.2.3. İnovasyon Kaynakları, Açık İnovasyon ve İnovasyon Modelleri.....	120

2.3.2.3.1. İnovasyon Kaynakları ve Açık İnovasyon.....	120
2.3.2.3.2. İnovasyon Modelleri.....	125
2.3.2.3.2.1. Doğrusal Modeller.....	125
2.3.2.3.2.1.1. Teknoloji İtmeli (Arz Merkezli) Doğrusal Modeller.....	125
2.3.2.3.2.1.2. Talep Çekmeli (Pazar Merkezli) Doğrusal Modeller....	127
2.3.2.3.2.2. Doğrusal Olmayan Modeller.....	127
2.3.3. İnovasyonun Önemi, Engeller ve Stratejileri.....	130
2.3.3.1. İnovasyon Stratejileri.....	130
2.3.3.2. İnovasyonun Önündeki Engeller ve Doğru Bilinen Yanlıklar.	133
2.3.3.3 İnovasyonun Önemi.....	134
2.3.3.3.1. İnovasyonun İşletmeler Açısından Önemi.....	134
2.3.3.3.2. İnovasyonun Ülkeler Açısından Önemi.....	136
2.3.3.3.3. İnovasyon Sistemleri.....	138
2.4. Girişimcilik, Yaratıcılık, Sosyal Sermaye ve İnovasyon İlişkisine Dair Kavramsal Bağlantılar.....	143
2.4.1. Yaratıcılık ve İnovasyon (Yenilik) İlişkisi.....	144
2.4.2. Girişimcilik, Yaratıcılık ve İnovasyon İlişkisi.....	145
2.4.3. Girişimcilik, Yaratıcılık ve İnovasyon İlişkisini Ele Alan Araştırmalar.....	151
2.4.4. Sosyal Sermaye ve Girişimcilik İlişkisi.....	156
2.4.5. Sosyal Sermaye ve Girişimcilik İlişkisini Ele Alan Çalışmalar.....	159
2.5. İkinci Bölümün Değerlendirilmesi.....	166

BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

3.1. Araştırmaya İlişkin Genel Bilgiler.....	168
3.1.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı.....	168
3.1.2. Çalışmanın Sorunsalı.....	168
3.1.2.1. Sosyal Sermaye, Yaratıcılık ve İnovasyon.....	169
3.1.2.1.1. Sosyal Sermaye ve Yaratıcılık İlişkisi.....	169
3.1.2.1.2. Sosyal Sermaye ve İnovasyon İlişkisi.....	174
3.1.2.1.3. Sosyal Sermaye ve Yaratıcılık-İnovasyon İlişkisiyle İlgili Araştırmalar.....	178
3.1.2.2. Tembellik ve Yaratıcılık İlişkisi ve Geçmiş Araştırmalar.....	187
3.1.2.2.1. Tembellik ve Yaratıcılık İlişkisi.....	187
3.1.2.2.2. Tembellik-Yaratıcılık İlişkisi ve Bağlantılı Araştırmalar.....	190
3.1.3. Araştırmanın Önemi, Özgünlüğü ve Katkısı.....	
3.2. Nicel Araştırma.....	203
3.2.1. Kullanılan Ölçeklerin Geliştirilmesi, Uygulanması.....	203
3.2.1.1. Yaratıcı Düşünme Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi.....	203
3.2.1.2. Tembellik Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi.....	205
3.2.1.3. Sosyal Sermaye Ölçeğinin Geliştirilmesi.....	206
3.2.2. Normal Dağılım Analizi.....	208
3.2.3. Örneklem Dizaynı ve Veri Toplama.....	208
3.2.4. Anket Verilerinin Analizinde Kullanılan Testler.....	209
3.2.5. Nicel Araştırmadan Elde Edilen Bulgular.....	210
3.2.5.1. Araştırma Örneklemine Dair Demografik Veriler.....	211
3.2.5.2. Girişimlere Dair Veriler.....	212
3.2.5.3. Araştırma Sorunsalına Dair Testler.....	214

3.3. Nitel Araştırma.....	217
3.3.1. Mülakat Örneklemi.....	218
3.3.2. Mülakat Sorularının Hazırlanması.....	218
3.3.3. Mülakat Verilerinin Analizinde Kullanılan Yöntemler.....	220
3.3.4. Mülakat Örneklemine Dair Demografik Veriler.....	221
3.3.5. Mülakat Örneklemine Dair Sınıflandırılmış Veriler.....	223
3.3.6. Mülakat Görsellerine İlişkin Değerlendirmeler.....	227
3.3.7. İnovasyon Kavramına İlişkin Araştırma Bulguları.....	229
3.3.7.1. Fikir Üretme Aşaması.....	229
3.3.7.2. Tasarım Aşaması.....	231
3.3.7.3. Uygulama Aşaması.....	233
3.3.7.4. Diğer İnovatif Faaliyetler ve Finansal Performans.....	234
3.4. Tartışma.....	235
3.4.1. Nicel Araştırmaya İlişkin Bulguların Tartışılması.....	235
3.4.2. Nitel Araştırmaya İlişkin Bulguların Tartışılması.....	241
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	250
EK 1: TEZ ARAŞTIRMASINDA KULLANILAN ANKET FORMU.....	258
EK 2: TEMBELLİK EĞİLİMİ SORU HAVUZU.....	262
EK 3: SOSYAL SERMAYE SORU HAVUZU.....	264
EK 4: MÜLAKAT SORULARI.....	266
EK 5: MÜLAKATTA KULLANILAN GÖRSELLER.....	269
EK 6: ARAŞTIRMAYA DESTEK VEREN FİRMA VE GİRİŞİMCİLER.....	272
EK 7: MÜLAKAT ÖNCESİ İMZALANAN MUVAFFAKATNAME.....	282
KAYNAKLAR.....	283

TABLO LİSTESİ

Tablo 1	: Girişimci, Lider ve Yönetici Arasındaki Farklılıklar.....	8
Tablo 2	: İnovasyonun Kısa Tarihçesi.....	99
Tablo 3	: İnovasyon Tanımları.....	100
Tablo 4	: İcatların İnovasyona Dönüşme Süreleri.....	104
Tablo 5	: İnovasyon Engelleri.....	133
Tablo 6	: Sosyal Sermaye ve Yaratıcılık-İnovasyon İlişkisiyle İlgili Araştırmalar.....	178
Tablo 7	: Tembellik-Yaratıcılık İlişkisi ve Bağlantılı Diğer Araştırmalar.....	192
Tablo 8	: Yaratıcı Düşünme Eğilimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	204
Tablo 9	: Tembellik Eğilimi Ölçek Geliştirme Uygulaması Verileri.....	205
Tablo 10	: Tembellik Eğilimi Ölçeği Faktör ve Maddeleri.....	205
Tablo 11	: Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör ve Maddeleri.....	207
Tablo 12	: Ölçeklerle İlgili İstatistikler.....	210
Tablo 13	: Yaş, Cinsiyet ve Eğitime İlişkin Demografik Veriler.....	211
Tablo 14	: Gelir ve İş Tecrübesine İlişkin Demografik Veriler.....	212
Tablo 15	: Girişimcilerin İşletmelerine Dair Veriler.....	213

Tablo 16	: Girişimcilerin Patent Verilerinin Frekansları.....	214
Tablo 17	: Ölçeklere Dair Tanımlayıcı İstatistikler	214
Tablo 18	: Korelasyon Matrisi.....	215
Tablo 19	: Bağımsız Gruplar İçin T Testi.....	216
Tablo 20	: Mülakat Örneklemine Dair Demografik Veriler.....	221
Tablo 21	: Mülakat Örneklemine Dair Sınıflandırılmış Veriler.....	224
Tablo 22	: Tembellik Eğilimi Frekans Dağılımları.....	224
Tablo 23	: Sabah Uyanma Davranışı Frekans Dağılımı.....	225
Tablo 24	: Çalışma Ortamı ve Masa Düzeni.....	225
Tablo 25	: İş Akış Düzeni (Frekans Analizi).....	226
Tablo 26	: Küçük İnovasyonlara İlişkin Değerlendirmeler.....	227
Tablo 27	: Bilimsel Buluşlar, İnovasyon ve Tembellik İlişkisi.....	227
Tablo 28	: Bill Gates ve Steve Jobs'ın Tembellik ve Yaratıcılıkla İlgili Sözleri.....	228
Tablo 29	: Fikir Üretme Aşamasında Kullanılan Teknikler.....	229
Tablo 30	: Fikir Üretme Süreci (Bireysel-Grup).....	229
Tablo 31	: Girişimcilerin İnovasyon Ekosistemi.....	230

Tablo 32	: Tasarım İnovasyonunda Yürütülen Faaliyetler.....	231
Tablo 33	: Tasarım Sürecinde Karşılaşılan Problemler.....	232
Tablo 34	: İnovasyon ve Çevreye Uyum.....	234



KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABİGEM	Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
AKUT	Arama Kurtarma Derneği
ARGE	Araştırma-Geliştirme
BTYK	Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu
BYİH	Bilgi Yoğun İş Hizmetleri
CAD	Computer Aided Design (Bilgisayar Destekli Tasarım)
EUROSTAT	European Community Statistical Office (Avrupa Topluluğu İstatistik Ofisi)
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
GAP-GİDEM	GAP- Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezleri
GEM	Global Entrepreneurship Monitör (Küresel Girişimcilik Monitörü)
HP	Hewlett-Packard Şirketi
IT	Information Technology (Enformasyon Teknolojisi)
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğu
KADAV	Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KAGİDER	Kadın Girişimciler Derneği
KAMER	Kadın Merkezi
KEDV	Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
KGF	Kredi Garanti Fonu
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
NFC	Need for Cognition (Düşünme İhtiyacı)

OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
PC	Personal Computer
PETKİM	Petrokimya Anonim Şirketi
SAN-TEZ	Sanayi Tezleri Programı
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TDK	Türk Dil Kurumu
TEKMER	Teknoloji ve İşletme Geliştirme Merkezleri
TGB	Teknoloji Geliştirme Bölgeleri
TİKAD	Türkiye İş Kadınları Derneği
TKY	Toplam Kalite Yönetimi
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TÜBA	Türkiye Bilimler Akademisi
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKAK	Türk Akreditasyon Kurumu
TÜRKPATENT	Türk Patent Enstitüsü
ULAKBİM	Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi
UME	Ulusal Metroloji Enstitüsü
YDE	Yaratıcı Düşünme Eğilimi
YEM	Yapısal Eşitlik Modeli
YÖK	Yükseköğretim Kurulu

GİRİŞ

Geleneksel ekonomik teorilerin iktisadi olay ve olguları açıklamakta yetersiz kalmaya başlamasıyla birlikte, dördüncü üretim faktörü* olarak önem kazanan girişim kavramı, birey olarak girişimci ve bir eylem biçimi ve süreç olarak girişimcilik olgularını gündeme getirmektedir. Önceleri sermaye, risk alma eğilimi, üretim girdilerini örgütleme ve yönetme yeteneği, fırsatları belirleme ve değerlendirme becerisi gibi nitelikler etrafında tanımlanan girişimci, sonraları giderek yaratıcı ve yenilikçi kimliğiyle ön plana çıkmış, girişimcilik ve inovasyon kavramları sık sık birlikte kullanılmaya başlanmıştır.

Yeni ürünler, hizmetler, süreçler, kaynaklar, pazarlar, iş modelleri geliştirme ve/veya mevcut olanlar üzerinde önemli derecede iyileştirmeler gerçekleştirme anlamında inovasyon, kaçınılmaz olarak içeriğinde yaratıcılık kavramını barındırmaktadır. Yaratıcılık teorilerinin bir kısmı hayalperestlik, dalgınlık, oyunbazlık, dağınıklık gibi kişisel özelliklere odaklanırken, bazıları da nevroitiklik, depresyon gibi ruhsal rahatsızlıklarla olan ilişkisini araştırmaktadır. Bazı çalışmalar boş zaman etkinlikleri ve sanatsal faaliyetler gibi bireyin yaratıcılık seviyesi üzerinde etkili olabilecek faktörleri incelerken bir kısmı da yeni fikirler üretmeye yönelik pratik teknikler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Yine bazı araştırmalar içsel-dışsal motivasyon, maddi-maddi olmayan ödüllendirme gibi çerçeveler üzerinden şekillenen farklı düşünce okullarında (öğrenilmiş çalışkanlık ve kendini gerçekleştirme teorileri) yaratıcılıkla olan bağlantıları araştırırken, diğerleri de hazırlayıcılar ve üretken tembellik gibi güncel kavramlar üzerinden konuyu tartışmaktadır. Tüm bu çalışmalar, uzaktan veya yakından tembellik ve yaratıcılık arasında muhtemel bir ilişkiyi akla getirmekte ve bu husus, internet ve sosyal medyada da sıklıkla dile getirilmektedir. Yaratıcılık ve inovasyon sürecinde diğer faktörlerin yanı sıra tembelliğin etkisi, merak uyandıran bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnovasyonun, mikro ölçekte girişimci ve işletmesinin, makro ölçekte ise bölge ve ülkelerin, rekabet gücü, kârlılık, verimlilik gibi performans ölçütlerinden olumlu sonuçlar alınabilmesindeki öneminin anlaşılmasıyla, yaratıcılık, girişimcilik ekosistemi,

* “Emek, sermaye ve doğal kaynakların yanı sıra”

inovasyon sistemleri gibi kavramlar, çok farklı disiplinlerce ele alınarak araştırılmaktadır. Girişimcilerin ilişki içerisinde bulunduğu girişimcilik ekosistemi ve inovasyon sistemlerindeki aktörler; ailesi, arkadaşları, içerisinde bulunduğu sivil toplum kuruluşları gibi iletişim halinde bulunduğu diğer kişi ve kurumlarla birlikte, onların sosyal sermayesini oluşturmaktadır.

Son yirmi yıl içerisinde güncelliği önemli ölçüde artmış olan sosyal sermaye kavramı, ekonomik, finansal, fiziksel sermaye yaklaşımlarının yetersiz kalması sonucunda, kalkınma, büyüme, gelişmişlik farkları gibi konularda ekonomik modellerin açıklama gücünü artırmak amacıyla, beşerî, kültürel, entelektüel sermaye gibi terimlerle birlikte literatüre girmiştir. Girişimcilerin sahip olduğu sosyal ağlar aracılığıyla çeşitli olanaklara ulaşmasını kolaylaştıran sosyal sermaye, bu yönüyle, ölçümü güç olmakla birlikte, finansal bir değer de ifade etmektedir. Sosyal sermaye, girişimcilik ve inovasyon açısından, fırsat tanımlama ve yaratıcı fikir oluşturma gibi süreçlerde ihtiyaç duyulan bilgiyi sağlayabilmesinin yanında, kuruluş, tasarım, prototip, uygulama gibi süreçlerde ihtiyaç duyulan maddi, finansal ve diğer kaynaklara ulaşmayı da kolaylaştırmaktadır.

Girişimcilik, tembellik, yaratıcılık, sosyal sermaye ve inovasyon kavramları ve bu değişkenlerin aralarındaki ilişki ve bağlantılar, bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Sosyal sermayenin, sunduğu olanak ve kaynaklar sebebiyle girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyon performansları; tembelliğin yaratıcılık ve yaratıcılığın inovasyon üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi, bu araştırmanın kapsamındadır. Bu bağlamda tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde girişim, girişimci, girişimcilik ve benzer kavramlar, girişimcilik türleri, olumlu ve olumsuz yanları, eğitimi, finansmanı, girişimcilik oluşumu ve yaklaşımlar, girişimcilik ekosistemi ve önemi, üniversite-sanayi işbirliği ele alınmaktadır. Ayrıca sosyal sermayenin kapsamı, anlamsal ve kavramsal tarihi, tanımlanması ve diğer sermaye türleriyle ilişkisi, özellikleri, kaynakları ve belirleyicileri, bileşenleri, türleri, önemi, ölçümü, eleştiriler ve olumsuz yanları, incelenerek birinci bölümün kısa bir değerlendirmesi yapılmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde tembellik kavramı ele alınarak olumlu ve olumsuz yönleri değerlendirilmekte, yapılan güncel araştırmalar ışığında, zekâ başta olmak üzere çeşitli bilişsel yetenekler ve tembellik arasındaki bağlantılar incelenmektedir. Sonrasında yaratıcılık ve yaratıcı düşünce kavramları tanımlanmakta, tarihçesi, türleri, süreçleri, becerileri, teknikleri, kuramları, yaklaşımlar ele alınmakta ve bu bilgiler ışığında tembellik ve yaratıcılık arasındaki ilişkiler ortaya konmaya çalışılmaktadır. Ayrıca inovasyon kavramı, tarihçesi, ilişkili kavramlar ve türleri, inovasyon yönetimi ve modelleri, kaynakları, süreci ve ölçümü, önemi, engeller ve stratejileri, inovasyon stratejileri ve sistemleri değerlendirilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın amacı, kapsamı, sorunsalı, hipotezleri, modeli, örnekleme, veri toplama teknikleri, ölçeklerin geliştirilmesi ve mülakat sorularının oluşturulması, geçerlilik, güvenilirlik, normal dağılım ve faktör analizleri, veri analizinde kullanılan testler ve yöntemler açıklanmıştır. Ayrıca son bölümde nicel ve nitel araştırmadan elde edilen bulgular ve tartışma yer almaktadır. Son olarak araştırmadan elde edilen sonuçlar özetlenmekte ve öneriler geliştirilmektedir.

BÖLÜM 1:

GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL SERMAYE

Çalışmanın bu bölümünde girişimcilik ve sosyal sermaye kavramları hakkında kapsamlı bir biçimde bilgi verilerek aralarındaki ilişki ortaya konmaktadır.

1.1. Girişimcilik Kavramına Genel Bakış

Bu kısımda girişimcilikle ilgili çeşitli tanımlar, benzer kavramlarla ilişkiler, farklı boyutlar, girişimciliğin oluşumu ve çeşitli yaklaşımlar, girişimciliğin önemi ve girişimcilik ekosistemi, girişimcilik türleri ve üniversite-sanayi işbirliği gibi konular incelenmektedir.

1.1.1. Tanımlar, Benzer Kavramlar ve Girişimciliğin Farklı Boyutları

Bu başlık altında; girişimcilikle ilgili tanımlar ve benzer kavramlarla ilişkiler, girişimciliğin farklı boyutları, olumlu ve olumsuz yanları, başarı ve başarısızlık faktörleri, karşılaşılan sorunlar ele alınmaktadır.

1.1.1.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları

Girişim; genel bir tanımla, girişimcilerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için oluşturdukları ekonomik birimlerdir¹. Eski adıyla teşebbüs, Arapçada yapışkan anlamına gelen “şebıs” kelimesinden türemiştir ve yapışmak, elinde tutmak, tuttuğunu bırakmamak anlamına gelir². Türkçe de “gir” kökünden geliştirilerek “gir-iş-me” fiiline dönüşmüştür³. Çoğu zaman aynı anlamda kullanılsa da girişim ile işletme kavramları aynı değildir. Girişim bir veya birden fazla işletmeye sahip olabilen bir kuruluştur. Örneğin PETKİM (Petrokimya Anonim Şirketi) birçok işletmesi olan bir girişim; buna bağlı plastik işleme fabrikası ise bir işletmedir⁴.

¹ Peter Stimpson ve Alastair Farquharson, **Cambridge International AS and A Level Business**, Third Edition, Cambridge University Press, 2015, p.3

² İbrahim Durak, “Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.9, No.2, 2011, ss.191-213, s.195

³ Yunus Zengin, **Girişimcilik Becerileri ve Sürdürülebilirlik Rekabet Üstünlüğü İlişkisi**, Konya: Eğitim Yayınevi, 2020, s.16

⁴ Gülçin Baykal, Hekimlerde Girişimcilik Ruhunun Çeşitli Branşlar Açısından Karşılaştırılması: Ankara’da Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014, s.3

Serbest pazar ekonomisinde işlerliği sağlamak için olması gereken temel unsurların başında girişimcilik⁵ ve bir üretim faktörü olarak girişimci⁶ kavramları gelmektedir. Girişimci ve girişimcilik terimleri Fransızca üstlenmek anlamında kullanılan “entreprendre” kelimesinden türemiştir⁷. Latince kökenli girişimci kavramı ilk girişen, ilk başlayan anlamına gelmektedir⁸.

17. yüzyılda girişimci, risk alan ve hükümetin bir bina inşa etmek veya orduya ekipman teslim etmek için kiralayabileceği insanlar gibi büyük projelerle uğraşan biri olarak görülüyordu⁹. Richard Cantillon’un 18. yüzyılda girişimci kavramını ekonomik anlamda kullanan ilk isim olduğu kabul edilir. Cantillon, bu kavramı, muhtemelen dönemin devrimci burjuvazisinden etkilenecek, ekonomik sistem içerisinde kâr elde etmeye ve risk almaya hevesli, önsezi ve yaratıcılığa sahip kişileri tanımlamak için kullanmıştır¹⁰. Aynı dönemde Fransız iktisatçı Baudeau, girişimciyi çeşitli yenilikler yaparak maliyetlerini düşürmeye, kazancını arttırmaya çalışan bir değişimci olarak tanımlamıştır¹¹. Ardından Jean Baptiste Say kavramı geliştirerek risk eğilimi yanında, girişimcinin üretim faktörlerini uygun şekilde bir araya getirme ve yönetme özelliğine sahip olması gerekliliği üzerinde durulmaktadır¹².

Kavramın İngiliz literatürüne girişi 19. yüzyılda John Stuart Mill’in “Politik İktisadın İlkeleri” eseri ile gerçekleşmiştir¹³. Modern iktisadın temelini attığı kabul edilen Adam Smith ise kendinden sonra gelen klasik iktisatçıların çoğu gibi, talebi arza dönüştüren ekonomik bir etmen olarak girişimci ile kapitalisti özdeşleştirir¹⁴. O dönemin

⁵ J. R. Clark ve Dwight R. Lee, “Freedom, Entrepreneurship and Economic Progress”, The Journal of Entrepreneurship, Vol.15, No.1 2006, pp.1-17.

⁶ Öznur Bozkurt ve Kutbettin Erdurur, “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt 8, Sayı 2, 2013, s.58

⁷ J. Daniel Couger, Lexis F. Higgins ve Scott C. McIntyre, “Differentiating Creativity, Innovation, Entrepreneurship, Intrapreneurship, Copyright and Patenting for I.S. Products/Processes”, **System Sciences, Proceedings of the Twenty-Third Annual Hawaii International Conference**, Vol.4, 1990, p.371; Vincent P. Luchsinger ve D. Ray Bagby, “Entrepreneurship and Intrapreneurship: Behaviors, Comparisons, and Contrasts”, **S.A.M. Advanced Management Journal**, Corpus Christi, Vol.52, No.3, Summer 1987, p.12

⁸ Michael Peneder, **The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept**, WIFO Working Papers No. 335, Austrian Institute of Economic Research (WIFO), Vienna, 2009, p.5-7

⁹ Niklas Bengtsson ve Kristoffer Peterson, “What Are They Talking about When They Talk About Entrepreneurship?”, **Jönköping International Business School Paper**, Jönköping University, Småland: Sweden, 2008, p.4

¹⁰ Richard Cantillon, **An Essay on Economic Theory**, Chantal Saucier (Çev.), Mark Thornton (Ed.), Alabama: Ludwig von Mises Institute, 2010; Metin Ocak, Bazı Öncülleri ve Sonuçları Bağlamında Kurumsal Girişimcilik: Görgül Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014, s.12

¹¹ Robert F. Hébert ve Albert N. Link, “The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques”, Review of Industrial Organization, Vol.4, No.2, 1989, pp.135-137

¹² Jean Baptiste Say, A Treatise on Political Economy: Or the Production, Distribution and Consumption of Wealth, Clement Cornell Biddle (Çev.), South Carolina: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017

¹³ John Stuart Mill, **Principles Of Political Economy**, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2012

¹⁴ Adam Smith, **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, Amsterdam: MetaLibri

iktisatçıları girişimciyi bir lider, yönetici, yaratıcı, yenilikçi, dönüşümcü bir kişi değil, sermayedar olarak değerlendirmişlerdir. Knight riskten ayrı olarak belirsizliği vurgulamış ve girişimciyi, neyin, ne zaman ve nasıl imal edileceğine verdiği karar sonucunda kar beklentisi olan kişi olarak tanımlamıştır¹⁵. Kirzner'in olumlu anlamda kullandığı fırsatçı girişimcisi ise ekonomideki değerlendirilebilecek dengesizlikleri tespit etmek için araştıran ve bundan yararlanmak için üretim kaynaklarını önceden yapılanlardan daha etkin biçimde koordine eden kişidir¹⁶. Bazıları, girişimcinin belirsizlik ve geleceğe olan ilgisini vurgulayarak onu olasılıklardan olanak, kaostan uyum yaratan kişi olarak tanımlar¹⁷. Fakat inovasyon kavramını geniş bir biçimde ele alan, girişimcinin inovatif ve dinamik olma özelliğini vurgulayan ilk kişi Schumpeter olmuştur ve girişimcilik kavramına yaklaşımı geniş kabul görmüştür¹⁸.

Girişimci kavramının farklı disiplinler tarafından farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Bir ekonomist için girişimci; üretim faktörlerini örgütleyerek önceki değerlerinden daha büyük bir değer yaratan ve inovasyon, değişim sayesinde ekonomik düzeni yenileyen kişidir¹⁹. Bir psikolog içinse, kazanma, deneyim, başarı, bağımsızlık, otorite arzularıyla harekete geçen bireydir şeklinde ifade edilmektedir²⁰. Bazı tanımlar makro açıdan ekonomik süreçlere ve üretim faktörlerine odaklanmakta ve girişimciyi faizden, kiradan ya da ücretten daha yüksek kazanç elde etmek için yeni girişimler kuran işletme sahipleri ve yöneticileri olarak ifade etmektedir. Diğerleri ise mikro açıdan bireysel özellikler üzerine odaklanarak girişimciyi fırsatları gözleyerek inovasyon adına bireysel risk alan, yeni ürünler, süreçler, pazarlar, organizasyon biçimleri ya da kaynak temini yaratan kişiler olarak tanımlamışlardır.

Girişimciliğin tarihi insanlık tarihi kadar eskidir ve en eski mesleklerden biri olarak kabul edilmektedir. Durkheim'e göre insanların ilk çağlardan beri hayatta kalabilmek için yaptıkları avcı-toplayıcılık, hayvancılık ve çiftçilik gibi tarımsal faaliyetlerin hepsi basit birer girişimdir²¹. Girişimcilik kavramı milattan önce 4.yy'a kadar dayanmaktadır. Taş devrindeki paleolitik, mezolitik ve neolitik dönüşümler bile, ademoğlunun risk eğilimi ve girişimcilik ruhuyla gerçekleştirdiği inovasyonlarla

¹⁵ Frank Knight, **Risk, Uncertainty and Profit**, Eastford, CT: Martino Fine Books, 2014

¹⁶ Israel M. Kirzner, **Competition and Entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973

¹⁷ Serpil Döm, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2006, s.3-7

¹⁸ Schumpeter'in görüşlerine, girişimcilik ve inovasyon ilişkisini ele alan bölümlerde ayrıntılı olarak yer verilecektir.

¹⁹ Michael Peneder, The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept, Austrian Institute of Economic Research, **WIFO Working Papers**, No.335, Vienna, 2009

²⁰ Michael Frese, "Toward a Psychology of Entrepreneurship: An Action Theory Perspective", **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, Vol.5, No.6, 2009, pp.435-494; Michael Frese ve Michael M. Gielnik, "The Psychology of Entrepreneurship", **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, Vol.1, 2014, pp.413-38.

²¹ Emile Durkheim, **Rules of Sociological Method**, New York: Simon & Schuster, 1982, s.78

oluşturmuştur²². Orta çağlarda en eski girişimci; Marco Polo, Uzak Doğu ülkeleriyle ilk ticaret girişiminde bulunan, 'gezgin-maceracı-tacir' olarak adlandırılmaktadır. Gittiği ülkelerde sermaye sahipleriyle, getirdikleri malları satmak üzere sözleşmeler imzalayıp, faiz karşılığı borçla ilk ticaret anlaşması yapan kişidir²³. Kısaca, insanların, geçmişten günümüze sahip olduğu imkânların hepsine, girişimcilik dürtüsüyle ulaştığı söylenebilir.

Girişimcilik, en geniş tanımıyla serbest meslek, yeni bir iş organizasyonu kurma veya var olan işi büyütmek gibi risk içeren tüm girişimler olarak ele alınmaktadır²⁴. Girişimcilik, geleceğe dönük mal, hizmet ve süreçlerin meydana getirilmesine yön verecek olan fırsatların, kimlerce ne şekilde ve ne zaman değerlendirileceğiyle ilgili çalışmalardır²⁵. Girişimcilik ile ilgili olarak dünyada söz sahibi olan GEM²⁶ girişimciliği; “bir kişi, bir takım ya da mevcut bir iş tarafından, tek başına, yeni bir iş kurarak ya da mevcut bir işi genişleterek yeni bir girişim oluşturma teşebbüsü” olarak tanımlamaktadır. Kısaca, girişimci, yeni girişim oluşturan bireyi, girişimcilik, kâr amaçlı yeni bir girişim oluşturma sürecini, girişim ise girişimci tarafından eylem süreci sonunda oluşturulan yapıyı ifade etmektedir²⁷. Girişimcilik yalnızca bir işletme kurmak anlamına gelmez. Vizyon, değişim ve yaratıcılığın dinamik bir sürecidir. Yeni düşünce ve yaratıcı problem çözümlerinin oluşumu ve uygulamaya geçirilmesine yönelik heyecan ve istek gerektirir²⁸. Girişimcinin refah yaratırken üç temel dayanağı vardır. Bunlar; kendi kuvvet ve direnci, ulaşabildiği finansal ve sosyal sermayesidir²⁹.

Girişimciliğin öğeleri, girişimci (fikri oluşturan kişi), yenilik/farklılık, benzersizlik, organizasyon yapmak, ekip kurmak, değer yaratmak, iş takibi, büyüme ve sürekliliktir³⁰. Hem günlük yaşantıda hem de teknik alanlarda sık kullanılan bir kavram

²² Tülin Durukan, “Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21.Yüzyılda Girişimciliğin Önemi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2007, ss.25-37, s.25

²³ Reza Yadegari, Mahshid Sanaeefard ve Mahmood Bashash, **Entrepreneurship as done by Marco Polo Founders**, Iranian Great Entrepreneurs, Independently Published, 2019

²⁴ Thomas M. Cooney, Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses Report, **Skills Development for SMEs and Entrepreneurship Workshop**, Copenhagen: OECD, 2012, pp.1-23

²⁵ Hans Landström, Gouya Harirchic ve Fredrik Åström, “Entrepreneurship: Exploring The Knowledge Base”, **Research Policy**, Vol.41, No.7, September 2012, p.1154

²⁶ Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor- GEM), <https://www.gemconsortium.org/> (18.05.2019)

²⁷ Álvaro Cuervo, Domingo Ribeiro ve Salvador Roig, “Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction”, **Entrepreneurship**, Álvaro Cuervo Domingo Ribeiro Salvador Roig (Eds.), New York: Springer, 2007, pp.1-22, p.1, 3

²⁸ Donald F. Kuratko ve Richard M. Hodgetts, **Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice**, Mason, OH: South-Western College Publishers, 2004, p.30

²⁹ Murat Koç, Bir Girişimcilik Modeli Olarak Franchising, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006, s.3

³⁰ Mustafa Ergen, **Girişimci Kapital Silikon Vadisi Tarihi ve Startup Ekonomisi**, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2014, s.39-41

olarak girişimcilik literatürünü ekonomi, psikoloji, antropoloji, yönetim, organizasyon ve sosyoloji gibi çeşitli disiplinler oluşturmaktadır. Farklı bakış açıları ve çok farklı disiplinlerden yapılan katkıların etkisiyle girişimci ve yönetici, işveren, patron, esnaf, işletme sahibi, lider, yönetici, sermayedar, tüccar gibi benzer terimlerle bir kavram karmaşası ortaya çıkmış ve aralarındaki ilişkiyi inceleme gerekliliği ortaya çıkmıştır.

1.1.1.2. Kavram Karmaşası: Girişimci ve Benzer Kavramlarla İlişkisi

Yönetici, girişimciden farklı olarak kar ve riski başkasına ait olmak üzere, belirli bir ücret karşılığında tüm işletmenin sorumluluğunu üstlenen ve yönetim faaliyetini yerine getiren kişidir. Lider ise hedef belirleme ve başarıya yönünde grubun faaliyetlerini etkileyen kişidir³¹. Bu üç kavram arasındaki farklar, aşağıda Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Girişimci, Lider ve Yönetici Arasındaki Farklılıklar

Yönetici	Girişimci	Lider
Disipline önem verir, sistem ve yapı üzerinde odaklanır.	Kontrole önem verir.	Gelişime önem verir ve insan üzerine odaklanır.
Problemleri görür.	Fırsatları görür ve gerekli olan riski, belirsizliği ve sorumluluğu üstlenir.	Fırsatları değerlendirir ve yeni fırsatlar meydana getirir.
Statik, tekrarcı ve devam ettiricidir.	Dinamiktir.	Yenilikçi, geliştirici ve özgündür.
Eskiye düşünür ve kısa vadeli görüşe sahiptir.	Geleceği düşünür.	Geleceği düşünür ve uzun vadeli görüşe sahiptir.

Kaynak: Harun Yıldız, Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Mühendis Adayları Üzerinde Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.7

İşveren kavramı, bir iş sözleşmesine dayanarak işçi çalıştıran gerçek veya tüzel kişiye yahut tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlara verilen addır³² ancak girişimcinin istihdam yaratma zorunluluğu yoktur. İşvereni de kapsayan **patron** kavramı ise girişimcinin öncülük, yenilikçilik gibi özelliklerini karşılamaz³³. Benzer bir durum, **esnaf ve işletme sahibi** terimleri için de geçerlidir. Örneğin, lokanta ya da bakkal dükkânı açan bir kişi, risk alır ve yeni bir işletme kurar (işletme sahibi olur) ancak yenilik yapmaz. Buna karşılık, yüzyıllardır birçok dükkânda yapıp satılan Kahramanmaraş dondurmasını bir marka haline getirmek inovasyondur³⁴.

³¹ Edip Özücü, **Modern İşletmecilik**, 9.Baskı, Bursa: Dora Yayıncılık, 2013, s.9, 138

³² 4857 No.lu İş Kanunu, Kabul Tarihi: 22/5/2003, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarihi: 10/6/2003, Sayı: 25134, Yayımlandığı Düstur Tertip: 5, Cilt :42, Madde: 2

³³ Tamer Müftüoğlu, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler**, Ankara: Sevinç Yayınevi, 1991, s.44

³⁴ Dilek Çetindamar, **Türkiye’de Girişimcilik**, İstanbul: TÜSİAD-Lebib Yalkın Yayınları, 2002, s.33

Türk Ticaret Kanunu’nda “geliri sermayesinden çok, emeğine dayanan ve ancak geçimini sağlayacak kadar geliri olan kimse” olarak tanımlanan esnaf³⁵, tacirle işveren arasında bir konuma sahiptir ve girişimcilikteki yenilik ve gelişme vurgusundan uzaktır.

Sermayedar; bir şirketin resmen ortağı olup, kâr ve zarardan ortaklığı nispetinde pay alan kişidir³⁶. Girişimci ise bir işletme kurarken kendi sermayesini riske edebileceği gibi, bir sözleşme karşılığında başkasının sermayesini de kullanabilir³⁷.

Girişimcilikle ilgili bir diğer kavram **tacir veya tüccar** kavramıdır. Türk Ticaret Kanunu’na göre; bir ticaret işletmesinin bir kısmını veya tamamını kendi adına işleten kişilere tacir denir³⁸. Tacir, yapılan ticari faaliyetin sorumluluklarını kanuni olarak yerine getirmekten sorumlu olan kişidir. Girişimci ise, kanuni prosedürlerle uğraşan değil yeni fikirler üreten kişidir.

Girişimci Bürokrat (Girokrat) ve Teknokrat Kavramları: Girişimci bürokratlar, kamu sektöründe çalışan fakat girişimcilik özelliklerine haiz yöneticilerdir. Bürokrat ile girokrat arasındaki temel fark ise; bürokratin rutini takip etmesi, girokratin ise sıra dışı işleri ve rutin dışı uygulamaları tercih etmesi olarak ifade etmek mümkündür³⁹. **Teknokrat**, yenilikleri ortaya koyan, girişimci ise bu yenilikleri piyasalaştırır. Girişimci gelecekte, teknisyen ise şimdide yaşamaktadır. Girişimci hayal kurar, teknisyen ise gerçekleştirir⁴⁰.

1.1.1.3. Girişimciliğin Farklı Boyutları

Girişimcilik süreci ekonomik bir değer üretimi olmasının yanında, sonuçları açısından sosyal, kültürel, yasal ve siyasi dinamiklerle bağlantılı olduğundan, girişimcilik araştırmaları çok farklı boyutlarda ele alınmaktadır. **Girişimciliği psikolojik açıdan ele alan yaklaşımlar**, girişimcilerin kişilik özelliklerinin⁴¹ yanı sıra, özgüven⁴², çevresel

³⁵ 6102 No.lu Türk Ticaret Kanunu, Kabul Tarihi: 13/1/2011, Yayımlandığı Resmi Gazete Tarihi: 14/2/2011, Sayı: 27846, Yayımlandığı Düstur Tertip: 5, Cilt: 50, Madde 15

³⁶ Ebru Sipahi; Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1997, s. 10

³⁷ Israel M. Kirzner, **a.g.e.**, p.49

³⁸ Türk Ticaret Kanunu, a.g.e., Madde 12

³⁹ Berfu İlter, Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği, **Doktora Tezi**, Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2018, s.51

⁴⁰ Özlem Çetinkaya Bozkurt, **Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi**, Ankara: Detay, 2011, s.9

⁴¹ Asuman Sönmez ve Andaç Toksoy, “Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz”, **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt.21, Sayı.2, 2014, s.44

⁴² Jon Newton ve David Gary Shreeve, “The Relationship between the Characteristics and Life Experiences of Entrepreneurs”, **Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship**, Vol.4, No.1, 2002, pp.16-36

etkiler⁴³ ve girişimcilik ruhu⁴⁴ gibi faktörlere odaklanmaktadır. **Girişimci düşünce**, yenilikçilik ve yaratıcılığa bağlı olarak girişimci fikir ve fırsatların araştırıldığı bilişsel bir süreçken; **girişimci ruh**, risk alma eğiliminde olan bireylerin sahip olduğu kişisel bir özellik olarak ifade edilmektedir⁴⁵. **Girişimciliği davranışsal açıdan ele alan yaklaşımlar**, bireysel girişimcilikte görülen davranışlar⁴⁶, üreticilik ve yenilikçilik⁴⁷, risk ve belirsizlik teorisi⁴⁸ gibi konulara odaklanmaktadır.

Girişimciliği toplumsal açıdan ele alan yaklaşımlar, karma sosyal ve anonim ilişkiler⁴⁹ ve kolektif, bireyci sosyal ve toplumsal yapıların etkisi⁵⁰ gibi konulara odaklanmaktadır. **Girişimciliği sosyo-kültürel açıdan ele alan yaklaşımlar**, genel yapı⁵¹, kültürel değerler⁵², aile⁵³ gibi faktörlerin girişimcilik üzerindeki etkisinin yanı sıra, girişimciliğin toplumsal yapı üzerindeki etkilerine⁵⁴ de odaklanırlar. **Antropologlar**, girişimciliği geniş bir sosyal değişim sürecinin parçası olarak görmektedirler ve araştırmaları, girişimciliğin kapitalist sınıfın oluşumundaki rolünü anlama ya da yerel ekonomik kalkınma gibi konulara odaklanmaktadır⁵⁵.

⁴³ İbrahim Durak, "Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması", **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.9, Sayı.2, 2011, s.198

⁴⁴ D.Keith Denton, "Entrepreneurial Spirit", **Business Horizons**, Vol.36, No.3, 1993, pp.79-84

⁴⁵ İsa Deveci, Fen Bilimleri Öğretim Programıyla Bütünleştirilmiş Girişimcilik Eğitimi Modüllerinin Geliştirilmesi, Uygulanması ve Değerlendirilmesi, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa, 2016, s.15; Saygın'ın araştırması, girişimcilik ruhu ile kişilik özellikleri arasında pozitif ve anlamlı seviyede bir ilişki olduğuna işaret etmektedir. Serhat Saygın, Girişimcilik Ruhu Üzerinde Beş Büyük Faktör Kuramının Etkisi: Girişimcilik Eğitimi Verilen KOBİ'lere Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, 2018, s.82

⁴⁶ Öznur Bozkurt ve Kutbettin Erdurur, s.59

⁴⁷ William J. Baumol, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", **Journal of Political Economy**, Vol.98, No.5, 1990, pp.893-921

⁴⁸ Jeffery S. McMullen ve Dean A. Shepherd, "Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur", **The Academy of Management Review**, Vol.31, No.1, 2006, pp.132-152

⁴⁹ Gencay Şaylan, **Türkiye'de Kapitalizm Bürokrasi ve Siyasal İdeoloji**, Ankara: TODAİE, 1974, s.209

⁵⁰ James C. Hayton, Gerard George, Shaker A. Zahra, "National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research", **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol.26, No.4, pp.33-52

⁵¹ Erdoğan Kaygın ve Bülent Güven, "Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler", **Girişimcilik**, Erdoğan Kaygın ve Bülent Güven (der.), Siyahinci Akademi, İstanbul, 2015, s.42-44; Serkan Güzel, "Sosyal Yapı ve Toplumsal Yapı Bileşkesinde Sosyo-Kültürel Yapı Kavramı", **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi**, Sayı.34, 2006, s.91-92

⁵² Semra Güney ve Aysun Çetin, "Kültürün Girişimcilğe Etkisi ve Girişimcilik Kültürü", **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.21, Sayı.1, 2003, s.194-195

⁵³ Muharrem Bakkal, Süreyya Bakkal, Hakan Kılıcı ve Nermin Akarçay, "Tekirdağ İl ve İlçelerinde Kadın Girişimcilik Kültürü ve Makro Ekonomiye Etkileri ve Sonuçları; Alınması Gereken Tedbirler ve Çözüm Önerileri", **Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.5, 2014, s.2

⁵⁴ Shaker A. Zahra ve Mike Wright, "Understanding the Social Role of Entrepreneurship", **Journal of Management Studies**, Vol.53, No.4, 2016, pp.610-629

⁵⁵ Akin Fadahunsi, "Researching Informal Entrepreneurship in Sub-Saharan Africa: A Note on Field Methodology", **Journal of Developmental Entrepreneurship**, Vol.5, No.3, 2000, p.254

Girişimciliği etik açıdan ele alan yaklaşımlar, girişimcilerin sahip olması gereken moral değerler üzerinde odaklanırlar. **Girişimcilik ahlakı**, kişinin girişiminde başarılı olmasını ve bu başarısını sürdürmesini sağlayan, dürüstlük, çalışkanlık ve tasarruf gibi ahlaki özelliklerdir⁵⁶ ve girişimcinin başarı potansiyelini artırır. **Girişimcilik potansiyeli**, girişimcinin başarıma olasılığıdır. Burada başarı beklentisi girişimcinin kararlılığı, direnci, finansal olanakları, bilgi birikimi ve deneyimi gibi nitelikleriyle ilişkilidir. Başarı genellikle uzak ve yakın çevre unsurlarından etkilenmekle beraber, girişimcilik potansiyeli daha çok bireyin kişisel özelliklerine bağlıdır⁵⁷.

Girişimcilik konusunda; bu alanlar yanında coğrafya, fen ve eğitim bilimleri gibi alanlarda da çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bunun temel sebebi, girişimciliğin bireyden işletmeye, bölgeden endüstriye ve hatta ulustan küresel düzeye kadar genişleyen çok boyutlu (uygulama, eğitim, finansman, vb.) bir olgu olması ve girişimciliğin belirleyicileri, girişimsel başarı ve girişimciliğin toplum üzerine etkileri gibi konuların; birçok disiplinin ilgi odağı haline gelmesindendir⁵⁸.

1.1.1.4. Girişimci Olmanın Olumlu ve Olumsuz Yanları, Başarı ve Başarısızlık Faktörleri, Karşılaşılan Sorunlar

Girişimci olmanın olumlu yanları: Girişimci kişi bir iş kurmaya karar verdiğinde; başarılı, kendi işinin patronu, bağımsız, kazançlı ve saygın biri olma imkânı elde etmektedir. Ayrıca istihdam yaratma ve kendi kişisel gelişiminin yanı sıra, çalışanlarının da gelişimine katkı sağlamanın getirdiği manevi tatmin duygusunu yaşayacaktır. **Girişimci olmanın olumsuz yanları** ise artan sorumluluklar, zarara karşı düşük tolerans, kişisel özveri gerekliliği, yüksek stres, bürokratik zorluklar, yoğun rekabet, yüksek reklam harcamaları, enerji kaybı gibi faktörler, girişimciliğin olarak değerlendirilebilir⁵⁹. **Girişimcilikte başarı faktörleri;** yapılacak işin gelişmekte olan bir sektörde olması, yeterli bir talebin olması, iş için uygun zamanın seçilmesi, yönetim tecrübesi, özsermaye ve kredi olanakları ve riske karşı sigorta olmasıdır⁶⁰.

⁵⁶ Yahya Ayyıldız, Ahmet Midhat Efendi'de Girişimcilik: Teori ve Pratik, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.12

⁵⁷ Robert D. Hisrich ve Michael P. Peters, **Entrepreneurship**, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2002, p.32-33

⁵⁸ Özgür Topkaya, İstihdama Katkısı Bakımından Girişimcilik: Güney Marmara Örneği, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.36

⁵⁹ Richard E. Anderson, "The Advantages and Risks of Entrepreneurship", **Academe**, Vol.76, No.5, 1990, pp. 9-14

⁶⁰ CADA, **TR 72'de Girişimcilik Profilinin Analizi**, ORAN: Central Anatolia Development Agency, 2017, s.17-18

Girişimcilik faaliyetleri yürütülürken karşılaşılan sorunlar⁶¹;

1) Başlangıç yatırımları ve işletme sermayesi için gerekli olan fonlar açısından zkaynak yetersizliği ve yabancı kaynak sağlamada karşılaşılan güçlükler gibi finansal sorunların yanı sıra, yüksek işçilik maliyetleri, devlet teşviklerinin yetersizliği ve yüksek vergiler gibi diğer parasal konular,

2) Nitelikli eleman eksikliği, teknik engeller, ARGE, taşıma ve nakliyeyle ilgili sorunlar ve

3) şiddetli rekabet ve müşterilerden kaynaklanan sorunlar olarak özetlenebilir.

Girişimcilikte başarısızlık faktörleri ise yetersiz planlama, deneyimsiz bir takım oluşturma, kuruluş yeri seçimi hatası, sermaye yetersizlięi⁶², yönetim becerisi eksikliği ve küçük pazar seçimi olarak zetlenmektedir⁶³. Bunun yanı sıra, inanç ve tutumlar da girişimcilik başarısı üzerinde etkili olabilmektedir⁶⁴.

1.1.2. Girişimciliğin Oluşumu ve Yaklaşımlar

Girişimciliğin oluşum Şekilleri, serbest meslek niteliğinde, küçük işletme sahipliği (işletme kurma veya satın alma), franchising (imtiyaz hakkı), ortak girişim (joint venture), girişim ekibi veya aile şirketi olmak üzere farklılık gsterebilmektedir⁶⁵. Girişimci olmaya yönelten sebepler; ekonomik yarar sağlama, bağımsız çalışma, ülke ekonomisine katkıda bulunma, yeni bir buluş veya fikri piyasaya sunma gibi çeşitli isteklerdir⁶⁶. Ayrıca ğrenme, aile geleneğini sürdürme, kendi geleceğini kendi karar ve çabalarıyla şekillendirme istekleri, kişileri girişimciliğe ynlendirebilir⁶⁷. Bunların yanı sıra, yapmaktan keyif alacağı bir işte çalışma, fırsatları yakalama, tanınma ve prestij

⁶¹ Reziwanguli Tuerhong, Çin Zhejiang Bölgesindeki KOBİ'lerin Girişimcilik Profili Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Mart 2015, s.24-29

⁶² Polat'ın araştırması, girişimcilik projelerinin başarısında en önemli faktörün sermaye olduğunu ortaya koymaktadır: Bekir Polat, Estimation of Success of Entrepreneurship Projects with Data Mining, **M.Sc. Thesis**, University of Gaziantep Graduate School Of Natural & Applied Sciences, Gaziantep, 2018, s.58

⁶³ Okan Kılıçgedik, Girişimcilik, Girişimcilerin Sermaye Kaynağı Olarak Türkiye'de Melek Yatırımcılık ve Melek Yatırım Alan Girişimcilerin zellikleri zerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.23-25

⁶⁴ Yvon Gasse, "The Development of New Entrepreneurs: A Belief-Based Approach", The Art and Science of Entrepreneurship, Massachusetts: Bollinger Publishing Company, 1986, pp.49-50

⁶⁵ Dafna Kariv, **Entrepreneurship An International Introduction**. Abingdon: Routledge, 2011, pp.275-286; İrfan Dilsiz ve Nihat Klk, **Girişimcilik**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2005

⁶⁶ Hasan Tutar ve Fırat Altınkaynak, **Girişimcilik: Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2014, s.49

⁶⁷ Scott Shane, Lars Kolvereid ve Paul Westhead, "An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation across Country and Gender", **Journal of Business Venturing**, Vol.6, No.6, 1991, pp.431-446

sağlama gibi etkenler de söz konusu olabilir⁶⁸. Bu konudaki yaklaşımlar genel olarak bireysel, çevresel ve örgütsel olmak üzere sınıflandırılabilir.

1.1.2.1. Demografi ve Kişilik Özellikleri Yaklaşımları

Girişimcilik; kalıtsal faktörlerle (yetenek) çevresel unsurların birey üzerindeki birlikte etkileri sonucunda ortaya çıkar. Kişinin girişimcilik yeteneklerinin açığa çıkmasında ailesi, arkadaş çevresi, toplum, teknolojik yapı gibi birçok devreye girmektedir. Dolayısıyla kişiliği oluşturan tüm faktörlerin girişimciliği de etkilediği ileri sürülebilir⁶⁹.

Girişimciliği etkileyen faktörler, kişisel özellikler (hayal gücü ve yaratıcılık, yenilikçilik, risk alabilme, fırsat odaklılık, özgüven vb.) ve cinsiyet, aile yapısı ve çevre, toplumsal yapı (kültür), eğitim olmak üzere dört başlıkta gruplandırılmaktadır⁷⁰. Ayrıca, ekonomik ve hukuki alt yapı da girişimciliği etkileyen bir diğer önemli faktör olarak değerlendirilmektedir⁷¹. Girişimcilikle ilgili yapılan çeşitli araştırmalarda genellikle başarılı girişimcilerin bazı ortak özelliklere sahip olabileceği ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu özellikler toplamı, **girişimci kişilik** olarak adlandırılmaktadır⁷².

Girişimcilerin başlıca özellikleri ise başarıma arzusu yüksek, risk alabilen, proaktif, değişime ve fırsatlara odaklı, yaratıcı ve inovatif kişiler olarak özetlenmektedir⁷³. Ayrıca iyi bir gözlem, iletişim ve ikna yeteneği, bilgi ve görev (amaç) odaklılık, uzlaşma, liderlik ve risk yönetimi becerisi, objektiflik, pratik zekâ ve azim, diğer önemli girişimci özellikleri arasında sayılmaktadır⁷⁴. Aynı zamanda, girişimcilerin içsel kontrol odağına sahip, belirsizlik toleransı ve önsezileri yüksek, iyimser kişiler oldukları ifade edilmektedir. Bunların yanı sıra, girişimciler, hayalcilik, bağıllık, hırslılık ve kararlılık, kendine güven, vizyon, strese karşı dayanıklılık, planlama, kendi geleceğine

⁶⁸ Jeffrey H. Dyer, Hal B Gregersen ve Clayton Christensen, "Entrepreneur Behaviors, Opportunity Recognition, and The Origins Of Innovative Ventures", **Strategic Entrepreneurship Journal**, Vol.2, 2008, pp.317-338

⁶⁹ Recep Kılıç, Belma Keklik ve Nevzat Çalış, "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği", **SDÜ İİBF Dergisi**, Cilt.17, Sayı.2, 2012, s.426

⁷⁰ Buket Ateş, Girişimcilik Algısının ve Kişilik Özelliklerinin Farklı Disiplinler Açısından İrdelenmesi: Bir Devlet Üniversitesi Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.7

⁷¹ Nilüfer Bayraktar, Girişimcilik ve Kadın: Kadın Girişimcilere Destek Olan Kurum ve Kuruluşlar, **Yüksek Lisans Tezi**, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.21

⁷² David Johnson, "What is Innovation Entrepreneurship?", **Industrial and Commercial Training**, Vol.33, No.4, 2001, pp.135-140, p.136.

⁷³ Nazan Yelkikalan, Gülcan Kandemir ve Murat Serez, "Girişimcilik Mesleği ve Türkiye'deki İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri'nde Girişimcilik Eğitimi", **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.4, Sayı.1, 2006, s.221

⁷⁴ Mustafa Burak Çetinkaya, İŞKUR'un Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Etkinliğinin Ölçülmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük, 2017, s.7

yön verebilme, bağımsızlık gibi özelliklerle de tarif edilmektedir. İçsel kontrol, risk alma eğilimi, bağımsızlık arzusu ve başarıma ihtiyacı, aynı zamanda **girişimcilik hisleri** olarak adlandırılmaktadır⁷⁵.

1.1.2.2. Davranışsal Yaklaşım ve Girişimcilik Eğilimi

Girişimciliği belirleyen bu demografik ve kişilik özellikleri yaklaşımlarının yanı sıra, davranışsal yaklaşım, kişinin ataletini bozan işsizlik veya miras gibi bir dış faktörün planlamayla ve tutumların etkisiyle⁷⁶ girişimcilik potansiyeline dönüşmesini incelemektedir⁷⁷. Davranışsal görüş, girişim başlatma veya organizasyon yaratma sürecinin içerik bakımından genel özelliklerini vurgulamaktadır⁷⁸.

Girişimcilik sürecinde işletmeler ve yöneticiler ihtiyaç duyulan zaman ve çabayı harcayarak mevcut psikolojik, finansal ve sosyal riski de üstlenerek yenilik yaratırlar⁷⁹. Bu süreç, bir arada olması gereken, birbiriyle ilişkili, fakat bir arada olmayan, çeşitli unsurların birleştirilmesi ile mümkün olmaktadır.

Girişimsel sürecin aşamaları, 1) Motivasyon, 2) Fırsatların belirlenmesi ve analiz edilmesi (iş fikri), 3) İş planının oluşturulması, 4) Gerekli kaynakların belirlenmesi, edinilmesi ve 5) İşin kurularak yönetilmesi ve geliştirilmesi olarak sıralanmaktadır⁸⁰.

Girişimcilik eğilimi (yönelimi, oryantasyonu, niyeti), öncelikle kişisel ve çevresel (durumsal) unsurların bir bileşimidir ve insanların kendi işini yapma konusundaki azmini ve arzusunu ifade eder⁸¹. Girişimcilik konusunda gerçekleştirilen araştırmalar çevresel unsurların girişimciliğin açığa çıkmasında son derece önemli bir rolü olduğunu göstermektedir. İşsizlikten veya daha karlı fırsatları erken keşfederek insanların işletme kurmaları, çevresel unsurların etkisine örnek verilebilir⁸².

⁷⁵ N. Kwabena Simpeh, Entrepreneurship Theories and Empirical Research: A Summary Review of the Literature, **European Journal of Business and Management**, Vol.3, No.6, 2011, pp.1-8; Emre Gençay, Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat, 2017, s.16-17; Gülbey Karataş, KOBİ’lerde Kültürel Zekânın Kurumsal Girişimcilik Üzerindeki Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars, 2017, s.42-45

⁷⁶ Planlı Davranış Teorisi, girişimcilik niyetini, niyet, tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolü çerçevesinde inceler: Özlem Bahadır, Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, **Doktora Tezi**, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, 2018, s.35-43

⁷⁷ Nurgün Erkan, Dominantlık Özelliğinin Girişimcilik Eğilimine Katkısında Kendini Ayarlama ve Cinsiyet Rollerinin Algisının Etkisi, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.15-17

⁷⁸ Veysel Ağca, “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, **Kocatepe İİBF Dergisi**, Cilt.8, Sayı.2, 2006, s.156

⁷⁹ David Johnson, a.g.e., p.138.

⁸⁰ Robert Hisrich, Michael Peters ve Dean Shepherd, **Entrepreneurship**, 10th Edition, New York: McGraw-Hill Education, 2016, s.59

⁸¹ Erdal Şen ve İlker Aslan, “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi”, **Journal of Social and Humanities Sciences Research**, Cilt.4, Sayı.15, 2017, s.1849

⁸² Deniz Börü, **Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**, Marmara Üniversitesi Yayını: İstanbul, 2006, s.27-28

Girişimci kişilik özelliklerinden yola çıkılarak insanların girişimcilik eğilimlerinin düşünsel, duygusal ve eylemsel eğilimler olarak da gruplandırılabilirliği görülmektedir⁸³. McClelland'ın İhtiyaçlar Kuramı da girişimcilik davranışını açıklamada, kullanışlı modellerden biridir. Buna göre, gerçekleştirme (başarılı, verimli, etkili olma), bağlanma (sosyal ilişkiler kurma, sosyal onay, bütünleşme) ve güç (diğerlerini etkileme) ihtiyaçları, girişimcilik eğilimi üzerinde etkilidir⁸⁴. Bunların yanı sıra, başarıma, sükûnet, evrensellik ve bireysellik gibi kişisel değerler de girişimcilik eğilimi üzerinde etkilidir⁸⁵. Hofstede'in ulusal kültürümüzü düşük bireyci olarak bulguladığı araştırmasının tersine⁸⁶, Keleşoğlu ve Erbatu'nun araştırmaları, toplumun değişim içinde olduğu, daha bireyci özellikler sergilediği yönünde sonuçlara ulaşmıştır⁸⁷.

Girişimcilik yönelimi; yeniliği, riskli projelere girmeyi, rekabette öncü olmayı vurgular ve yönetimin stratejik niyeti ve operatif faaliyetleri arasında uyumun devam ettirilmesini ifade eder. Girişimcilik eğilimi, yeni işletme sayısını artırarak, istihdam, ihracat, verimlilik gibi başlıklar üzerindeki etkileriyle, ülkelerin ekonomik performansları üzerinde de etkili olmaktadır. Kullanılan geleneksel pazarlama, ürün geliştirme, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yetersiz kalmasıyla mevcut pazarlarda inovasyona duyulan ihtiyacın artışı girişimcilik yöneliminin örgütlerde ne kadar önemli olduğunun bilincine varılmasını sağlamıştır⁸⁸.

⁸³ İsmail Karataş, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Bartın Üniversitesi Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bartın, 2018, s.16

⁸⁴ Tayfun Topaloğlu, "Motivasyonda Kapsam Kuralları", **Liderlik ve Motivasyon**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2008; Yaman'ın araştırması da kişisel tutum, öz yeterlik ve kontrol odağının girişimcilik eğilimi üzerine etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özcan Yaman, Analysis Of Personal Factors Effect On Entrepreneurial Intention Among Nascent Entrepreneurs, Master Thesis, Adana Science and Technology University The Institute Of Social Sciences, Adana, 2018, s.87-89; Benzer bir araştırmada, yenilikçilik, risk alma eğilimi ve özerklik ihtiyacı ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Hüseyin Can Saral, The Relationship Between Entrepreneurial Characteristics and Entrepreneurial Intention, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School of Arts And Social Sciences, İstanbul, 2018, s.45-46

⁸⁵ Öznur Bozkurt, Armağan Ercan ve İrfan Yurt, "Bireysel Değerler ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.13, Sayı.1, 2018, s.46-47

⁸⁶ Geert Hofstede, "The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept", **Academy of Management Review**, Vol.9, No.3, 1984, p.391; Hofstede bu değişkenle ilgili, toplumculuk özelliğinin hâkim olduğu toplumlarda girişimsel faaliyetlere yönelik desteğin az görüldüğünü buna karşın bireyselliğe sahip olan toplum yapılarında ise girişimsel faaliyetlere önem verildiğini ve girişimsel hareketlere yönlendirildiğini ifade etmektedir: Geert Hofstede, **Culture and Organizations**. London: Harpercollins, 1994, s.67-73

⁸⁷ Göknil Erbatu, "Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi", **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2008, s.83

⁸⁸ Kevser Akıncı, Çalışanların Girişimcilik Yönelimi Algıları ile Liderlik Davranışı Arasındaki İlişkinin Havalimanı İşletmeciliği Sektöründe Araştırılması, **Yüksek Lisans Tezi**, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, 2018, s.13; Altuntaş ve Dönmez'in araştırma verileri ışığında, inovatiflik, risk eğilimi, proaktiflik ve agresif rekabetçiliğin, mali açıdan spesifik büyüme ve kârlılık ölçütleri ile ilişki içerisinde olduğu ileri sürülmektedir. Gültekin Altuntaş ve Dilek Dönmez, "Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi", **İst. Üni. İşl. Fak. Dergisi**, Cilt.39, Sayı.1, 2010, s.63; Fiş'in araştırması, iç girişimcilik değişkeninin girişimcilik oryantasyonuyla örgütsel performansa aracılık rolü taşıdığı sonucuna ulaşmıştır. Ahmet Murat Fiş, Unlocking The Relationship Between Corporate Entrepreneurship and Performance, **Doctor of Philosophy**, Sabancı University Institute of Social Sciences, İstanbul,

1.1.2.3. Diğer Yaklaşımlar

Ekonomik Uyum Yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre, klasik ve neo-klasik iktisat açısından girişimcinin inovasyon yaparak risk alması ve belirsizlikle karşılaşması, zaten dengede olan bir sistemi bozma çabasıdır ve girişimci aslında yeni bir ihtiyaç yaratmayıp mevcut ihtiyaçları karşılamaktadır⁸⁹.

Stratejik Yönetimsel Yaklaşım: Girişimcilik fikrinin temelini, yeni ürün ve hizmetlerin üretilmesi oluştururken, stratejik yönetim, böylelikle sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün geliştirilmesi düşüncesine odaklanır. Bu iki tema, değer yaratma sürecinde, tamamlayıcı kabul edilmeli ve birleştirilmelidir. İki disiplin arasındaki ortak izlekler ve mütakabil tabiiyetin bir sonucu olarak ortaya çıkan **stratejik girişimcilik**, basitçe, her ikisi de farklı organizasyonel beceriler gerektirmesine rağmen, girişimci eylemle stratejik eylemin birlikte aynı anda gerçekleştirilmesidir⁹⁰. Farklı bir ifadeyle, stratejik girişimcilik, işletmelerin karlılık, süreklilik, büyüme, rekabet üstünlüğü gibi stratejik amaçlarını gerçekleştirmeye dönük bir perspektifle gerçekleştirilen, toplumsal ve iktisadi değişimler vasıtasıyla değer yaratma amacı taşıyan faaliyetlerdir⁹¹.

Stratejik girişimcilik, girişimsel bileşenler aracılığıyla değer yaratmanın en önemli nedeni olan fırsatları tanımlamada ve kaynaklardan yararlanmada firmanın çabalarını kolaylaştıran bir süreç olarak da tanımlanabilir⁹².

Yetkinlikler Yaklaşımı: Ekonomik uyum ve stratejik yönetimsel yaklaşımların yanı sıra girişimcilerin teknik, yönetsel ve bireysel birtakım becerilere sahip olması gerektiği ileri sürülmektedir⁹³. **Girişimcilik yetkinlikleri**, stratejik, kavramsal, teknik,

2009, s.135-139; Yine Akkaya'nın araştırması, girişimcilik yönelimine ait stratejilerin KOBİ'lerin satış ve ihracat performanslarını olumlu etkilediğini göstermektedir. Nida Platin Akkaya, The Relationship Between Organizational Entrepreneurship and Performance: Evidence From Turkish SMEs, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.89-92

⁸⁹ Soren Hougaard, **The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship**, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2005; Simon C. Parker, **The Economics of Entrepreneurship**, Cambridge: Cambridge University Press, 2018

⁹⁰ Gültekin Altuntaş, "Girişimcilik ve Stratejik Yönetim İlişkisi: Bir Stratejik Girişimcilik Modeli ve Borsa İstanbul BİST – 100 Endeksinde İşlem Gören İşletmeler Örneği" **13. Ulusal İşletmecilik Kongresi**, 8-10 Mayıs, Kemer, Antalya, 2014, s.143-144; Gültekin Altuntaş, Girişimcilik ve Stratejik Yönetim İlişkisi: Bir Stratejik Girişimcilik Modeli ve İMKB Ulusal – 100 Endeksinde İşlem Gören İşletmeler Üzerinde Testi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010, s.74-75

⁹¹ Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, S. Michael Camp and Donald L. Sexton, "Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation", **Strategic Management Journal**, Vol.22, Special Issue, p.480; Hayri Ülgen ve S. Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, 5. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım, 2010, s.34

⁹² Göknur Ersarı, Stratejik Girişimcilik: Girişimci Düşünme Biçimi ve Girişimci Liderliğin İşletme Performansına Etkisinde Rekabet Stratejilerinin Rolü, **Doktora Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2018, s.22

⁹³ Remziye Kolcu, Girişimcilik ve Kişilik Özellikleri: Geleneksel ve Sosyal Girişimcilerin Kişilik Özellikleri Arasındaki Farklara İlişkin Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.139-140

etik, ailevi, sosyal, kişisel yetkinlikler ile taahhüt, fırsat, ilişki, organize etme, yönlendirme, öğrenme yetkinlikleri gibi ayrıntılı olarak da ele alınmaktadır⁹⁴. Bunların dışında, bilişsel ve sosyal ilişki ağları yaklaşımlarından da bahsetmek mümkündür⁹⁵.

1.1.3. Girişimcilik Anlayışı, Önemi ve Girişimcilik Ekosistemi

Bu başlık altında; girişimciliğin ekonomik ve sosyal kalkınmadaki rolü, KOBİ-girişimcilik ilişkisi, kırsal girişimcilik faaliyetleri, girişimciliğin işlevleri ve girişimcilik ekosistemi ele alınmaktadır.

1.1.3.1. Ekonomik ve Sosyal Kalkınmadaki Rolü

Girişimcilik değer atfedilen bir yaşam biçimidir. Girişimcilerin eylemleri ve değerleri, çalışma ve eğlenme şekilleri, liderlik seçimleri, sadakat, ahenk ve güzelliği kapsamaktadır. Bazı girişimciler işletmelerdeki konumlarını, bireysel olarak önemsedikleri eylemlere yönelik (mesleki, sosyal, vb.) değerleri geliştirmek için kullanılmaktadırlar⁹⁶. Girişimcilik halk egemenliğinin yaygınlaşmasının, iktisadi büyümenin, kalkınmanın ve kişisel refahın kaynağını oluşturan çok önemli bir işleve sahiptir⁹⁷. Girişimciliği özendirmek, ülke kalkınmasını sağlamanın yollarından biri olduğundan, gelişen ekonomiler için stratejik bir öneme sahiptir ve kalkınmada ekonomik bir temel oluşturmaktadır⁹⁸.

Küçük işletmelerin ve girişimciliğin geliştirilmesi için politikaların üretilmesinde yapılacak araştırmalar üç başlık altında toplanmaktadır; bunlar girişimci, şirket ve çevredir, oluşan üçgen **girişimcilik metaforu** olarak adlandırılmaktadır⁹⁹. Yeni düşüncelerin ortaya çıkarılmasında, yayılmasında ve kullanılmasında, yeni sektörlerin oluşmasında, yeni teknolojilerin kullanılmasında girişimcilik önemli bir rol

⁹⁴ Edgar Izquierdo ve Dirk Deschoolmeester, "What Entrepreneurial Competencies Should Be Emphasized in Entrepreneurship and Innovation Education at the Undergraduate Level? (Chapter 13)", **Handbook of Research in Entrepreneurship Education**, Volume 3: International Perspectives, Edited by Alain Fayolle, 2010, pp.194-208; DOI: <https://doi.org/10.4337/9781849806688>; James C. Hayton ve Donna J. Kelley, A Competency Based Framework For Promoting Corporate Entrepreneurship, **Human Resource Management**, Vol.45, No.3, 2006, pp.407-427; Lorena Robles ve Marta Zárraga-Rodríguez, "Key Competencies for Entrepreneurship", **Procedia Economics and Finance**, Vol.23, 2015, pp.828-832; Siwan Mitchelmore ve Jennifer Rowley, "Entrepreneurial Competencies: A Literature Review and Development Agenda", **International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research**, Vol.16, No.2, 2010, pp.92-111, p.93-100

⁹⁵ Konu tezin üçüncü bölümünde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

⁹⁶ Seylan Mungan, Kadın Girişimcilik Değerleri ile Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.4-5

⁹⁷ Fatma Köybaşı, Okul Yöneticilerinin Girişimcilik, Öz-Yeterlik ve Örgütsel Bağlılık Algılarının Analizi, **Doktora Tezi**, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya, 2016, s.17

⁹⁸ Sezer Korkmaz, "Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 18(1), ss.163-179, s.165

⁹⁹ Anders Lundstrom ve Lois A. Stevenson, **Entrepreneurship Policy: Theory and Practice**, New York: Springer, 2005

oyunmaktadır¹⁰⁰. Küreselleşme ve bilgi çağında değişimin ana aktörlerinden biri olan girişimcilik, öne çıkan sosyo-ekonomik faaliyetleriyle (*istihdamı artırması, toplumsal hareketliliği hızlandırması, refah düzeyinin ve sosyal gelişmişlik düzeyinin gelişmesi gibi*) çok fonksiyonlu görevler dizisine sahiptir¹⁰¹. Girişimcilik, kurumsal ve sosyal girişimcilik gibi genişleyen kapsamıyla ve rekabeti özendirerek, yalnızca KOBİ'ler için değil, yerel, ulusal ve uluslararası pazarlardaki büyük işletmeler ve özel kuruluşlar yanında kamu kurumları için de önemlidir¹⁰².

1.1.3.2.KOBİ-Girişimcilik İlişkisi: Girişimcilik ve KOBİ, birbiriyle bağlantılı, birbirini destekleyen ve besleyen iki kavramdır. Yeni kuruluşlarda ve küçük ve orta boy işletmelerde genellikle işletme sahibi, girişimci ve yönetici, aynı kişi olduğundan, işletmenin başarısında ve gelişim aşamasında girişimcinin rolü, büyük önem kazanmaktadır¹⁰³. Zorunluluktan kaynaklanan girişimlerden çok fırsatlara ve yeniliklere odaklanan küçük işletmeler kurulduğu ölçüde ekonomiye olan katkıları önem kazanmaktadır. Bu kapsamda, son zamanlarda sanayi politikalarının odağı KOBİ ve girişimcilik politikaları tarafından belirlenmektedir. Böylece, yeni girişimlerin ortaya çıkması, var olan küçük işletmelerin girişimcilik becerisinin artırılması hedeflenmektedir¹⁰⁴.

Etkin Girişimler: Hızlı (OECD'ye göre üç yıllık süreçte yıllık ortalama %20 ve üzerinde) büyüme kapasitesi olan girişimlerdir. Etkin girişimlerin 5 yaşından küçük ve 10 kişiden fazla istihdam sağlayan alt grubu ise “ceylan” (gazelle) olarak adlandırılmaktadır. İstihdamın ve büyümenin büyük bölümü etkin girişimler tarafından sağlanmaktadır¹⁰⁵.

¹⁰⁰ İbrahim Öztürk, **Girişimcilik Raporu**, İstanbul: İktisadi Gelişim ve İş Ahlakı Derneği 2008, s.22

¹⁰¹ Ece Ekici, Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimini Belirlemede Planlanmış Davranışlar Teorisi ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü, **Yüksek Lisans Tezi**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, 2016, s.13

¹⁰² Domingo Ribeiro Soriano ve Kun-Huang Huarng, “Innovation and Entrepreneurship in Knowledge Industries”, **Journal of Business Research**, Vol.66, No.10, 2013, pp.1964-1969, p.1964

¹⁰³ Tamer Müftüoğlu, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar, Öneriler**, İkinci Basım, Ankara: Sevinç Yayınevi, 1991, s.45

¹⁰⁴ Roy Thurik ve Sander Wennekers, “Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth”, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Vol.11, No.1, 2004, p.141; Konuya ilişkin Demirdağ’ın araştırmasında, girişimciliğin ekonomik kalkınma ve büyüme üzerindeki katkısı ile ilgili analiz sonuçları, firma doğumlarının ve kendi adına çalışanların miktarının, Türkiye’nin bölgesel ekonomik kalkınması ve büyümesi ile pozitif olarak ilişkili olduğunu göstermektedir. İsmail Demirdağ, Entrepreneurship and Regional Economic Development: Evidence On Turkish Regions, The **Degree Of Master Of Science**, The Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2015, s.313-318

¹⁰⁵ Halit Duran, Devletin Girişimcilik Desteklerinin Türkiye Girişimcilik Ekosistemi Üzerine Etkisi, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2016, s.27

1.1.3.3. Kırsal Girişimcilik Faaliyetleri

Eski çalışmalar, çiftçiler arasında geleneksel ya da üretim odaklı kimliklerin hâkim olduğunu gösterse de yeni araştırmalar özellikle küçük çiftçiler arasında girişimcilik kimliği gibi yeni kimliklerin oluştuğu konusunda bazı bulgular ortaya koymaktadır¹⁰⁶. Son yıllarda, sanayi ve hizmet sektörüyle bütünleşmiş, rekabet gücü yüksek tarım işletmelerinin oluşmasını destekleyici tarım politikalarıyla, tarım işletmelerinin yalnızca üretici değil, aynı zamanda girişimci olma gerekliliği ortaya çıkmıştır. Kırsal yerlerde faaliyet gösteren girişimci-çiftçiler için, bölgesel potansiyelin değerlendirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla çiftçilik, hayvancılık, ustalık, ekoloji, kültür, turizm ve öğretim sektörlerini kapsayan bir bütünleştirme çalışmasıyla zirai girişimciliği geliştirerek buralarda ekonomiyi çeşitlendirmek olasıdır¹⁰⁷.

1.1.3.4. Girişimciliğin İşlevleri: Girişimcilik; üretimi organize etme, ürün çeşitliliği sağlama, istihdam yaratma, yeni pazar alanları, satış modelleri ve işletme sermayesi oluşturma gibi işlevleri sayesinde ekonomiye katkı sağlar¹⁰⁸. Bunların yanı sıra ekonomik alanda büyüme ve kalkınmanın hızlandırılmasında, bolluk seviyesinin yükseltilerek topluma yaygınlaştırılmasında, orta direğin kuvvetlendirilmesinde ve bölgesel gelişmişlik farklarının yok edilmesinde veya azaltılmasında da işlevseldir¹⁰⁹.

1.1.3.5. Girişimcilik Ekosistemi

Girişimcilik ekosistemi, bir coğrafi bölgede, aralarında bağımlılık ve etkileşim olan, çeşitli aktörler (girişimciler, kurumlar ve kuruluşlar) ile faktörlerin (pazarlar, düzenleyici çerçeve, destek ayarı, girişimcilik kültürü) bir araya gelmesiyle oluşan ve zaman içerisinde evrimleşerek, yeni girişimlerin meydana gelmesine yol açan yapı” olarak tarif edilmiştir¹¹⁰. Kısaca, bölgesel dinamikler, iş dünyası ve bunları etkileme

¹⁰⁶ Rob. J.F. Burton ve Geoff A. Wilson, “Injecting Social Psychology Theory into Conceptualisations of Agricultural Agency: Towards a Post-productivist Farmer Self-identity?”, **Journal of Rural Studies**, Vol.22, No.1, 2006, pp.95-115; Óscar González-Benito, Javier González-Benito, Pablo A. Muñoz-Gallego, “Role of Entrepreneurship and Market Orientation in Firms' Success”, **European Journal of Marketing**, Vol.43, No.3/4, 2009, pp.500-522; Riitta Katila ve Gautam Ahuja, “Something Old, Something New: A Longitudinal Study of Search Behavior and New Product Introduction”, **The Academy of Management Journal**, Vol.45, No.6, 2002, pp.1183-1194

¹⁰⁷ Gamze Aslan, Kırsal Turizmde Girişimcilik: Isparta İli Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta, 2018, s.35-36

¹⁰⁸ B. Tuğberk Tosunoğlu, Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri, **Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2003, s.18-23

¹⁰⁹ Özlem Çetinkaya Bozkurt, Adnan Kalkan, Osman Koyuncu ve Ali Murat Alparslan, “Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma”, **SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.1, Sayı.15, 2012, s.233

¹¹⁰ Hakan Duman, Girişimcilik Ekosistemi Etkileyen Faktörler, **Yüksek Lisans Tezi**, Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Iğdır, 2019, s.15

özelliğine sahip diğer unsurların aralarındaki ilişkilerin ortaya koyulması ile ilgili bir kavramdır¹¹¹. Bu unsurların;

(1) genel dış çevre: altyapı, hükümetler ve yasal düzenlemeler, pazarlar, inovasyon ve coğrafi yer gibi unsurlar;

(2) girişimciliğe özgü çevre: finansman, girişimci eğitimi, kültür, ağlar, başlangıç desteği ve baskıya maruz kalma durumu gibi unsurlardan oluşan ve

(3) bireysel düzeydeki bileşenler, olmak üzere üç katmandan oluştuğu öne sürülmüştür¹¹².

Girişimcilik ekosistemi başlığı altında, girişimciliğin çerçevesini belirleyen unsurlar¹¹³;

(1) düzenleyici çerçeve (iş kurma ve büyütmeyle ilişkin idari yük, icra ve iflas, sağlık ve çevre, ürün ve iş piyasaları ve sosyal güvenlik mevzuatları, adalet ve vergi sistemi gibi),

(2) pazar koşulları (rekabet mevzuatı ve kamunun rolü, iç ve dış pazarlara erişim, kamu ihaleleri, pazarın kalitesi, vb.),

(3) finansal erişim (kredi ve sermaye piyasaları, özel ve girişim sermayesi, yatırım melekleri, vb.),

(4) bilginin oluşumu ve yayılımı (arge yatırımları, üniversite-sanayi işbirliği, firmalar arası işbirlikleri, teknoloji, internet, vb.),

(5) girişimcilik kabiliyetleri (eğitim ve öğrenim, deneyim, girişimcilik altyapısı, danışmanlık/koçluk hizmetleri, işgücü hareketliliği, vb.) ve

(6) kültür (risk ve girişimcilik algısı, iş sahibi olma istekliliği, vb.) şeklinde altı eksenle gruplandırılmıştır.

¹¹¹ Sophie Boutillier, Denis Carré ve Nadine Levratto, **Entrepreneurial Ecosystems** Vol.2 (Smart Innovation Set), New Jersey: John Wiley & Sons, 2016, p.39

¹¹² Peter Vogel, "The Employment Outlook for Youth: Building Entrepreneurial Ecosystems as a Way Forward", **G20 Youth Forum: Social Dimension Conference Proceedings**, G8 & G20 Alumni Association, Saint-Petersburg, Rusya, 2013, p.446. Turgay'ın araştırması, fırsat ve kabiliyetlerin algılanması, kadın-erkek oranı, iç pazara erişim, girişimcilerin fonlanması gibi ekosisteme ilişkin faktörlerin, girişimcilik üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Resul Turgay, **The Comparison of Entrepreneurship Attitudes and Behaviour of Efficiency Driven Countries: Turkey Case, Master's Thesis**, Ankara Yıldırım Beyazıt University Graduate School of Social Sciences, Ankara, 2018, s.49-50.

¹¹³ Turgay Doğan, Y Kuşağının Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi ve Stratejik Yönetim: Telekomünikasyon Sektöründe Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.15

1.1.4. Girişimcilik Tipleri, Türleri

Çeşitli girişimcilik tipleri ve türleri, bu başlık altında incelenmektedir.

1.1.4.1. Girişimcilik Tipleri

Yaratıcı girişimcilikte o an için kullanımda bulunmayan yeni bir mal veya hizmetin pazara sunulması beklenirken¹¹⁴, **fırsat girişimcisi** ise, ileriye doğru öngörülerle, avantajlı olabilecek alanlara yatırım yapan kişidir¹¹⁵. **Takipçi (tepkisel, taklitçi) girişimcilik** de özellikle inovasyon yapan lider girişimcilerin tutumlarının izlendiği ve benimsendiği bir girişimcilik türüdür¹¹⁶.

Ekonomideki konumlarına göre yapılan sınıflamada, dinamik girişimci, ürün ve süreç inovasyonlarıyla yetinmeyip yeniliği; organizasyon şekilleri, kaynaklar ve pazarlarla genişletirken, **olağan (durgun bürokratik) girişimciler** mevcut durumla yetinirler¹¹⁷. **Pozitif girişimci**; rekabet ortamında, inovatif, cesur, dinamik yaratıcı, eğitilmiş, rasyonel, çalışkan ve sorumluluk sahibi olan aksiyon insanıdır. Pozitif girişimci, pazardaki fırsatları yenilikçi, yaratıcı, saldırgan bir politika ile değerlendirir ve piyasa şartlarında uzun dönemli faaliyet gösterir¹¹⁸.

Girişim sermayesinin sahipliğine göre, özel, kamu ve karma girişimcilik¹¹⁹ veya hacim göz önünde bulundurularak büyük, orta ve küçük girişimciler¹²⁰ sınıflamaları yapılabilmektedir. Coğrafi anlamda, **yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası girişimci**, sektörler açısından **ticaret, hizmet ve sanayi girişimcisi** sınıflandırmaları da yapılmaktadır.

¹¹⁴ Narmin Hüseyinzade, Türk İnşaat Sektörünün Girişimcilik Açısından İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.13

¹¹⁵ Orhan Küçük, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, 2.Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005, s.37-38

¹¹⁶ Mark Casson, **The Entrepreneur: An Economic Theory**, Second Edition, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2003, s.43

¹¹⁷ Edvar Jakopin, "Dynamic Entrepreneurship: The Engine of Economic Growth and Development in Serbia", **Ekonomika Predezuca**, January-February 2013, p.98; Canan Çetin, **Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi**, İstanbul: Der Yayınları, 1996, s.29

¹¹⁸ Erkan T. Demirel ve Nihat Akbıyık, "Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı", **Girişimcilik ve Küçük İşletmeler**, Mehmet Tikici ve Ali Aksoy (der.), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2009, s.19-20

¹¹⁹ İmtiyazlı girişimcilikle beraber bu dörtlü yapı, Chicken Modeli olarak da ifade edilmektedir. Modele göre üretilen girişimcilik türü, talep, hükümetin etkisi, özel sektörün etkisi ve siyasi etkilerin kesişim noktasında oluşur: Gülhan Akşit, Farklı Kültürlerde Girişimcilik Niyeti ve Üniversite Öğrencilerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2003, s.9; Emre Sönmez, Girişimcilik Niyetinin Kariyer Planlamasındaki Yeri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2017, s.11

¹²⁰ Serhat Ulucan, Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2015, s.25-26

Bir diğ er sınıflamada, **pragmatik girişimciler** daha rasyonel, riski azaltmaya eğilimli ve planlamaya önem veren kişiler olarak değerlendirilirken; **karizmatik girişimciler** risk almaya eğilimli, vizyon sahibi ve inisiyatif kullanan kişiler olarak tanımlanmaktadır¹²¹. **İmtiyazlı girişimciler** ise devletin kredi ve teşvik programlarından yararlanan işletmeler olarak nitelendirilir¹²².

İnovatif girişimci, yeni bir ürünü üreterek ya da yeni bir süreç oluşturarak, üretim yayılmasını sağlayan, yeni bir işletme kurarak hayatta kalmaya çalışan giriřimcidir¹²³. **Teknik girişimcilik**, inovasyon ve arge çalışmalarının finanse edilmesini ve yönetilmesini içeren teknolojik alanda bir ekip girişimciliğidir. Genelde eğitim düzeyi yüksek, bilgi ve deneyimi olan, yüksek teknolojiye sahip olan girişimcilerin projelerine yapılan yatırımlar olarak tanımlanır¹²⁴.

Sanat girişimciliği: Yeni sanat fikirlerini izleyen, keşfeden, birleştiren, toplumla hızlıca buluşturarak k r elde eden bir girişimcilik türüdür. Çevrede gelişen fırsatları algılama, analiz etme, onlardan önce düşler, sonra projeler ve en sonunda değer üreterek insan hayatını kolaylaştırma becerisidir¹²⁵.

Çevreci (eko) veya yeşil girişimcilik, ekolojik problemlere çözüm üreterek ve sorunların barındırdığı fırsatları keşfederek değerlendiren bir girişimcilik türüdür.  evre bilinci dünya genelinde gelişmesiyle, atıkların değerlendirilmesi, yeniden dönüşüm,  evre dostu yeni üretim yöntemleri, organik tarım, hava, su, toprak kirliliğini önleyici inovatif teknolojiler ekolojik girişimlere fırsatlar sunmaktadır. Bu alandaki faaliyetler eski üretim yöntemlerini yeni üretim yöntemleri ile değiştirerek sağlıklı yeni ürün sunan girişimcilik faaliyetlerini de içine almaktadır. Türkiye’de girişimcilik konusundaki çalışmalar gün geçtikçe artmaktadır. Girişimcilik konusunda sergilenen bu çalışmaların yaklaşık %15’i çevresel girişimcilik, yani ekogirişimcilik türüne ayrılmaktadır¹²⁶.

¹²¹ Breda McCarthy ve Brian Leavy, “‘The Entrepreneur, Risk Perception and Change Over Time: A Typology Approach”, **Irish Business and Administrative Research**, Vol.19-20, No.1, p.128-130

¹²² Eyüp Aktürk,  niversite  ğrencilerinin Kişilik  zelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri  zerindeki Etkisi: Düzce  niversitesinde Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce, 2012, s.13

¹²³ Anders Lundström ve Sune Halvarsson, “Entrepreneurship Research: Past Perspectives and Future Prospects”, **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, Vol.2, No.3, 2006, p.145; Daniel F. Spulber, **Innovative Entrepreneur**, Cambridge: Cambridge University Press, 2014

¹²⁴ Mehmet Marangoz, **Girişimcilik**, İstanbul: Beta, 2012, s.11-12

¹²⁵ Mikael Scherding ve Ivo Zander, **Art Entrepreneurship**, Cheltenham, UK: Edward Elgar Pub. 2011, p.3; John L. Thompson, "The World Of The Entrepreneur: A New Perspective", **Journal of Workplace Learning: Counselling Today**, Vol.11, No.6, 1999, pp.209-224, p.209

¹²⁶ Ebru Aykan, “Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik”, **SD  İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.17, Sayı.3, 2012, ss.195-212, s.196; Meryem Demet  zt rk, Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları

Turizm Girişimcisi: İş fikriyle fırsatları değerlendirerek turistik ürün üretmek ve/veya pazarlamak amacıyla, doğal kaynaklar, emek, sermaye ve teknoloji gibi üretim faktörlerini bir araya getiren, kâr amacı güden ve risk alan kişiler turizm girişimcisi olarak adlandırılmaktadır¹²⁷. **Turizm girişimcisi** “turistik işletme kuran ve mekâna bağımlı kalan, özgün olarak ürün, hizmet veya deneyim sağlamak üzere bir iş oluşturan, mevsimsel dalgalanmalara ve risklere maruz kalan birey” olarak tanımlanmaktadır¹²⁸.

Uluslararası Girişimcilik: Yapılan en eski tanımlardan birine göre uluslararası girişimcilik, kuruluşundan itibaren uluslararası ticari faaliyetleri gerçekleştiren yeni girişimlerin ve doğrudan uluslararası olarak başlayanların geliştirilmesidir¹²⁹. Bu tanımlı oldukça dar kapsamlı bulan Zahra, “uluslararası pazarlarda girişimde bulunan yeni veya yerleşik tüm işletmelerin risk alma davranışlarının niteliğinin ve neticelerinin incelenmesini” uluslararası girişimcilik olarak değerlendirmektedir¹³⁰. Alana yapılan katkılar, sonraki süreçte, küresel doğan işletme kavramının ortaya çıkışını sağlamıştır.

Küresel Doğan İşletme: Kuruldukları andan itibaren veya kısa bir süre sonra, sınırlı finansal ve somut kaynaklara sahip olmaları ve iç pazarda istedikleri gibi rekabet edememeleri sebebiyle dış pazarlarda yüksek derecede faaliyetlerde bulunan, küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Küresel doğan işletmelerin yöneticilerinin güçlü bir uluslararası görüşü ve uluslararası girişimci yönelimleri vardır ve bu işletmeler, üstün ürün kalitesine ve farklılaşma stratejisine vurgu yaparlar¹³¹. Yenilikçilik, risk eğilimi, proaktiflik sık görülen niteliklerdir¹³². Ayrıca, rekabetçi agresiflik ve özerklik de söz konusu işletmelerin diğer önemli özellikleri arasında yer almaktadır¹³³. Bunların yanı sıra

Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.25

¹²⁷ İsa İpçioğlu, “Turizm Sektöründe Girişimciliğin Rolü ve Önemi”, **Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar**, Melih Bulu ve İ. Hakkı Eraslan (Eds.), İstanbul, Kazancı Hukuk Yayınevi, 2007, ss.841-857, s.847

¹²⁸ Khoo Y. Koh ve Timothy S. Hatten, “The Tourism Entrepreneur: The Overlooked Player in Tourism Development Studies”, **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, Vol.3, No.1, 2002, pp.21-48, p.25, 29-31

¹²⁹ Patricia Philips McDougall, “International Versus Domestic Entrepreneurship: New Venture Strategic Behavior and Industry Structure”, **Journal of Business Venturing**, Vol.4, No.6, 1989, p.387

¹³⁰ Shaker S. Zahra, “A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension”, **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol.17, No.4, 1993, p.9

¹³¹ Stoyan Tanev, Global from the Start: The Characteristics of Born-Global Firms in the Technology Sector, Technology Innovation Management Review, March 2012, DOI: 10.22215/timreview/532

¹³² Johan Wiklund ve Dean A. Shepherd, “Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach”, **Journal of Business Venturing**, Vol.20, 2005, pp.71-91

¹³³ Stephan Gerschewski, Born Global Firms: An Integrated Analysis Of The Determinants And Measurement Of International Performance, A thesis submitted to the Victoria University of Wellington in fulfilment of the requirements for the degree of **Doctor of Philosophy**, Victoria University of Wellington, 2011

uluslararası pazar ve öğrenme yönelimi, uluslararası isteklendirme ile rakip ve rakip olmayan firmalarla işbirliği gibi unsurlar, küresel düzeyde faaliyet gösteren çok uluslu işletmelerin, diğer belirgin özellikleridir. Küreselleşme, teknoloji, bilgi-iletişim ve girişimcilik alanındaki gelişmeler, zaman ve mekân farklılıklarını ortadan kaldırarak evrensel değerlerin oluşmasına yardımcı olmuştur¹³⁴.

1.1.4.2. Bilgi Toplumunda Girişimcilik Türleri

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte, insanın bedensel çabasının ekonomik değeri azalırken, fikri emeğinki yükselmiş ve girişimciliğin önemi artmıştır¹³⁵. Bilgi, iletişim ve teknoloji, bilgisayar çağı gibi çeşitli isimlerle nitelendirilen günümüzde, bilginin üretilmesi ve sürekli yenilenmesinin yanında, farklı iş alanlarının ortaya çıkmasıyla farklı bakış açılarının önem kazanması ve hızlı ve doğru karar alma becerisinin gerektirdiği ortamların doğması, fırsatları değerlendiren girişimci insan tipinin ağırlık kazandığı bir iş dünyasının oluşmasına zemin hazırlamıştır¹³⁶. Tüm bu gelişmelere paralel, girişimciliğin önceki dönemlere göre sektörel anlamda farklılaştığı ve yeni jenerasyonun teknolojiyi kullanarak gerçekleştirdiği işlerle, daha farklı girişimcilik alanlarının yaratıldığı, girişimciliğinin görünümünün değiştiği görülmektedir¹³⁷.

Tekno-girişimci, ileriye görme ve sezme yeteneği ile pazar yaratabilen, yeni teknolojileri geliştirebilen ve inovasyon yönetimine hâkim girişimcidir (örneğin; Bill Gates-Microsoft). Tekno-girişimcinin başarısı öngörülerinin mümkün olduğu kadar doğru ve gerçekçi olmasına bağlıdır¹³⁸.

¹³⁴ Refik Balay, “Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Cilt.37, Sayı.2, 2004, ss.61-82

¹³⁵ Ayşin Aşkın, Selin Nehir ve Sercan Özgür Vural, “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.6, No.2, 2011, ss.55-72, s.55; Özlem Balaban ve Yasemin Özdemir, “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.3, No.2, 2008, ss.133-148, s.133

¹³⁶ Çisem Akyürek, İlkokul Öğretmenlerinin Girişimcilik Becerisine İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale, 2013, s.42

¹³⁷ Nihat Kaya, “İşletmelerde Girişimcilik Özelliği Yüksek Çalışanların Güdülmesi”, **9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri**, 24-26 Mayıs, 2001, s.543

¹³⁸ Baransel Koç, Toplumsal Kültürün Gençlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ, 2016, s.19-20. Tufan’ın, konuyla bağlantılı çalışması, bir organizasyonun sahip olduğu teknoloji, kültür ve organizasyon yapısı ile organizasyonun bilgiyi elde etme, dönüştürme, uygulama ve koruma şeklinin o organizasyonun bilgi yönetim yeteneklerinin ana unsurları olduğunu ayrıca bunların da girişimcilik stratejisi geliştirme yeteneğinin öncülleri olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada ayrıca bir organizasyonun bilgi yönetim yetenekleri ve girişimcilik stratejisi geliştirme yeteneklerinin de organizasyonel etkililiğin öncülleri olduğu saptanmıştır. Bunun yanı sıra bilgi yönetim yetenekleri ile girişimcilik stratejisi geliştirme yeteneği arasındaki ilişki de bu çalışma tarafından desteklenmektedir. Bkz: Cenk Tufan, Bilgi Yönetim Yeteneği ve Organizasyonel Etkililik

Elektronik Girişimcilik: Yeni iletişim ortamlarının yoğun kullanılması ve teknolojinin süratli ve devamlı gelişimiyle birlikte dijital bilgi ve iletişim ağlarını temel alan yeni bir ekonominin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Düşük sermayeli ve küçük işletmelere de fark edilme açısından değişik imkanlar sunan ve rekabette fırsat eşitliği sunan bu yeni ekonomik yapıyla, elektronik girişimcilik (e-girişimcilik) kavramı ortaya çıkmaktadır¹³⁹. **E-girişimcilik** kavramında internet aracılığıyla ticaret gerçekleştirmenin ötesinde, elektronik değer yaratma süreci söz konusudur. Bu süreçle müşteriler için eklenmiş değerleri yaratan bilgi aktiviteleri ve/veya bilgi aktivitelerinin sırasını tanımlanmaktadır¹⁴⁰. E-girişimciler, bilişimci girişimci¹⁴¹, dijital girişimci¹⁴², sanal girişimci¹⁴³ gibi isimlerle de anılmaktadırlar.

Sosyal Medya Girişimciliği: Bilgi-iletişim teknolojileri ve ödeme sistemlerindeki gelişmelerle, girişimciler, internet üzerinden tanıtım, pazarlama ve ticaret yapmaya, sosyal medya uygulamalarınıysa daha fazla kişiye ulaşmak ve ürünlerini evrenselleştirmek için kullanmaya başlamışlardır. Bu bağlamda sosyal medya girişimciliği, Facebook, Twitter, Instagram gibi platformlar üzerinden gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetleri olarak değerlendirilmektedir¹⁴⁴.

Avatar Girişimcilik (Avapreneurship): Avatara kavramı, Hinduizm’de, tanrıların ve kutsal varlıkların çeşitli gayelerle insan veya hayvan biçiminde dünyaya inişlerini (bedenlenme) tanımlar. Bu kavram ayrıca tanrının veya kutsal varlığın aldığı şekli veya bedensel biçimi de ifade eder¹⁴⁵. Avatarın en yeni kullanımıysa ironik bir biçimde orijinal süreci tersine çevirir ve dünyevi olanı dolayımlanmış bir soyutlamaya dönüştürür¹⁴⁶. Bu sözcük dijital jargondaysa gerçek bir kişinin sanal dünyadaki tezahür

Arasındaki İlişkide Girişimcilik Stratejisi Geliştirme Yeteneğinin Aracılık Etkisi: Türkiye’deki Serbest Bölgeler Üzerine Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2017, s.109

¹³⁹ Baha Kurtboğanoğlu, Elektronik Girişimcilik Aracı Olarak İnternet Ortamının Kullanılması ve Değerlendirmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.8

¹⁴⁰ Başak Yalçın, Elektronik Girişimcilikte Kullanılan Web Teknolojileri ve Bilişim Sistemi Olarak Perakende Satış Sistemlerinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007, s.13

¹⁴¹ Hüsnü Erkan, **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, 3.Baskı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 1997, s.176

¹⁴² Ferran Giones and Alexander Brem, “Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda”, **Technology Innovation Management Review**, Vol.7, No.5, 2017, pp.44-51

¹⁴³ Stefan Nann, Jonas Krauss, Michael Schober, Peter A. Gloor, Kai Fischbach, Hauke Führes, “Comparing the Structure of Virtual Entrepreneur Networks with Business Effectiveness”, **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, Vol.2, No.4, 2010, pp.6483-6496

¹⁴⁴ Lee Komito ve Jessica Bates, “Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin”, **Aslib Proceedings: New Information Perspectives**, Vol.61, No.3, 2009, p.233

¹⁴⁵ Cemil Kutlutürk, “Hinduizm’e Göre Tanrı Vişnu’nun Yeryüzünde Bedenlenmesinin Nedenleri”, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi**, Cilt.55, Sayı.1, 2015, s.144

¹⁴⁶ Beth Coleman, **Hello Avatar! Dijital Neslin Yükselişi**, Emrah Bilge (çev.), İstanbul: MediaCat, 2012, s.62

biçimini tanımlamaktadır. Modern dilde avatar, bilgisayar tarafından üretilmiş ve bir insan tarafından bilgisayar aracılığıyla kontrol edilen bir figürdür¹⁴⁷. Sanal ortamlarda kullanıcıların basit bir etiketten, sahip oldukları isimden öte sanal dünyada kullanılan beşerî bir araç olarak görülmektedir¹⁴⁸. Avapreneurship kavramı ise ilk defa 2010 yılında ortaya atılmıştır¹⁴⁹.

2010 yılında sonra doğan ve dijital dünyada daha fazla zaman geçiren nesli temsil eden Alfa kuşağının, öğretim faaliyetleri için dijital avatar, görsel okuryazarlık, artırılmış gerçeklik gibi sanallığa dayalı ürün ve hizmetleri talep etmesi beklenmektedir¹⁵⁰. Avatarlar yardımı ile öğrencilerin öğrenme hızına uyum sağlayan yapay zekâ destekli artırılmış gerçeklikle dolu dijital oyunlar çağına girileceği öngörülmektedir¹⁵¹. **Sanal gerçeklik**, gerçek ya da hayal edilmiş bir ortamı kopya eden ve kullanıcıların bu dünyayla sanki oradaymışlar gibi etkileşime girmesine olanak tanıyan sürükleyici bir medya deneyimidir¹⁵².

Sanal ortamlar, hakikatte mevcut veya tasarlanmış yerlerin ve objelerin üç boyutlu (3D), yüksek çözünürlüklü fotoğraf, animasyon ve videolar gibi suni nazari klonlarından oluşmaktadır. Sanal gerçeklik ortamları asıl olarak kullanıcılara derinlik illüzyonu yaratan bir ekran aracılığıyla görsel bir tecrübe yaşatmaktadır. Ancak daha gelişmiş sanal gerçeklik sistemlerinde kullanıcının ses, koku, dokunma, sıcaklık ve ıslaklık, devinim gibi duyuları da uyartılmaktadır¹⁵³. **Second Life** ise literatürde; sanal dünyalar arasında sanal para ile ekonomik faaliyetlerin gerçekleştiği bir alan olarak nitelendirilmiştir¹⁵⁴. Özetle, sanal ortamlarda girişimcilik faaliyetlerinde bulunan avatlardan yola çıkılarak avapreneurship (**second life girişimcilik**) tanımlaması yapılmış ve yaygınlaşmıştır.

¹⁴⁷ Gözde Sunal, “Sanal Gerçeklik ve Dijital Sinemanın Olanakları Üzerine Bir Değerlendirme”, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, Kasım 2016, s.298

¹⁴⁸ Mark W. Bell, “Toward a Definition of Virtual Worlds”, **Journal of Virtual Worlds Research**, Vol.1, No.1, 2008, p.3

¹⁴⁹ Saadet Sağtaş, “Second Life” Sanal Yaşam Dünyasında Girişimcilik: Avapreneurship (Avatar Girişimcilik), **Yüksek Lisans Tezi**, Çag Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 2013, s.48

¹⁵⁰ Ayça Tümtür ve Aysun Kahraman, “Alfa Kuşağı için Yeni Nesil Eğitim Hizmetleri Tasarımı”, **10. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Özet Bildiri Kitapçığı**, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa, 2019, s.124

¹⁵¹ Eyüp Akçetin, Ufuk Çelik, Abdulkadir Yaldir, Deniz Herand, “Dijital Oyunlar ve İstihdam: Türkiye İçin Öneriler”, **Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2017, s.137

¹⁵² Deniz Çaba, “Dijital Çağda Değişen Haber Sunumu: Gazetecilikte Sanal Gerçeklik Uygulamaları”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, Mart 2018, s.694

¹⁵³ Savaş Ferhat, “Dijital Dünyanın Gerçekliği, Gerçek Dünyanın Sanallığı: Bir Dijital Medya Ürünü Olarak Sanal Gerçeklik”, **TRT Akademi**, Cilt.1, Sayı.2, 2016, s.275

¹⁵⁴ Robin Teigland, “Born Virtuals and Avapreneurship: A Case Study of Achieving Successful Outcomes in Peace Train – a Second Life Organization”, **Journal of Virtual Worlds Research**, Vol.2, No.4, 2010, p.6; Tom Boellstorff, **Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human**, New Jersey: Princeton University Press, 2015

Yalın Yeni Girişim: Adını Taiichi Ohno ve Shigeo'nun Toyota'da geliştirdiği **yalın üretim sisteminden** almaktadır. Yalın yeni girişim, yalın üretim sistemindeki prensiplerin girişimciliğe uyarlanmış halidir. Yalın yeni girişim, yeni bir girişimin nasıl kullanılıp devam ettirileceğini öğretmektedir. Tahminlere dayanan karışık planlar yerine Yap-Ölç-Öğren döngüsünü kullanmayı ve sürece istenilen şekilde yön verebilmeyi anlatır¹⁵⁵.

1.1.4.3. Girişimciliğin Kurumsal Yönelimi ve İç Girişimcilik

Girişimci bireylerin ekonomik ve toplumsal rolü yüzyıllardır bilinmesine rağmen girişimci davranışların örgütlerde oynadığı rolün (kurumsal girişimciliğin) farkedilmesi oldukça yenidir. Şiddetli rekabet, küreselleşme ve teknolojik gelişmeyle beraber tüm alanlarda yaşanan hızlı ve kapsamlı değişimler karşısında işletmeler, varlıklarını sürdürebilmek için kendi girişimci kaynaklarını harekete geçirmenin yöntemlerini araştırmışlardır. İşletmeler karlılık, pazar payı, nakit akışı, kurumsal ve beşerî inovasyon kapasitesinde artış, örgütsel performans gibi amaçlarına ulaşabilmek için bir araç olarak girişimciliğe önem vermeye başlamışlardır. Böylece inovatif ve girişimci bir örgütsel yapı yanında, girişimci kişilerin belirlenmesi, istihdamı ve mevcut çalışanların bu doğrultuda yönlendirilmesi iş dünyasının önemli hedeflerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır¹⁵⁶. Bu nedenle iç girişimcilik, doğrudan doğruya, örgüt iklimiyle bağlantılı bir kavramdır.

Girişimcilik iklimi, şiddetli rekabet ve pazar dinamizmi gibi pazar koşullarının etkisiyle, örgüt içinde, üst yönetimin fikir geliştirme ve projelere verdiği destek, çalışanların karar alma yetkisi, zaman yaratma ve ödüllendirme gibi karakteristiklerle ortaya çıkan ve firmanın inovatif ve örgütsel performansına pozitif katkı yapan ortamdır¹⁵⁷.

¹⁵⁵ Şafak Güven, Girişimcilik Metodolojilerinden “Yalın Yeni Girişim” ve Bilişim Sektöründeki Örnek Uygulaması, **Yüksek Lisans Tezi**, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.1

¹⁵⁶ Vinayshil Gautam ve Vinnie Verma, “Corporate Entrepreneurship: Changing Perspectives”, **The Journal of Entrepreneurship**, Vol.6, No.2, pp.233-244, p.233; Michael G. Goldsby, Donald F Kuratko, Jeff Hornsby, Jeffery D. Houghton, Christopher P. Neck, “Social Cognition and Corporate Entrepreneurship: A Framework for Enhancing the Role of Middle-Level Managers”, **International Journal of Leadership Studies**, Vol.2, No.1, pp.17-35, p.19

¹⁵⁷ Gifford Pinchot III, **Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur**, New York: Harper & Row, 1985

İç-girişimcilik: Türkçe literatürde iç-girişimcilik kavramı ile aynı anlamda; kurumsal girişimcilik, kurumsal iç girişimcilik, örgütsel girişimcilik, şirket girişimciliği, girişim yönetimi, yeni girişim ve stratejik yenilenme kavramları kullanılmaktadır¹⁵⁸. Kurumsal girişimcilik en yalın olarak kurum içerisinde inovasyon yaratmak için sorumluluk üstlenilmesi olarak ifade edilmektedir¹⁵⁹. Bölgesel, ulusal ve küresel piyasalarda rekabetin şiddetinin giderek artması, rekabet üstünlüğünün elde edilmesi ve korunması endişeleri, güncel araştırmaların odak noktasını bireysel girişimcilikten kurumsal girişimciliğine doğru kaydırmaya başlamıştır¹⁶⁰.

İç kurumsal girişimcilik, bir firma içindeki girişimci davranışları ifade eder¹⁶¹. Hem gelişen pazarlarca işletmenin ürün ve hizmetlerinin yeniden tanımlanması, hem de işletmenin yeni ürün ve teknolojiler geliştirerek veya içselleştirerek mevcut iş kavramını güncellemesidir¹⁶². Şirket girişimciliğinin gelişebilmesi için elverişli bir ortamda, teknik uzmanlığa sahip çalışanlar, örgütsel sistemler, pazar bilgisi ve gizlilik başlıca unsurlardır¹⁶³.

1.1.4.4. Kadın Girişimciliği ve Sosyal Girişimcilik

Kadın Girişimci: Üretim, hizmet ya da ticaret sektörlerinde kendi işinin sahibi, tek başına çalışan ya da istihdam yaratan, finansman kaynaklarını araştıran, acil durumlarla baş edebilen, değişen koşullara uyum sağlayabilen ve sektöründe tecrübe edinmeye çalışan kadınlardır. Kadın girişimciler, olağan dışı şartlarda emek ve sermaye kaynaklarını etkin şekilde değerlendirecek tedbirleri alır, analiz eder, planlar, uygulamalar ve elde edilen sonuçların sorumluluğunu üstlenir. Yaratıcı ve akılcı projeler üreterek risk

¹⁵⁸ Örneğin: Pınar Ünal, Sivil Toplum Kuruluşlarında Kurumsal Girişimcilik, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.7; Kenan Tatar, Türkiye Makine Halısı İşletmelerinde Kurumsallaşmanın Kurumsal Girişimcilik Üzerine Etkileri, **Doktora Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2016, s.31

¹⁵⁹ Halim Emre Zeren, “Kent Markalaşması Sürecinde İç Girişimcilik Faktörü”, **KSÜ İİBF Dergisi**, Cilt.2, Sayı.1, 2012, s.95

¹⁶⁰ Bora Aldemir, Küçük ve Orta Boy İnşaat Firmalarının Girişimcilik Yönelimi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2011, s.12

¹⁶¹ Gürol Üzenç, “Start-Up’larda ve Kurumsal Firmalarda Kurumsal Girişimcilik ve Çalışan Girişimciliği Üzerine Bir Araştırma”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.5

¹⁶² Shaker A. Zahra, Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study, **Journal of Business Venturing**, Vol.6, No.4, 1991, pp.259-285

¹⁶³ Stephen E. Little, Frank M. Go ve Teresa Shuk-Ching Poon, **Global Innovation and Entrepreneurship: Challenges and Experiences from East and West**, London: Palgrave Macmillan, 2017; Ülkemizde, Çorum’un araştırması, iç girişimciliğin örgütsel inovasyon üzerinde etkisi olduğu kadar, örgütsel yeniliğinde iç girişimcilik üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bkz: Gözde Çorum, The Perception Of Innovation Effect On Intrapreneurship: A Study On Private Companies, **Master’s Thesis**, Bahçeşehir University The Institute Of Engineering and Natural Sciences, İstanbul, 2018, s.37. Girenay’ın araştırması ise işletmenin kurumsal girişimcilik performansı ile finansal ve diğer performans göstergeleri arasındaki ilişkiye işaret etmektedir. Bkz: Demet Girenay, Kurumsal Girişimcilik ve İşletme Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, 2018, s.73

faktörünü göğüslerler¹⁶⁴. Genel anlamda girişimciyle ilgili olarak yapılan tipoloji çalışmaları, kadın girişimciler için de ayrıntılı olarak gerçekleştirilmektedir¹⁶⁵.

Sosyal girişimci, içinde bulunduğu toplumda meydana gelen tüm sosyal problemleri fark ederek kimsenin o zamana kadar akıl etmediği veya ris alamadığı bir bakış açısıyla problemleri ele alan, üsteleyen, hassas, kreatif ama realist tutumlarıyla fark yaratan ve toplumda güven uyandıran kişidir¹⁶⁶. Bir başka tanıma göre sosyal girişimciler, sürdürülebilir toplumsal değer yaratmak için sosyal odaklı eyleme geçen ve bu amacı gerçekleştirebilmek için fırsatları değerlendiren, yüksek sorumluluk sahibi toplumsal değişim ajanlarıdır¹⁶⁷. **Sosyal girişimcilik** ise sosyal fayda yaratmak amacıyla, alternatif finansman stratejileri ve yönetim programlarına sahip kâr amacı gütmeyen girişimlerin araştırılmasıdır¹⁶⁸. Geniş kapsamlı bir uygulama alanı olmakla beraber, sosyal pazarlama, kurumsal sosyal sorumluluk, sosyal sponsorluk ve amaca yönelik pazarlama kavramlarından farklıdır¹⁶⁹. Kısaca kâr amacı ve ahlaki gereklilikler dengelenerek girişimcilik değerlerinin toplumsal amaçlar için uygulanmasıdır¹⁷⁰.

Sosyal girişimciliğin kökenlerine bakılacak olursa, hem sivil toplum, hem özel sektör, hem de kamu sektörü arasında meydana gelen bir olgudur. Bunun nedeni, toplumsal problemlerin kapsamının herkesi ilgilendirecek kadar geniş olmasıdır¹⁷¹. **Sosyal girişimciliğin boyutları** ise sosyal misyon ve amaçlar, sosyal değerler, sosyo-ekonomik organizasyon, fırsat arama-tanımlama, proaktiflik, yenilikçilik, çevresel dinamikler, sürdürülebilirlik gibi başlıklar altında incelenmiştir¹⁷².

¹⁶⁴ Paramjeet Kaur Dhillon, **Women Entrepreneurs: Problems and Prospects**, Maharashtra, IN: Blaze Publishers & Distributors, 1998

¹⁶⁵ John B. Miner, **A Psychological Typology of Successful Entrepreneurs**, California: Greenwood Publishing Group, 1997, p.170; Beatrice E. Avolio Alecchi, Mirjana Radovi-Markovi, **Women and Entrepreneurship: Female Durability, Persistence and Intuition at Work**, England: Routledge Publishing, 2016; Stanley Cromie ve John Hayes, "Towards A Typology Of Female Entrepreneurs", **Sociological Review**, Vol.36, No.1, pp.87-113; Maura McAdam, **Female Entrepreneurship**, England: Routledge Publishing, 2013, p.6; Demet Demirez, **Impact Of Government Entrepreneurship Supports On Women's Empowerment: The Case Of Women In Ankara**, **The Degree Of Master Of Science**, The Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2016, s.106-111

¹⁶⁶ Ayfer Titrek, Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri ve Sosyal Girişimcilik Becerilerine Yönelik Görüşleri (Kocaeli İli Örneği), **Yüksek Lisans Tezi**, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu, 2019, s.42

¹⁶⁷ J. Gregory Dees, The Meaning of Social Entrepreneurship, **Ewing Marion Kauffman Foundation Working Paper**, Kansas: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 2001, p.4

¹⁶⁸ Johanna Mair ve Ignasi Marti, "Social Entrepreneurship Research: A Source Of Explanation, Prediction, And Delight", **Journal of World Business**, Vol.41, 2006, p.37; Johanna Mair ve Ernesto Noboa, "Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are Formed", **Social Entrepreneurship**, (eds. Johanna Mair, Jeffrey Robinson ve Kai Hockerts), New York: Palgrave Macmillan, 2006, p.122

¹⁶⁹ Simge Ünlü, Sosyal Girişimcilik Bağlamında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Akut ve TOG Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme, **Yüksek Lisans Tezi**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, 2012, s.53-57

¹⁷⁰ Jerr Boschee, **Social Entrepreneurship, Across the Board**, Vol.32, No.3, pp.20-23

¹⁷¹ Dilara Gusseinova, Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Bir Örnek Olay İncelemesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2015, s.13

¹⁷² Chantal Hervieux, Eric Gedajlovic, Marie-France B. Turcotte, "The Legitimization of Social Entrepreneurship", **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, Vol.4, No.1, 2010, pp.37-67; Jay

Sosyal Girişimcilik ve Kalkınma İlişkisi: Toplumsal sorunların çözümünde önemli bir rol oynayan sosyal girişimcilik; çevre, sağlık, insan hakları, yurttaş girişimleri, ekonomik gelişme, genç nüfusun eğitim ve gelişimi gibi pek çok alanda faaliyet göstermektedir. Böylelikle sosyal girişimler toplumsal değişim, sosyal içerme ve sürdürülebilir toplumsal gelişmede bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır¹⁷³.

Dünyada Sosyal Girişimcilik: Sosyal girişimlerin önümüzdeki 10 yılda çok daha büyük atılımlar yapacağı öngörülmekte olup, yaklaşık 500 milyar dolarlık sosyal ve çevresel etkilerinin bulunacağı tahmin edilmektedir¹⁷⁴. Ashoka Vakfı, Schwab Vakfı, Institute for Social Entrepreneurs, Skoll Vakfı, Acumen Vakfı ve İrlanda Vakfı, bu girişimlerin önde gelenleridir¹⁷⁵. Yine Ashoka üyesi Muhammed Yunus tarafından kurulan Bangladeş'teki Grameen Bankası, yoksul ülkelerdeki kadın ve çocuklara yönelik olarak faaliyetlerini sürdürmektedir¹⁷⁶. Bunlara, TOMS (Black Mycoskie), Charity: Water (Scott Harrison) ve Seventh Generation (Jefferey Hollender) gibi başka örnekler de eklenebilir¹⁷⁷.

Türkiye’de Sosyal Girişimcilik: Türkiye’de sosyal girişimlerin zayıf yönleri arasında, alanda yaşanan kavram karmaşası, yetersiz kurumsal yapılar, kısıtlayıcı mali düzenlemeler, kamuda muhatap eksikliği ve aşırı bürokrasi yer alırken, güçlü yönler ise destekleyici altyapı ve iletişim ağları, iyi örneklerin varlığı, teknolojik, mali ve insan kaynakları altyapısı potansiyeli ve özel sektör ilişkileri olarak sıralanmaktadır¹⁷⁸. İyi örnek anlamında, Grameen Bankası modeli, ülkemizde 2003 yılından bu yana Türkiye Grameen Mikrofinans Programı adıyla Türkiye İsrافی Önleme Vakfı tarafından uygulanmaktadır. Türkiye’de sosyal girişimcilerin kalkınmaya verdikleri önemin tartışıldığı bir araştırmada, Ashoka ve Schwab Vakfı örneklemini içindeki sosyal girişimcilerin %71’inin Binyıl Kalkınma Hedeflerini doğrudan, %17’sinin de dolaylı olarak etkilediği görülmüştür. Dolaylı olarak etkileyen girişimler AKUT, Açık radyo,

Weerawardena ve Gillian Sullivan Mort, “Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model”, **Journal of World Business**, Vol.41, No.1, 2006, pp.21-35

¹⁷³ Seda Ercan, Türkiye’de Sosyal Girişimcilik ve Yaratıcı Etkilerin Değerlendirilmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.35

¹⁷⁴ Asuman Sönmez, Çağla Arıker ve Andaç Toksoy, “Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi”, **Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi**, Cilt.17, Sayı.37, Bahar 2016, s.112

¹⁷⁵ Hülya Denizalp, **Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi**, 2.Baskı, Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Vakfı Yayını, 2009, s.12

¹⁷⁶ Burcu Kümbül Güler, Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2008, s.143

¹⁷⁷ Enver Mengü, Sosyolojik Perspektiften Sosyal Girişimcilik Olgusu, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.25

¹⁷⁸ Tevfik Başak Ersen, Derya Kaya ve Zeynep Meydanoglu, **Sosyal Girişimler ve Türkiye: İhtiyaç Analizi Raporu**, İstanbul: TÜSEV Yayınları, Aralık 2010, s.14-25

Özel Sektör Gönüllüleri Derneği ve ‘www.alisbagis.com.tr’dir¹⁷⁹. Ashoka Vakfı ortakları arasındaki Mozaik Reklam ve The Marmara Otelleri de bu kapsamda ele alınmalıdır¹⁸⁰. 2005 yılında kurulan KAMER Vakfı da, kadın ve çocuk sorunlarına ilişkin faaliyetleri, kurmuş olduğu işletmelerdeki “özel sektörle rekabet” mantığı ve kadın girişimci ve kadın çalışan istihdamına verdiği önemle, söz edilmesi gereken bir diğer önemli sosyal girişimdir¹⁸¹.

1.1.4.5. Kültürün Girişimciliğe Etkisi, Girişimcilik Kültürü ve Etnik Girişimcilik

Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Performans odaklı, bağımsız, bireyci, yüksek belirsizlik toleransına sahip toplumsal kültürün ve girişimciliğe ilişkin toplumsal kabullenmenin, yeni işletmelerin kurulma ve başarı oranlarını yükselttiği ifade edilmektedir¹⁸². Etnik girişimciler üzerine yapılan çalışmaların çoğunda ulusal kültürün çeşitli ekonomik ve yönetsel davranışları etkilediğini destekleyen bulgular ortaya çıkmıştır. Denilebilir ki girişimci faaliyetler kültürel iklime içkindir ve kültür girişimci faaliyetin motivasyon unsurlarını beslemektedir¹⁸³.

Girişimcilik Kültürü: Girişimcilik kültürü, girişimciye yeni bir toplumsal statü kazandıran, yaptıklarını ödemeyi taahhüt eden, kendisine iş olanakları yaratılmasını beklemek yerine başkaları için iş olanakları yaratan yeni bir kuşağın yetişmesini sağlayan bir kültür olarak tanımlanabilir¹⁸⁴. Ulusal, toplumsal ve örgütsel kültürden etkilenen girişimcilik kültürü, din, eğitim, aile, kamu organizasyonu, ekonomik, teknolojik, yasal, politik faktörler, göçmenlik, değerler ve kültürel normlar gibi çok çeşitli yapılardan izler içerir¹⁸⁵. Toplumsal kültür hem yeni işletmelerin kurulması anlamında bireysel

¹⁷⁹ Mahmure Yelda Erdoğan, Sivil Toplum Örgütleri Gönüllü Yönetimi Yaklaşımları ve Sosyal Girişimcilik Gönüllü Yönetimi Modeli Önerisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014, s.107

¹⁸⁰ H. Yunus Taş ve İlknur Şimşek, “Türkiye ve Dünya’da Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkıları”, **Emek ve Toplum**, Cilt.6, Yıl.6, Sayı.16, s.488

¹⁸¹ TÜSEV (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı), **Sosyal Girişimcilik: Sosyal İçerme ve Sürdürülebilir Toplumsal Gelişme Olanakları Konferans Raporu**, İstanbul: SALT Galata, 26 Haziran 2014, s.3-4

¹⁸² Christian Hopp ve Ute Stephan, The Influence of Socio-cultural Environments on the Performance of Nascent Entrepreneurs: Community Culture, Motivation, Self efficacy and Start-up Success”, **Entrepreneurship & Regional Development**, Vol.24, No.9-10, 2012, pp.917-945; Martin Andersson, **Start-up Rates, Entrepreneurship Culture and the Business Cycle**, CIRCLE, Lund University Paper no. 2013/01, January 2013

¹⁸³ Umut Dağıstan, “Girişimcilik Kavramı ve Kültür Olgusu”, **International Social Sciences Studies Journal**, Vol.5, No.34, 2019, s.2342

¹⁸⁴ Muhammed Çelik, Öğretmen Algılarına Göre İlkokul Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik ve Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişki (Bağcılar ve Bakırköy İlçeleri Örneği), **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya, 2013, s.55

¹⁸⁵ Rita Gunther McGrath, Ian C. MacMillan, Sâri Scheinberg, “Elitists, Risk-takers, and Rugged Individualists? An Exploratory Analysis of Cultural Differences between Entrepreneurs and Non-entrepreneurs”, **Journal of Business Venturing**, Vol.7, No.2, 1992, pp.115-135; Friederike Welter, "Entrepreneurship in West and East Germany," **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, Vol.4, No.2, 2007, pp.97-109; Max Weber,

girişimciliği hem de mevcut işletmelerin daha iyi ürün ve hizmet sunabilmek için sergiledikleri yenilikçi davranışlar anlamında kurumsal girişimciliği destekleyebilir. Ulusal kültür ve örgüt kültürü araştırmalarıyla alandaki önemli isimlerden biri olan Hoffstede liderlik ve motivasyon üzerine gerçekleştirdiği çalışmasında kültürün sosyal-bireyci ve feminen-maskülen boyutlarına göre toplumun değer yargılarının farklılaştığına işaret eder¹⁸⁶.

Etnik Girişimci: Ev sahibi ülkeye vardıktan sonra, o ülkedeki resmi göçmenler ve göçmen olmamasına rağmen ortak bir kökene sahip olduğu kimselerle kişisel bağlantılarını kullanarak kendi işlerini kuran kişilerdir¹⁸⁷. Girişimcilik faaliyetinin göçmenler tarafından gittikleri ülkeden gerçekleştirilmesi ise göçmen girişimcilik olarak adlandırılabilir¹⁸⁸.

Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu, 2. Baskı, Milay Köktürk (Çev.), Ankara: BilgeSu Yayıncılık, 2011; Geoffrey G. Jones and R. Daniel Wadhvani, "Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda", **Harvard Business School Working Paper** 07-007, 2006

¹⁸⁶ Geert Hofstede, "Motivation, Leadership and Organization: Do American Theories Apply Abroad", **Organizational Dynamics**, Vol.9, No.1, 1980, pp.42-63

¹⁸⁷ Oğuzhan İrengün, Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.12

¹⁸⁸ Sâri Pekkala Kerr ve William R. Kerr. Immigrant Entrepreneurship, **Harvard Business School Working Paper** No. 17-011, 2016; Ülker, Berlin'de bulunan Türk göçmenlerin girişimcilik uygulamaları sayesinde devlet, piyasa ve sosyal ilişki ağları tanımlanan rejimler içinde sosyal hareketlilik sağlamak amacıyla oluşturdukları esnek kimlikleri ele aldığı çalışmasında, onların, çeşitli normlar, yasalar, değerlerle tanımlanıp biçimlendirilen pasif özneler değil, mevcut durumlarını rekabetçi olabilmek adına değerlendirebilen aktif bireyler olduklarını ortaya koymaktadır. Bkz: Rıza Barış Ülker, Entrepreneurial Practises of Turkish Immigrants in Berlin, Berlin'deki Türk Göçmenlerin Girişimcilik Pratikleri, **Yüksek Lisans Tezi**, ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2004. Yine Almanya'da yaşayan Türk kökenli bireyleri girişimciliğe iten ve teşvik eden nedenlerin başta bireysel faktörler olmak üzere, etnik bağlamla ilintili faktörlerden ve ev sahibi ülkenin sosyal, ekonomik ve politik yapısıyla ilişkili olan faktörlerden kaynaklandığı sonucuna ulaşmıştır. Bkz: Hüseyin Boz, Etnik Girişimcilik: Almanya'da Faaliyet Gösteren Türk Kökenli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2007, s.63. Çesteneci'nin araştırma sonuçları da paralel olarak, Balkan göçmenlerinin sahip oldukları özellikler ve kaynakların, Türkiye'nin dönemsel atmosferiyle birleştiğinde, başarılı girişimcilik faaliyetleri sergilemeleri için bir mekanizma oluşturduğunu göstermektedir. Bkz: Yusuf Çesteneci, Göçmenlik Olgusunun Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adapazarı, 2012, s.62. Güngördü'nün gerçekleştirdiği araştırmadan elde edilen bulgulara göre, göçmen girişimcilerin motivasyonlarının yüksek olduğu, bağımsızlığa önem verdikleri ve yenilikçi oldukları anlaşılmıştır. Ayrıca; Türkiye'de göçmen girişimcilik faaliyetlerine verilen desteğin yetersiz olduğunu; göçmen girişimcilerle yerli girişimcilerin aynı haklara sahip olmadığını; göçmen girişimci olmanın kolay olmadığını ve göçmen girişimciler arasındaki dayanışmanın yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Bkz: Sevcan Güngördü, Göçmen Girişimcilerin Kişilik Özellikleri ve Göçmen Girişimcilik Üzerine Algıları, **Yüksek Lisans Tezi**, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2018, s.98, 101. Bulgar Türkü girişimciler; "döngüsel/dairesel" yolculuklarla Bulgaristan ve Türkiye arasında küçük veya büyük ölçekli aile şirketlerine veya kişilere ürün taşımak, kuryelik ve ticaretle iştigal etmekte veya yolcu taşımacılığı yapmaktadırlar. Bulgar Türkü ulusötesi girişimcilerin bireysel nitelikleri ve toplumsal ekolojileri, varolan iktisadi faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin ortaya koyduğu performansı anlamlı şekilde etkilemektedir. Bkz: Nefise Kahraman, Transnational Entrepreneurship Activities of Bulgarian Turks, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Institute of Science and Technology, İstanbul, 2010, s.79-80. Kavuş'un araştırmasının temel sorusu kültürel ve toplumsal cinsiyet faktörlerinin göçmen kadınların girişimcilik faaliyetlerini nasıl şekillendirdiği ve belirli taleplere yönelik etnik niş pazar oluşturduğudur. Ayrıca, kadınlar özellikle kadınlar tarafından ifa edilmesi beklenen misafirperverlik gibi kültürel gelenekleri işlerine taşımışlar ve bu durum iş tanımında değişikliklere neden olmuştur. Bkz: Helin Kardelen Kavuş,

1.1.5. Girişimcilik Eğitimi, Finansmanı ve Üniversite-Sanayi İşbirliği

Girişimcilerin finansman kaynakları, üniversite sanayi işbirliği ve destekler, girişimcilik eğitimi konuları bu başlık altında incelenmektedir.

1.1.5.1. Girişimcilerin Finansman Kaynakları

İyi bir iş fikrine sahip girişimci için ikinci adım yatırım için gerekli finansmanın sağlanmasıdır. Girişimcilerin finansman kaynakları, kişisel birikimler, aile ve arkadaşlar, ticari bankalar, satıcı kredileri, melek yatırımcılar, risk sermayesi ve leasing olmak üzere, çeşitlilik göstermektedir¹⁸⁹. **Melek yatırımcı**, risk ve fırsat potansiyeli içeren başlangıç aşamasındaki firmalara büyümeleri veya gelişmeleri için yatırım yaparak finansman sağlayan kişidir¹⁹⁰. Benzer şekilde, **risk sermayesi** de sermaye problemi çeken, fakat orijinal projeleri olan ve büyüme kapasitesi taşıyan varolan küçük ölçekli şirketlere ya da yeni kurulacak olan firmalara, sabit bir faiz yükü getirmeyen ve yeni yatırımcılarca tedarik edilecek sermayeyle projelerini hayata geçirme olanağı sağlayan ve mali sorunları ortaklık esasında çözmeye çalışan bir tür finansman yöntemidir¹⁹¹. Bunların yanı sıra, girişimcilere destek veren kurum ve kuruluşlar da avantajlı finansman kaynakları arasında sayılabilir. Üniversite-sanayi işbirliği kapsamında hem üniversitelerin ve akademisyenlerin girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları, hem de özel sektörle ortak projeler yürütmeleri desteklenmektedir.

1.1.5.2. Üniversite-Sanayi İşbirliği ve Destekler

Son yıllarda üniversitelerin, kalkınma ajanslarının, müsteşarlıkların, bakanlıkların ve şirketlerin stratejik planlarında önemli bir husus göze çarpmaktadır: “Üniversite-Sanayi-Kamu İşbirliği”. Üniversiteler ve sanayi neden işbirliği yapma ihtiyacı duymaktadır? Buna verilebilecek en kısa cevap kazan-kazan (win-win) olarak bahsedilen her iki tarafın da bu birliktelikten fayda sağladığı durumdur. Bu birliktelikten üniversiteler araştırmalarına daha fazla fon desteği alma ve araştırma çıktılarını maddiyata dönüştürebilme imkânı elde ederken (girişimci üniversite olma yolunda

Turkish Ethnic Entrepreneurship In Germany: The Case Of Women In Beauty Sector, **Master Of Science Thesis**, Middle East Technical University The Graduate School Of Social Sciences, Ankara, 2018, s.107-108

¹⁸⁹ Anna Söderblom ve Mikael Samuelsson, **Sources of Capital for Innovative Startup Firms**, Naringspolitiskt Entreprenörskaps Forum Rapport 9, 2014, p.15-16

¹⁹⁰ Gerald A. Benjamin ve Joel B. Margulis, **Angel Financing: How to Find and Invest Private Equity**, New York: John Wiley & Sons, 1999; Gerald A. Benjamin ve Joel B. Margulis, **Angel Capital: How to Raise Early-Stage Private Equity Financing**, New Jersey: Wiley, 2005, p.7

¹⁹¹ O. Berna İpekten, "Risk Sermayesi Finansman Modeli", **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.7, Sayı.1, Şubat 2010, s.386

ilerlerken), firmalar AR-GE faaliyetlerini dışsallaştırarak ürün ve inovasyon maliyetlerini azaltmakta ve rekabetçi avantaj elde edebilmektedirler¹⁹².

Girişimci üniversite, kısaca, bünyesindeki akademisyenler tarafından geliştirilen çeşitli yöntemlerle, bölgesel kalkınma ve kazanç elde etmek amacıyla girişimcilik faaliyetlerinde bulunan üniversitedir¹⁹³. Gelişim sürecinde son safha kabul edilen “Üçüncü Nesil Üniversiteler”, bilgiyi üreten, aktaran ve kullanılmasını sağlayan, çok kültürlü, uzlaşmacı, yaratıcı, girişimci bir yapıdadır¹⁹⁴. Toplam Kalite Yönetimiyle tüm kurum ve kuruluşlarda müşteri odaklılık anlayışının yaygınlaşması ve üniversitelerin gelir sağlama istekleri, beraberinde girişimci pazarlama anlayışını da getirmiştir. **Girişimci pazarlama**, kârlı müşterileri yakalamak ve sadakat yaratmak için değer yaratmada, kaynakların dağıtımında ve risk yönetiminde inovatif yaklaşımlarla fırsatların proaktif olarak tanımlanması ve değerlendirilmesidir¹⁹⁵. Girişimci üniversitelerde ise üniversiteye gelir ve prestij kazandırmanın bir yöntemi olarak uygulanmaktadır. Bu anlamda üniversiteler, kendi bünyelerinde kurdukları teknoloji geliştirme merkezleri, bu merkezlerde firma kuran akademisyenleri, sanayi işbirlikleri ve bunları kamuoyuna duyurma yoluyla girişimci üniversite ve pazarlama kavramlarına yaklaşmaktadır. Bu yolla, girişimci üniversitelerde, **akademik girişimcilik** adı altında yeni bir girişimcilik türü doğmaktadır¹⁹⁶.

Özel sektör girişimcileri, kamu-üniversite-sanayi işbirliği kapsamında, arge ve inovasyon konularında bazı avantajlar elde edebilecekleri gibi, finansman sorunlarının bir kısmına da çözüm getirebileceklerdir. Bunun dışında girişimciler, aşağıdaki kurum ve kuruluşlardan da destek sağlayabilirler.

Girişimcilere destek veren kurum ve kuruluşlar: KOSGEB, TÜBİTAK, TTGV, İŞKUR, KGF, Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM), GAP Girişimci Destekleme Merkezleri (GAP-GİDEM), Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, KOBİ

¹⁹² Hüseyin Emre Coşkun, “Sanayi Neden Üniversite ile İşbirliği Yapar?”, **Standard: Ekonomik ve Teknik Dergi**, Sayı.666, Mayıs 2018, s.27, 30

¹⁹³ Maribel Guerrero ve David Urbano, The Development of an Entrepreneurial University, **Journal of Technology Transfer**, Vol.37, No.1, 2010, pp.43-74, p.45

¹⁹⁴ J. G. Wissema, **Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru: Geçiş Döneminde Üniversiteleri Yönetmek**, İstanbul: Özyeğin Üniversitesi, 2009, s.38-56

¹⁹⁵ Michael H. Morris, Minet Schindehutte, Raymond W. LaForge, “Entrepreneurial Marketing: A Construct for Integrating Emerging Entrepreneurship and Marketing Perspectives”, **The Journal of Marketing Theory and Practice**, Vol.10, No.4, pp.1-19

¹⁹⁶ Rosa Grimaldi, Martin Kenney, Donald S. Siegel, Mike Wright, “30 Years After Bayh–Dole: Reassessing Academic Entrepreneurship. **Research Policy**, Vol.40, No.8, 2011, pp.1045-1057

Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı gibi kurumlar, girişimcilere eğitim, danışmanlık, finansman vb. konularda destek veren kurumlardan bazılarıdır. Bunların yanı sıra, Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV), Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Türkiye İş Kadınları Derneği (TİKAD), Türkiye Grameen Mikro Kredi Projesi, kadın girişimcilere destek veren kuruluşlardandır¹⁹⁷.

1.1.5.3. Girişimcilik Eğitimi

Girişimcilik Eğitimi: Çok disiplinli ve geniş kapsamlı olan girişimcilik eğitim programlarının amacı, kişilerin kendi işletmelerini kurabilmeleri için gerekli temel bilgileri vermek ve başarılı bir şekilde sürdürmelerini sağlamaktır¹⁹⁸. Girişimcilik eğitimleri, farkındalık, iş kurma, sürekli ve dinamizme yönelik olmak üzere dört kategoride sınıflandırılabilir¹⁹⁹. **Eğitimde girişimcilik;** yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması, uygulaması ve hızlanması bakımından çok önemlidir²⁰⁰. Ülkemizde girişimcilik eğitimleri Milli Eğitimle ilk ve orta öğrenimde, YÖK'e bağlı olarak üniversitelerde, KOSGEB, İŞKUR gibi kurumlarının organizatörlüğünde²⁰¹, sivil toplum kuruluşları ve danışmanlık firmaları tarafından olmak üzere geniş bir alana yayılmıştır²⁰².

Girişimcilere eğitim ve finansman desteği veren kişi ve kurumlar, girişimcilik ekosistemindeki diğer aktörlerle birlikte girişimcilerin aile, akraba ve arkadaşları, tanıdıkları, üye oldukları STK'lar gibi sahip oldukları sosyal ağ ve bağlantıların tamamı, aynı zamanda girişimcilerin sosyal sermayesini oluşturmaktadır. İnovasyon kavramını incelediğimizde görülebileceği gibi, uygulamada, pek çok noktada, her üç kavram birbiriyle çakışmaktadır.

¹⁹⁷ Sevinç Vıdır, Türkiye'de KOBİ'lere Yönelik Kamusal Destekler ve Algılanmasına Yönelik Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007, s.50-110

¹⁹⁸ Sait Patır ve Mehmet Karahan, "Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması", **İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, s.28

¹⁹⁹ Francisco Liñán, "Intention-Based Models of Entrepreneurship Education", **Piccola Impresa/Small Business**, 2004, Vol.3, No.1, pp.11-35

²⁰⁰ Ersin Karademir, Mustafa Zafer Balbağ, Fatih Çemrek, "Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi", **Milli Eğitim Dergisi**, Sayı.220, Güz 2018, ss.177-200, s.181

²⁰¹ <https://lms.kosgeb.gov.tr/>, (16.08.2019)

²⁰² Özlem Balaban ve Yasemin Özdemir, "Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.3, Sayı.2, 2008, ss.133-147

1.2. Sosyal Sermaye Kavramına Genel Bakış

Bu bölümde öncelikle, sosyal sermayenin kapsamı açıklanarak anlamsal ve kavramsal gelişimi ortaya konmakta ve farklı sermaye türleriyle ilişkisiyle kavram tanımlanmakta ve özellikleri ele alınmaktadır. Sonra sosyal sermayenin öğeleri ve türleri, ölçümü, kaybolma nedenleri ve olumsuz yönleri değerlendirilmektedir.

1.2.1. Sosyal Sermayenin Kapsamı

Günümüzde oldukça yaygın bir biçimde telaffuz edilmeye başlanan sosyal sermaye, çok farklı disiplinlerce farklı analiz düzeylerinde ele alınan oldukça kapsamlı bir kavramdır. **Antropoloji** insanların birlik olmak için doğal güdülerini olduğu üzerinde durarak sosyal düzen için biyolojik bir temel oluştururken; **sosyoloji**, sosyal örgütün güven, karşılıklılık ve sivil katılım ağları gibi özelliklerine odaklanmıştır. **Ekonomi** disiplini, bireylerin diğerleriyle etkileşimde bulunma girişimlerini ve sosyal sermaye kaynaklarını ele alırken; **siyasal bilimler**, bireylerin davranışlarının biçimlenmesinde kurumların, siyasi ve toplumsal normların rolü üzerinde durmuştur²⁰³.

Analiz düzeyleri açısından sosyal sermayeyi **makro seviyede kamu malı (dışsal)** olarak; **mikro seviyede bireysel bir varlık (içsel)** olarak ele alan yaklaşımlar ve her iki yaklaşımı birleştiren **dengeli ve bütüncül mezo (meso)** yaklaşımlardan bahsetmek mümkündür²⁰⁴. Bireysel ve toplumsal bakış açılarının yanında, diğer bir bakış açısı olan grup veya örgüt seviyesinde sosyal sermayede, analiz birimi olarak odak noktası sosyal gruplardır.

Analiz birimi, içsel sosyal sermaye olarak örgütün kendisi olabileceği gibi, dışsal sosyal sermaye olarak paydaşlar veya ilişkide bulunulan diğer sosyal gruplar olabilir²⁰⁵. Ekonomi ve işletmecilik alanında yapılan araştırmaların bazıları sosyal sermayenin makroekonomik düzeydeki olumlu-olumsuz etkilerini tartışmakta²⁰⁶,

²⁰³ OECD, **The Well-being of Nations: The Role Of Human and Social Capital**, Organisation For Economic Co-Operation and Development: Centre for Educational Research and Innovation, 2001, s.40

²⁰⁴ Bat-Orshikh Erdenebat, Avrupa'da Doğudan Batıya İşgücü Hareketliliği ve Sosyal Sermaye: 1990 Sonrası, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, s.19; Aytül Ayşe Özdemir, Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2007, s.6-9

²⁰⁵ Metin Söylemez, Dönüşümsel Liderlik, Sosyal Sermaye, Özyeterlilik ve Lider-Üye Etkileşimi İlişkisi: Kocaeli Serbest Bölgesinde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2019, s.38

²⁰⁶ Michael Woolcock, "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework, **Theory and Society**, Vol.27, No.2, 1998, pp.151-208; Ronald Inglehart ve Christian Welzel, Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence, 5.Edition, Cambridge: Cambridge University Press, 2007

diğerleri ise mikro düzeyde (piyasaların işleyişi, istihdam, örgütsel performans, vb.) etkilerini araştırmaktadır²⁰⁷.

Kavramın kapsamındaki bu genişliğe ve analiz düzeylerinin çeşitliliğine, nasıl tanımlanacağına ilişkin belirsizlikler ve eleştiriler eşlik etmektedir. Bunlardan bazıları her derde deva bir ilaç gibi²⁰⁸ soyut bir kavram olması, temel faktörleri üzerindeki anlaşmazlık, pozitif ve/veya negatif yönlü etkileri, sebep mi sonuç mu olduğu, sosyal ve sermaye gibi kendi içinde çelişkili iki sözcük barındırdığından (oksimoron) tanımının tam olarak netleştirilemediğidir²⁰⁹. Kavramsal ve türsel çeşitliliğinin yanında, ölçümü ve ampirik çalışmalarda kullanılacak göstergeleri açısından da birtakım sorunlara işaret etmektedir²¹⁰. Hatta sosyal sermayenin teorik bir bağlantı olmaksızın mevcut bilgi ve kavramların iyi bir pazarlama örneğiyle yeniden paketlenmesi, fast-food gibi popüler ancak kalitesi düşük ve yarardan ziyade zarar teşkil eden yanlış bir adlandırma, kafa karışıklığı²¹¹, operasyonel fırsatçılık²¹² ve deneysel kargaşa²¹³ olduğu gibi ciddi eleştiriler de söz konusudur. Kısacası kavram kendi etrafında eleştirilerin göz ardı edildiği, içerildiği, hatta itirazların kabul edilmesi üzerinden düşüncenin meşrulaştırıldığı bir tür baskıcı hoşgörü işlevi gördüğü bir koruma çemberi yaratmıştır ve uygulamada fazlasıyla

²⁰⁷ Ismail Serageldin ve Christiaan Grootaert, "Defining Social Capital: An Integrating View", **Social Capital: A Multifaceted Perspective**, Ismail Serageldin ve Partha Dasgupta (Eds.), Washington, D.C.: World Bank, 1999, pp.40-58; Paul J. Zak ve Stephen Knack, "Trust and Growth", **Economic Journal**, Vol.111, No.470, 2001, pp.295-321

²⁰⁸ Ji-Young Kim, "Bowling Together Isn't a Cure All: The Relationship between Social Capital and Political Trust in South Korea", **International Political Science Review**, Vol.26, No.2, 2005, p.195; Hüsnü Kapu, "Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü", **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt.22, Sayı.1, 2008, ss.259-288, s.259; Alejandro Portes, "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology", **Annual Review of Sociology**, Vol.24, 1998, p.18-19; Roger Patulny, "Social Capital Norms, Networks and Practices: A Critical Evaluation", **The Social Policy Research Centre Discussion Paper**, No.134, Sydney, June 2004, p.4-6

²⁰⁹ Sosyal sermaye kavramını dil açısından inceleyen çalışmalar, sermaye kavramının ekonomik kökenine dikkat çekmişlerdir. Bu nedenle sermaye kavramının kullanımı, topluma katılım ve siyasi katılımın bir tür ekonomik aktivite olduğunu iletmektedir. Kapitalizmden kökenlerini alan sermaye (kapital) kavramı, bireyselleşmenin, rekabetin büyük rol oynadığı bir ekonomik sistemden doğmakta, oysa sosyal sermayenin vurguladığı sosyal değerler bu kavramlardan oldukça uzağa düşmektedir. Fabio Sabatini, "Ben Fine (2001) Social Capital versus Social Theory: Political Economy and Social Science at the Turn of the Millennium", **Economic Notes by Banca Monte dei Paschi Siena SpA**, Vol.32, No.3, 2003, p.404; Stephen S. Smith ve Jessica Kulynych, "It May be Social, But Why is it Capital? The Social Construction of Social Capital and the Politics of Language", **Politics & Society**, Vol.30, No.1, 2002, p.149-150

²¹⁰ Burcu Özcan, Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011, s.36

²¹¹ Wendy Stone ve Jody Hughes, "What Role for Social in Family and How Does it Measure Up?", **Family Matters**, Vol.56, Winter 2000, p.24; Mustafa Ercan Kılıç ve Ali Koçyiğit, "Sosyal Sermayenin İnovasyon Üzerindeki Etkisinin Türkiye Açısından İncelenmesi: Mekânsal Ekonometrik Analiz" **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı.50, 2017, ss.95-20, s.97

²¹² Giles Mohan ve John Mohan, "Placing Social Capital", **Progress in Human Geography**, Vol.26, No.2, 2002, p.199

²¹³ Wendy Stone, Measuring Social Capital Towards A Theoretically Informed Measurement Framework For Researching Social Capital in Family And Community Life", **Australian Institute of Family Studies Research Paper** No.24, Melbourne, February 2001, p.5

uzlaştırıcı tatsız tuzsuz bir alternatif sunar²¹⁴. Buna karşılık kavramın iyi pazarlanmasını bir kusur olarak değerlendirmenin doğru olmadığını ve kapsam genişliğinin, aynı hikâyenin farklı yönlerinin anlatılmasından kaynaklandığını²¹⁵ ileri süren görüşler de söz konusudur. Ayrıca tüm farklı bakış açısı ve tanımlamalara rağmen, sosyal sermayenin değerli bir varlık olduğu ve değerinin, aktörlerin sosyal ilişkilerinden doğan kaynaklara erişebilmesinden ileri geldiğine dair görüş birliğinin olduğu ifade edilmektedir²¹⁶.

1.2.2. Sosyal Sermayenin Anlamsal Tarihi

17 ve 18. yüzyıllarda çeşitli düşünürler, açıkça sosyal sermaye terimini zikretmeseler de, kavramın anlamını temellendirecek görüşler sunmuşlar, sonraki çalışmalara zemin oluşturmışlardır. Thomas Hobbes²¹⁷ “fayda ilkesi”, John Locke²¹⁸ ve David Hume²¹⁹, “haz-elem ikilisi”, Hutcheson²²⁰ “ahlak aritmetiği”, Jeremy Bentham²²¹, “haz kalkülüsü”, gibi düşünceleriyle, bu zeminde önemli bir yer teşkil ederler. Adam Smith emek ve sermaye özelinde sosyal ilişkilerden ve bunların ekonomik faaliyetleri etkilediğinden “çıkar bağları ile birleşen, iş bölümünün giderek arttığı, kanun hâkimiyetine dayanan ve illa da demokratik olması şart olmayan bir sınıflı toplum” şeklinde²²² bahsederken, bilinçli erdem, erdemli davranışlar ve dürüstlüğü herkesin yararına olduğu (toplumsal refah) önermesiyle güven ve sosyal sermayeye işaret etmekteydi²²³. Max Weber de Smith’e paralel bir şekilde, sosyal etkinliğin değer ya da amaç bakımından yönünün rasyonel çıkarlar arasındaki bir uzlaşma ya da koordinasyona dayalı olduğu ölçüde toplumsallaşmanın

²¹⁴ Ben Fine, “Sosyal Sermaye”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, ss.307-328, s.309-314

²¹⁵ Michael Woolcock, “The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes”, **ISUMA Canadian Journal of Policy Research**, Vol.2, No.1, 2001, p.13; Martin Paldam, “Social Capital: One or Many? Definition and Measurement”, **Journal of Economic Surveys**, Vol.14, No.5, 2000, p.631

²¹⁶ Peter Moran, “Structural vs. Relational Embeddedness: Social Capital and Managerial Performance”, **Strategic Management Journal**, Vol.26, No.12, 2005, p.1129

²¹⁷ Harun Anay, “Jeremy Bentham’ın Etkisi ve Yararcılığın Çağdaş Arap Düşüncesine Girişi”, **Osmanlı Araştırmaları Dergisi**, Sayı.37, 2011, ss.99-138, s.108

²¹⁸ Metin Aydın, “Jeremy Bentham’ın Ahlak Anlayışı ve Felicific Calculus”, **II. Türkiye Lisanüstü Çalışmaları Kongresi- Bildiriler Kitabı III**, Bursa: Bursa Kültür AŞ, 6-8 Mayıs 2013, ss.601-615, s.604

²¹⁹ Adnan Güriz, **Faydacı Teoriye Göre Ahlâk ve Hukuk**, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları No 184, Ankara: Ajans Türk Matbaası, 1963, s.19

²²⁰ Ahmet Gürbüz, “Günümüz Batılı Politik Yaklaşımların Kökeni Olarak İngiliz Yararcılığı”, **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası**, Cilt.72, Sayı.1, 2014, ss.133-171, s.134

²²¹ Jeremy Bentham, “Ahlak ve Yasama İlkelerine Giriş”, Aysel Doğan (çev.), **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt.57, Sayı.4, 2008, ss.381-390, s.382

²²² Adam Smith, **Ulusların Zenginliği**, İkinci Cilt, M. Tanju Akad (çev.), İstanbul: Alan Yayıncılık, 2002, s.6

²²³ Mark Pennington, **Sağlam Politik Ekonomi, Klasik Liberalizm ve Kamu Politikasının Geleceği**, Atilla Yayla (çev.), Ankara: Liberte Yayınları, 2014, s.174-176; Stephen M. R. Covey ve Rebecca R. Merrill, **Güven: Her Şeyi Değiştiren Tek Şey**, Çulpan Erhan (çev.), 7.Baskı, İstanbul: Varlık Yayınları, 2014, s.341

olabileceğini ifade etmiştir²²⁴. Weber'in kullandığı ve statü gruplarının vazgeçilmez bir ögesi olarak değerlendirdiği ortak yaşam biçimi, karizma ve otorite, ekonomik ve toplumsal kalkınmada önemli bir unsur olarak ele aldığı ahlaki ve manevi motivasyon, zihniyet, kültür ve eylemin motivasyonu gibi kavramların, sosyal sermaye literatürünün birer parçası haline geldiği ileri sürülmektedir²²⁵. Buna karşılık Karl Marks, üretim ve tüketim arasındaki değişim sürecinde iki sınıf (burjuva ve proletarya) arasındaki ilişkileri incelerken, sınıf bilinci etrafında değerlendirdiği dayanışma fikrinin ve sosyal sermaye literatürü için çok önemli bir isim olan Bourdieu üzerindeki etkilerinin, kavrama giden yolda katkısı olduğu ileri sürülmektedir²²⁶.

Alexis de Tocqueville, ekonomik gücün temelinde resmi statü ve mükellefiyet bağlarının değil, insanları birbirine yakınlaştıran toplumsal bir tutkal niteliğindeki gönüllü kuruluşlardaki etkileşimin (zengin birlik sanatı) belirleyici olduğunu ifade ederken²²⁷, altmış yıl sonra Durkheim, “toplumu yan yana dizilmiş bir atomlar yığını değil (feodal dünyanın mekanik dayanışması), aksine, üyeleri, toplumsal değişimleri daha derin biçimde geleceğe aktaran toplumsal bağlarla birleşmiş bir yapı (kapitalizmin organik dayanışması)” olarak²²⁸ tanımlamıştır. Ferdinand Tönnies'in amaca dayalı toplulukları (cemaat) araçsal toplumlardan (cemiyet)²²⁹ ve Charles H. Cooley'in birincil ilişki (yüz yüze, samimi ve karşılıklı güvene dayanan) ve birincil gruplarla (aile, arkadaş grupları, çocukların oyun grupları ve komşuluk gibi platformlar) ikincil ilişki (gayri şahsi, yüzeysel, rasyonel

²²⁴ Max Weber, **Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı**, Özer Ozankaya (çev.), İmge Kitabevi, İstanbul, 1995, s.72

²²⁵ Abdullah Topçuoğlu, **Akrabalık ve Hemşehrilik İlişkilerinin Toplumsal Sermaye Değeri**, Konya: Çizgi Kitabevi, 2003, s.20

²²⁶ Mustafa Kemal Şan ve Rıdvan Şimşek, “Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel-Sosyolojik Arkapları”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, Ocak 2011, ss.88-110, s.91

²²⁷ Mustafa Kemal Şan, “Bilgi Toplumuna Geçişte Sosyal Sermayenin Taşıdığı Önem ve Türkiye Gerçeği”, **5. Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Sakarya, 03-05 Kasım 2006, ss.113-139, s.116; Emrullah Türk, “Sosyolojik Düşünce Sosyal Sermaye Tartışmaları: Pierre Bourdieu ve James Samuel Coleman Bağlamında Karşılaştırmalı Bir Analiz”, **Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2017, ss.127-149, s.131

²²⁸ Durkheim'a göre bireyler, müşterek değer, norm ve inançların düşünsel bütünlüğü olarak kendini empoze eden ve bizi birbirimize yakınlaştıran toplumsal bağların bir öznesidir. Bu bağlar, karşılıklı sorumlulukların ve kişiden kişiye kurulan niteliksel ilişkilerin dünyasını temsil etmektedir ve ortak inanış ve değerler, toplumda iç bütünlüğü ve düzeni sağlayan bir tür zamlık görevi üstlenmektedir. Derek Layder, **Sosyal Teoriye Giriş**, Ümit Tatlıcan (çev.), İstanbul: Küre Yayınları, 2006, s.19; John Field, **Sosyal Sermaye**, Bahar Bilgen ve Bayram Şen (çev.), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2003, s.16; Aynur Özügür, “Sosyal Sermaye: Kamunun Trajedisi ya da Emelin Sömürgeleştirilmesinde Yeni Bir Eşik”, **Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı.12, 2006, ss.188-213, s.193

²²⁹ Hülya Eşki Uğuz, **Sosyal Sermaye: Kişisel ve Kurumsal Gelişmeye Farklı Bir Yaklaşım**, Ankara: Orion, 2010, s.22; Mustafa Kemal Şan ve Handan Akyiğit, “Sosyal Sermaye Tartışmaları ve Türkiye’de Sosyal Sermayenin Ölçülmesi Sorunu”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.34, 2015, ss.123-134, s.124; Cumhur Günkör ve M. Çağatay Özdemir, “Sosyal Sermaye ve Eğitim İlişkisi”, **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt.15, Sayı.1, 2017, ss.70-90, s.74

ve çıkarıcı) ve ikincil grupları (dernekler, özel veya resmi kuruluşlar, sendikalar) ayırma çalışmalarında²³⁰, benzer noktalardan hareket edilmiştir²³¹. Simmel'in üyelerle etkileşim-grup normları-eylemler ilişkisi²³², Thorstein Veblen'in insan doğası, sosyal ilişkiler, kültür ve ekonomik kalkınma bağlantıları²³³ ve J. J. Rousseau'nun Thomas Hobbes'dan esinlenerek ortaya koyduğu "toplumsal sözleşme" kavramları da²³⁴ sonrasında sosyal sermaye kavramı çerçevesinde sıkça değerlendirilecek diğer önemli katkılardır.

1.2.3. Sosyal Sermayenin Kavramsal Tarihi

Sosyal sermaye kavramını bugünkü anlamında kullanan ilk kişi olan Hanifan²³⁵ (1916) sosyal sermayeyi "toplumsal birimi oluşturan bireyler, gruplar ve aileler arasındaki iyi niyet, dostluk, karşılıklı sempati ve sosyal ilişkiler" olarak tanımlamıştır²³⁶. Hanifan'dan tam 40 yıl sonra kavramın yeniden gündeme gelmesi, Kanadalı kent sosyologları Seeley ve diğerlerinin eyalet başkanlarının yükselmesinde sosyal sermayenin rolünü inceledikleri "Crestwood Heights: A Study of the Culture of Suburban Life" adlı çalışmasında gerçekleşmektedir²³⁷. Daha sonra 1958 yılında Banfield tarafından Güney İtalya'nın geri kalmışlığının nedenleriyle bağlantılı olarak ve 1961 yılında Homans tarafından sosyal etkileşim teorisiyle bağlantılı bir çalışmada kullanılmıştır²³⁸. Sonraki 60'lı yıllarda ise Jacobs 'Büyük Amerikan Şehirlerinin Ölümü ve Yaşamı' adlı eserinde modern metropollerde komşuluk

²³⁰ Ahmet Koyuncu, "Sosyoloji Kuramlarında Kent", **Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, Sayı.25, 2011, ss.31-56, s.37; Mustafa Kemal Şan ve Rıdvan Şimşek, s.92; Merve Paçacı ve Ramazan Erdem, "Örgütlerde İnfomal Roller Üzerine Kavramsal Bir İnceleme", **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.2, Sayı.33, 2019, ss.1-28, s.11

²³¹ Ayrıca, toplumun birey üzerindeki etkisini vurgulayan Cooley'in ayna benlik kavramı, kişisel benliğin toplumsal yaşam sonucu oluştuğunu göstermekte ve günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Bkz: Ayşın K. Turhanoglu, "Toplumsal Gruplar", **İnsan ve Toplum**, Nadir Suğur (der.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 2011, ss.2-23, s.5

²³² Hülya Eşki, Sosyal Sermaye –Önemi, Üretimi ve Ölçümü- Üzerine Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2009, s.6

²³³ Cihat Erbil, Sosyal Sermayeye Örgütsel Yaklaşım: Bir Model Önerisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2008, s.5

²³⁴ Jean-Jacques Rousseau, **Toplum Sözleşmesi**, M. Tahsin Yalın (çev.), İstanbul: Betik Yayınları, 2004, s.28

²³⁵ Alfred Marshall, 1890'da sosyal sermayeyi farklı bir anlamda kullandı. Bkz: Seda Kılıç, Sosyal Sermayenin Koruyucu Aile Hizmet Modelindeki Yeri ve Bu Alanda Yapılan Akademik Çalışmaların Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova, 2018, s.14

²³⁶ İsmail Kitapçı, "Sosyal Sermayenin Kamusalılığından Sosyal Sermaye Başarısızlığına: Teorik Bir Perspektif", **Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt.15, Ek Sayı.1, Aralık 2017, ss.78-100, s.80; Oktay Kızılkaya, "Sosyal Sermayenin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Potansiyel Etkisi: Türkiye İçin Yapısal Kırımlı Eşbütünleşme Analizi", **Sosyoekonomi Dergisi**, Cilt.25, Sayı.33, 2017, ss.175-194, s.177

²³⁷ Özge Özgören, Sosyal Sermaye, Eğitim ve Sivil Toplum İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014, s.2

²³⁸ Nurettin Tüysüz, **Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması**, Ankara: Kalkınma Bakanlığı Yayını, 2011, s.9

ilişkilerinin kolektif değerine vurgu yapmak için sosyal sermaye kavramından bahsetmiştir²³⁹.

Sosyolog Ivan Light da “Ethnic Enterprise in America” adlı eserinde “sosyal sermaye” terimini 1970’lerde sosyal bağlantılardan ve güven bağlarından yoksun varoşların ekonomik gelişmesinin problemlerini analiz etmek için kullanmıştır²⁴⁰. 1977’deyse Glenn Loury, neoklasik iktisat teorisinde insan sermayesinin açıklanabilmesi için “sosyal sermaye” olarak adlandırılan farklı bir sermaye çeşidinin de analiz edilmesi gerekliliğini dile getirmiştir²⁴¹. 1970-80’li yıllarda, Becker ve Granovetter’in çalışmaları da sosyal sermayenin kavramsallaştırılmasında önemli katkılar sağlamıştır. Becker’in ekonomik yaklaşımı, hem piyasa hem de piyasa dışı insan davranışlarını rasyonel seçim (maksimizasyon, piyasa dengesi) kuramı çatısı altında inceleyerek (diğer sosyal bilimler üzerinde) iktisadın emperyalizmini geliştirmiş, sosyal sermaye teorisinin alt yapısına katkı sağlamıştır²⁴². Buna karşılık, Granovetter’in **gömülmüşlük** savına göre; “iktisadi açıdan incelenen davranış ve kurumlar, sürdürülen sosyal ilişkiler tarafından belirlenmekte” ve sınırları çizilmektedir²⁴³. Ayrıca, fiziksel ve finansal gibi maddi sermaye çeşitleri dışında açıklanan ilk sermaye türü olan beşerî sermaye olgusu, 1960’larda T. W. Schultz ve Gary Becker’in çalışmalarıyla literatüre girmiş olsa da kavramın kökenine inildiğinde 1930’lu yıllarda Endüstride Beşerî Münasebetler isimli akımın beşerî ve sosyal sermaye kavramlarına entelektüel anlamda temel oluşturduğu görülmektedir²⁴⁴.

Kavrama olan ilginin seksenli ve doksanlı yıllarda oldukça artmış olmasının arka planında, bu yıllarda siyaset üretenlerin (Thatcher, Reagan, vd.) ve geleneksel sosyal bilimin aşırı bireyselliğine bir tepki ve toplumsal birlikteliğe karşı gelişen bir özlemin payının olduğu ileri sürülmektedir²⁴⁵. Alışkanlıklar ve geleneklerde süre

²³⁹ Jane Jacobs, **The Death and Life of Great American Cities**, Reissue Edition, New York: Vintage, 1992

²⁴⁰ A. Serap Tunçer, “İnsan Kaynakları Yaklaşımının Sosyal Sermaye Düzeyine Etkileri”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.24, 2016, ss.27-43, s.28

²⁴¹ James DeFlippis, “The Myth of Social Capital in Community Development”, **Housing Policy Debate**, Vol.12, No.4, 2001, ss.781-806, s.783-784

²⁴² Gary S. Becker, **The Economic Approach to Human Behavior**, Chicago: University of Chicago Press, 1976, s.3

²⁴³ Mark S. Granovetter, “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, **American Journal of Sociology**, Vol.91, No.3 November 1985, p.487

²⁴⁴ Halil İbrahim Aydın, Sosyal Sermaye- Ekonomik Kalkınma İlişkisi: Avrupa Birliği Ülkeleri Üzerine Panel Regresyon Analizi, **Doktora Tezi**, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat, 2015, s.68

²⁴⁵ Mesela Etzioni, toplulukçuluğun Reagan ve Thatcher’in laissez faire siyasetine meydan okuduğunu ve birey ile devlet arasında orta bir temeli destekleme amaçlı olduğunu savundu. Bkz: Joshua George Barton, *Corrective Critiques and Measuring Social Life: Social Capital in Political Communitarianism and Academia*, A thesis submitted in fulfilment of the requirement for the degree of **Doctor of Philosophy**, Victoria University of Wellington, 2016, s.46

gelen erozyon, kamusal ile özel arasındaki sınırların bulanıklaşması, yeni iletişim araçlarının patlaması gibi problemlerin çözümü için yeniden toplum olma fikri ve ideali, sosyal sermaye kavramı etrafında canlanmıştır²⁴⁶.

Farklı paradigmalardan yapılan farklı tanımlar kargaşa yaratsa da ortak vurgular; sosyal ilişkiler, karşılıklılık, normlar, güven, dayanışma, gelenekler, topluluk ruhu, sosyal erdemler ve bunların getirdiği bireysel ve toplumsal faydalardır²⁴⁷. Sosyal sermayenin gözden geçirilmiş ilk kuramsal sosyolojik analizi ekonomik, kültürel, sosyal ve sembolik sermaye ayrımıyla Pierre Bourdieu'ya aittir. Bourdieu sosyal sermayeyi daha çok, egemen sınıfın bir dayanışma biçimi (ekonomik rasyonellik) olarak görmüştür²⁴⁸. Ancak kavramın günümüzdeki popülerliği, 1990'lı yıllarda ünlü sosyal bilimci Robert Putnam'ın (sivil sorumluluk) çalışmalarıyla başlamıştır²⁴⁹.

Her ne kadar bazı toplulukçular kuşkuyla yaklaşırsa²⁵⁰ da toplumsal bağ, güven ve yüz yüze ilişkileri sarsan, endüstriyel toplumun bireyi üretim ve tüketim elemanına indirgeyen yaklaşımı sosyal sermaye kavramsallaştırmalarını hazırlayan koşullardır. Bireyselleşmenin bir problem alanı olarak belirmesi, toplumsal tutkallar arama çalışmalarını hızlandırmıştır. Sosyal sermaye kavramı da bu noktada toplumsal birlikteliği sağlayan ortak değer ve geleneklerin, muhafazakâr bir geçmişe dönüş nostalgisi²⁵¹ yerine, modern toplumdaki muadillerinin keşfini (toplumsalın yeniden ama yeni bir biçimde keşfi) simgeleyen bir kavram olarak ortaya çıkmıştır²⁵². Coleman (beşeri sermaye) ve Fukuyama (güven), alandaki diğer önemli isimlerdir²⁵³.

²⁴⁶ Humnath Bhandari and Kumi Yasunobu, "What is Social Capital? A Comprehensive Review of the Concept", **Asian Journal of Social Science**, Vol.37, No.3, 2009, pp.480-510, p.480

²⁴⁷ Şenol Baştürk, Türk Toplumunda Sosyal Sermaye, Toplumsal Ağlar ve Sosyal Hareketlilik, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2011, s.51

²⁴⁸ Pierre Bourdieu, "The Forms of Capital", **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**, John G. Richardson (ed.), New York: Greenwood Press, 1986, p.243-244

²⁴⁹ Robert D. Putnam, **Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy**, New Jersey: Princeton University Press, 1993

²⁵⁰ Etzioni, Putnam'ın fazilet olarak nitelendirdiğinin bireysel çıkara dayalı karşılıklılık normu olduğunu ve toplulukçuluğun ahlaki norm anlayışından farklı olduğunu belirtir. Toplumsal grupların kişilerde oluşturduğu etik yaklaşımın zayıf olduğu önermesiyle "birlikte bowling oynamak önemsiz bir iştir" diye küçümser. Bkz: Amitai Etzioni, "On Social and Moral Revival", **The Journal of Political Philosophy**, Vol.9, No.3, 2001, p.361-362

²⁵¹ Hem toplulukçu (communitarian) düşünce, hem de sosyal sermaye yaklaşımı; her ikisi de sosyal birlik ve dayanışmanın yalnızca bireysel çıkar bazında oluşturulamayacağını ve bireysel çıkarın ötesinde kişiler arasında ahlaki bir bağın gerekli olduğunu kabul eder ancak toplulukçu teori eskide kalan ortak ahlaki gelenek için hayıflanırken sosyal sermaye görüşü daha realist bir tavır benimseyerek günümüz için daha olası bir seçeneği ele alır. Bkz: Zeynel Abidin Kılınc, "Yurttaşlık Ahlakı Olarak Sosyal Sermaye", **Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı.2, 2010, ss.1-37, s.33

²⁵² Mustafa Kemal Şan ve Rıdvan Şimşek, s.101

²⁵³ Hamid Ebrahimi, İstanbul'da Yükseköğrenim Gören Öğrenciler Örneğinde Sosyal Sermaye- Siyasal Katılım İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.13

1.2.4. Sermaye Çeşitleri ve Sosyal Sermayeye İlişkileri

Sermaye en genel haliyle, kazanç yaratmak amacıyla üretime sokulan tüm kaynakları ifade etmekle beraber neoklasik iktisat teorisinde sermayenin farklı formlarda ele alındığı görülür²⁵⁴. Literatürde teknolojik sermaye, politik sermaye, olumlu psikolojik sermaye, doğa sermayesi, zaman sermayesi, bilgi sermayesi, manevi/ruhsal sermaye gibi pek çok farklı sermaye çeşitleri mevcuttur²⁵⁵. Aşağıda bunlardan belli başlı olanları, sosyal sermayeye ilişkileri temelinde açıklanmaktadır.

Ekonomik ve Fiziksel Sermaye: Ekonomik (finansal) sermaye birey veya örgütlerin sahip oldukları nakdi veya ayni değerlere tekabül etmektedir. Anında ve doğrudan paraya çevrilebilir ve mülkiyet hakları biçiminde kurumsallaştırılabilir²⁵⁶. Finansal sermayeye sahip olmak fiziksel sermayeye sahip olma olanağı sunmaktadır²⁵⁷. **Fiziksel sermaye** mikro açıdan operasyon sürecinde daha uzun süre kullanılabilen makine, teçhizat, bina gibi faktörlerden oluşmaktadır. Makro açıdan karayolu, demiryolu ve havayolu, barajlar ve elektrik şebekesi gibi altyapı yatırımları fiziksel sermaye kapsamında değerlendirilmektedir²⁵⁸. Sosyal sermaye ve entelektüel sermayenin yapısal kısmıyla alakalıdır.

²⁵⁴ Geoffrey M. Hodgson, "Varieties of Capitalism and Varieties of Economic Theory", **Review of International Political Economy**, Vol.3, No.3, 1996, pp.380-433

²⁵⁵ Cornelia Butler Flora, Community Dynamics and Social Capital, **Agroecosystems Analysis** Vol.43, Rickerl Diane ve Charles Francis (Eds.), American Society of Agronomy, Inc. Crop Science Society of America, Inc. Soil Science Society of America, Inc., 2004, pp.93-107; Andrew Carlson ve Alyssa M. Isaacs, "Technological Capital: An Alternative to the Digital Divide", **Journal of Applied Communication Research**, Vol.46, No.2, 2018, pp.243-265; Richard D. French, "Political Capital", **Journal of Representative Democracy**, Vol.47, No.2, 2011, pp.215-230; Fred Luthans ve Carolyn M. Youssef-Morgan, "Psychological Capital: An Evidence-Based Positive Approach", **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, Vol.4, 2017, pp.339-366; Jean-François Noël ve Martin O'Connor, "Strong Sustainability and Critical Natural Capital", Valuation for Sustainable Development, Martin Paul O'Connor ve Sylvie Fauchaux, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publisher, 1998, pp.75-97; Gregory W. Brown, Robert S. Harris, Wendy Hu, Tim Jenkinson, Steven N. Kaplan, David T. Robinson, "Can Investors Time Their Exposure to Private Equity?", **Kenan Institute of Private Enterprise Research** Paper No.18-26, January 22, 2020; Howard Baetjer and Peter Lewin, "Can Ideas be Capital: Can Capital be Anything Else?", George Mason University Mercatus Center Working Paper, No.83, 2007; Smita Roy Trivedi, **Evolution of the Concept of Capital- A Historical Perspective**, Munich Personal RePEc Archive University of Kalyani, MPRA Paper No.14208, 20 May 2009; Theodore Roosevelt Malloch, "Spiritual Capital and Practical Wisdom", **Journal of Management Development**, Vol.29, No.7/8, 2010, pp.755-759

²⁵⁶ Adem Palabıyık, "Pierre Bourdieu Sosyolojisinde Habitus, Sermaye ve Alan Üzerine", **Liberal Düşünce**, Cilt.16, Sayı.61-62, Kış-Bahar 2011, ss.121-141, s.134; Selman Yarcı, "Pierre Bourdieu'da Sosyal Sermaye Kavramı", **Akademik İncelemeler Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2011, ss.125-135, s.131

²⁵⁷ Jarmila Curtiss, Determinants of Financial Capital Use, Comparative Analysis of Factor Markets for Agriculture across the Member States Working Paper No.19, February 2012, p.2; Jennifer King Rice ve Robert G. Croninger, "Resource Generation, Reallocation, or Depletion: An Analysis of the Impact of Reconstitution on School Capacity", **Leadership and Policy in Schools**, Vol.4, No.2, 2005, pp.73-103, p.74

²⁵⁸ Mehmet Songur, Türkiye'de Beşerî Sermaye ve Fiziksel Sermaye Arasındaki İkame Olanakları: Translog Üretim Fonksiyonu Yaklaşımı", **Türkiye Ekonomi Kurumu Uluslararası Ekonomi Konferansı Kitabı**, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu, 2017, ss.1035-1050, s.1036

Entelektüel Sermaye ve Bileşenleri: Entelektüel sermaye, gelir yaratılmasına veya işletmenin değer kazanmasına katkı sağlayabilecek, kullanıma sokulabilen açık ve örtük bilgi, uzmanlık, maddi olmayan varlıklar (patent, isim hakkı, vb.) ve arge ve ağlarla transferden sağlanan deneyim ve diğer tecrübelerin bir birleşimidir²⁵⁹. Entelektüel sermayenin; beşeri ve yapısal sermaye, ilişki ve müşteri sermayesi, rekabetçi ve sosyal sermaye, tedarik kaynağı ve topluluk sermayesi, mevzuat ve anlaşma sermayesi²⁶⁰ gibi çok çeşitli unsurları sayılsa da genelde üçlü bir ayrım tercih edilir. Buna göre entelektüel sermaye; insan sermayesi (beşerî sermaye), organizasyonel (yapısal) sermaye ve ilişki sermayeden²⁶¹ oluşur. Entelektüel sermayenin alt bölümleri olan yapısal ve ilişki sermaye, sosyal sermaye kapsamında değerlendirilmektedir.

Yapısal sermaye, kuruluşun temel çalışma süreçleri, uygulamaları, rutinleri, nasıl yapılandırıldığını, politikaları, bilgi akışları ve veritabanlarının içeriği, liderlik ve yönetim tarzı, kültürü, teşvik programları, maddi (makine, teçhizat, bina, demirbaş, vb.) maddi olmayan (sınai ve fikri mülkiyet) kaynakları içerir²⁶².

İlişki sermaye; marka, imtiyaz hakkı, tedarikçiler, rakipler, müşteri ilişkileri ve etkileşimleri (güvenilir ve kaliteli hizmet sağlama, müşteri memnuniyeti ve sadakati ile kurum için bir değer oluşturan tüm dışsal unsurlar) gibi öğelerden oluşmaktadır²⁶³.

Beşerî Sermaye: Bireylerin sahip olduğu bilgi, beceri, tecrübe ve tutumların toplamı olan beşerî sermaye, bütünleştiği kişiden ayrı değerlendirilemediğinden, eğitim unsurunu da kapsar²⁶⁴. Finansal ve beşerî sermaye bireye aitken sosyal sermaye ilişki ağındaki taraflarca ortaklaşa paylaşılır²⁶⁵. Beşerî

²⁵⁹ Thomas A. Stewart, **Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations**, New York: Doubleday, 1997; Nick Bontis, William Chua Chong Keow ve Stanley Richardson, "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries", **Journal of Intellectual Capital**, Vol.1, No.1, 2000, p.87

²⁶⁰ Patrick H. Sullivan, **Value-Driven Intellectual Capital: How to Convert Intangible Corporate Assets Into Market Value**, New York: John Wiley & Sons Inc., 2002, p.5.

²⁶¹ İşletme bilimleri açısından bakıldığında, ilişki sermaye yerine müşteri sermayesi ifadesi de kullanılmaktadır.

²⁶² Bernard Marr, **Impacting Future Value: How to Manage your Intellectual Capital**, Published by The Society of Management Accountants of Canada, the American Institute of Certified Public Accountants and The Chartered Institute of Management Accountants, 2008, p.6

²⁶³ Wendi R. Bukowitz ve Ruth L. Williams, **The Knowledge Management Fieldbook**, London: Financial Times/Prentice Hall, 1999, s.77

²⁶⁴ Theodore W. Schultz, **Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research**. New York: The Free Press, 1971; Garry S. Becker, **Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis**, with Special Reference to Education. 3.Edition. Chicago: The University of Chicago Press, 1993, p.15

²⁶⁵ Ronald Burt, "The Social Structure of Competition", **Networks and Organizations: Structure, Form and Action**, Nohria Nitin ve Eccles Robert G. (Eds.), Boston: Harvard Business School Press, 1992, pp.57-91, p.58

sermayenin akılcı biçimde kullanılabilmesinin ve etkinliğinin arttırılabilmesinin sosyal sermayeye bağlı olmasından dolayı, bu iki sermaye türü birbirini tamamlayıcı özelliktedir²⁶⁶.

Kültürel Sermaye: Kültürel sermaye, geniş anlamıyla “eğitim ya da sosyalleşme sürecinde elde edilen birikimin toplamını” ifade eden bir kavramdır veya belirli bir grubun paylaştığı kültürel eğilim, tutum, inanç, gelenek, değer, iş yapma biçimi ve ifade neticesinde öğrendiği ya da edindiği beceriler olarak tanımlanabilir²⁶⁷. Kültürel sermaye kavramı; sözel ve iletişimsel yetenekler, genel kültür, estetik, eğitim seviyesi ve sistem hakkında bilgi gibi kapsamlı bir alana yayılmaktadır²⁶⁸. Kültürel sermaye, biçimsel eğitimle elde edilen ve diplomalarla nesnel bir görünürlüğe büründürülen “**okul sermayesi**” ile aileden kaynaklanan ve aile yaşantısı içinde kendiliğinden edinilen özelliklere tekabül eden “**miras kalan kültür sermayesi**” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır²⁶⁹. Kültürel sermaye içselleştirme, nesnelleştirme ve kurumsallaştırma olmak üzere üç şekilde işlemektedir²⁷⁰. Kültürel sermaye ile sosyal sermayenin ilişkisine bakıldığında, kültürel sermayenin sosyal sermayenin niteliğini belirlediği söylenebilir, çünkü sosyal ilişkiler ağının hangi kültürel göstergelerin benimsendiği gruplar arasında kurulacağını belirlemektedir. Dahası, belli kültürel değerler ve normlar üzerinde anlaşmış olmanın söz konusu ilişkiler ağındaki fikir ayrılıklarını engelleyeceği savunulmaktadır²⁷¹.

Akademik sermaye, öğretim üyesi yetiştirme kaynak, yönetim ve toplumsal araçlarına sahip olmayı ifade eder. Bir akademisyen; yeni öğretim üyelerinin seçimi, yetiştirilmesi, yönlendirilmesi gibi konularda ne kadar etkili ise,

²⁶⁶ Hayriye Atik, **Beşerî Sermaye, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme**, Bursa: Ekin Kitabevi, 2006, s.10

²⁶⁷ Yunus Emre Avcı ve Mehmet Yaşar, “Kültürel Sermaye Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, **International Journal of Social Science Research**, Cilt.3, Sayı.4, 2014, ss.65-76, s.67

²⁶⁸ David Swartz, **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi**, Elçin Gen (çev.), İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2013, s.111

²⁶⁹ Bourdieu, konuyla ilgili, habitus kavramına başvurur. İçselleştirilmiş anlamlı pratikleri ve anlam verici algılamaları ortaya çıkaran yatkınlıklar olarak tanımlanan habitus, bireyin genel kültür bilgisi, yeme ve içme, giyim tarzı, yürüyüş ve oturuş tarzı, ses tonu, vurgusu, konuşma örüntülerinin karmaşıklığı, bedensel jestler vb.de açığa vurulur. Bunların hepsi bir arada, bir kimseye kökenlerinin kazandırdığı alışkanlığı taşır. Bkz: Cengiz Yanıklar, “Kültürel Sermaye, Eğitim ve Toplumsal Tabakalaşma: Pierre Bourdieu’nün Yeniden Üretim Kuramına Eleştirel Bir Bakış”, **Sosyoloji Dergisi**, Sayı.22, 2010, ss121-138, s.125; Bent Olsen, “Does Cultural Capital Matter in Professional Settings? Educational Value Profiles among the Personnel in Kindergartens” **International Research in Early Childhood Education**, Vol.9, No.1, 2019, pp.1-22, p.7-9

²⁷⁰ Gerbert Kraaykamp and Koen van Eijck, “The Intergenerational Reproduction of Cultural Capital: A Threefold Perspective”, **Social Forces**, Vol.89, No.1, 2010, pp.209-231, p.210-211

²⁷¹ M. Sharon Jeannotte, “Singing Alone? The Contribution of Cultural Capital to Social Cohesion and Sustainable Communities”, **The International Journal of Cultural Policy**, Vol.9, No1, 2003, pp.35-49, p.41

onun o kadar akademik güce sahip olduğu söylenebilir²⁷². Bourdieu'ya göre üst sosyal sınıflardaki öğrenciler, ihtiyaç duyulan kültürel sermayeye zaten sahip olmakta ve eğitim ortamına bu birikimle gelmektedirler. Bu üstünlük, öğrencinin eğitim kurumuyla ilişki kurmasına ve akademik ve eğitsel performansına yansımaktadır. Dolayısıyla bu etki süreç ilerledikçe akademik sermayeye ve akademik sermaye de nihayetinde ekonomik sermayeye dönüşmektedir²⁷³.

1.2.5. Sosyal Sermayenin Tanımı ve Özellikleri

Sosyal sermaye literatürüne önemli katkıları olan Fukuyama, kavramı kısaca; “iki ya da daha fazla birey arasındaki işbirliğini destekleyen somutlaşmış gayri resmi form” olarak tanımlamaktadır²⁷⁴. Ona göre sosyal sermaye, “bir toplumda ya da onun bazı bölümlerinde güven duygusunun hâkim olması ile ortaya çıkan” bir yetidir²⁷⁵. Putnam, sosyal sermayeyi; “bireyler ve sosyal ağlar arasındaki ilişkiler, davranış normları ve güvenilirlik” olarak ifade etmektedir²⁷⁶. Putnam, sosyal sermaye ve sivil toplum kavramlarını neredeyse eşanlamlı olarak kullanmaktadır.

Bourdieu, toplumsal yükümlülükler ve bağlantılardan oluşan, belirli şartlar içinde ekonomik sermayeye çevrilebilir ve çeşitli biçimlerde (bir soyluluk unvanı gibi) kurumsallaştırılabilir olan sermayeyi sosyal sermaye olarak adlandırmaktadır²⁷⁷. Yine alandaki bir diğer önemli isim Coleman'a göre ise “bazı sosyal yapıları içeren ve içinde yer alan kişi ya da kurumların belirli faaliyetlerini kolaylaştıran, ortak özelliklere sahip çeşitli varlıklar” türüdür²⁷⁸. Bu bağlamda

²⁷² Hasan Bacanlı, “Aynı Mahalleden Olmak”, **Gazi Üniversitesi Türkiye’de Değişim Sempozyumu**, Ankara, 6-9 Aralık 2010, ss.51-56, s.53

²⁷³ Sosyal ve kültürel sermayesi yüksek ailelerden gelen bireyler, sosyal ve kültürel sermayesi düşük olan ailelerden gelen bireylere göre okullarda daha başarılı olmakta ve eğitim aracılığıyla sosyal konumunu sağlamlaştırmaktadır. Celal İnce, Sosyal Sermaye ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Bir Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2014, s.2; Cumhur Günkör ve M. Çağatay Özdemir, s.79

²⁷⁴ Fransis Fukuyama, “Sosyal Sermaye ve Sivil Toplum”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, ss.143-170, s.144

²⁷⁵ Fukuyama, güven ve sosyal sermaye kavramlarını neredeyse eş anlamlı olarak kullanır. Bkz: Piraye Katipoğlu, Tarımda Ekonomik, Beşerî ve Sosyal Sermayenin Kırsal Kalkınmada Önemi, **Yüksek Lisans Tezi**, Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın, 2019, s.15; Fransis Fukuyama, “Social Capital, Civil Society and Development”, **Third World Quarterly**, Vol.22, No.1, 2001, p.8

²⁷⁶ Robert D. Putnam, **Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community**, New York: Simon and Schuster, 2000, s.18-19

²⁷⁷ Pierre Bourdieu, “Sermaye Biçimleri”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, s.45-75, s.49

²⁷⁸ Burada “bazı sosyal yapılar” ve “belirli faaliyetler” ifadeleri önemlidir, çünkü Coleman'a göre belli bir eylemi kolaylaştıran, fayda sağlayan sosyal sermaye biçimi diğer kişiler bağlamında yararsız hatta zararlı bile olabilmektedir. Bkz: James S. Coleman, “Beşerî Sermayenin Yaratımında Sosyal Sermaye”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, s.77-83

sosyal sermaye, gerçek ve muhtemel kaynakların içinde gizli olan, sosyal birlikteliğe yerleşmiş varolan ilişkiler açısından, güven başta olmak üzere türetilen birikimlerin toplamını içermektedir²⁷⁹.

Toplumun sosyal etkileşiminin nitelik ve niceliğine şekil veren, gruplar arasındaki işbirliğini kolaylaştıran ağlar, kurumlar, ilişkiler, değerler ve normlardır²⁸⁰. Diğer yandan, sosyal eylemin gerçekleştirilmesinde ihtiyaç duyulan toplumsal yapılar ve ağlar; bunların içindeki güvenilirlik ve karşılıklı ilişkiler gibi normatif içerikler ve bunlar aracılığıyla elde edilen kolektif eylemlerin sonuçları anlamına da gelir²⁸¹.

Bourdieu, sosyal sermayeyi elit bir grup tarafından birlikte bulundukları kişilere karşı yarış içindeyken kullanılan bir değer olarak görerek sosyal sermayeyi bir yönü ile ele almış ve Marksizm'in kaynaklara ulaşmadaki eşitsizlik sorunu üzerine odaklanmıştır. Coleman, bireylerin kendi çıkarlarını sürdürebilmek adına rasyonel davrandıkları fikrini kabul etmiş ve sosyal sermayenin göreceli olarak dezavantajlı olanlara da bir kaynak olarak hizmet ettiğini belirtmiştir. Putnam bu kavramı daha da genişleterek, sosyal seviyede çalışan bir kaynak olarak görerek cemiyet, STK gibi sosyal faaliyetlerin sosyal bütünleşmenin ve bolluğun esası olduğu fikrini savunmuştur²⁸².

Sosyal sermayenin özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir²⁸³;

Sosyal sermaye istikbal umutları yönünde yatırım yapılan bir kaynaktır. Dış münasebet bağları kurma çabasında olan kişiler ve toplu oyuncular sosyal sermayelerini yükseltebilir; bilgi, nüfuz ve hüviyet kazanma hakkını elde edebilirler ve kendi içsel münasebetlerini artırma yönünde yatırımda bulunurken, sosyal aktörler kendi sosyal kimliklerini kuvvetlendirebilir ve sosyal eylem için

²⁷⁹ Famil Şamiloğlu, **Entelektüel Sermaye**, Ankara: Gazi Kitapevi, 2002, s. 154; M. Kemal Kuşçu, İş Yaşamında Sosyal Sermayenin Çalışanın Fiziksel ve Ruh Sağlığındaki Yeri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2006, s.12

²⁸⁰ Habib Karaçay, Sosyo-Ekonomik Kalkınmada Fiziki, Beşeri ve Sosyal Sermaye: Vakıflar Genel Müdürlüğü Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008, s.22

²⁸¹ Sanjeev Prakash ve Per Selle, "Introduction: Why Investigate Social Capital?", **Investigating Social Capital: Comparative Perspectives on Civil Society, Participation and Governance**, Sanjeev Prakash ve Per Selle (Eds.), London: Sage Publications, 2004, p.18

²⁸² Semin Çağdaş Tuba İnal Çekiç, Kırsal Kalkınma Açısından Sosyal Sermayenin Öğeleri: Şanlıurfa-Hilvan Örneği, **Doktora Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009, s.29; Buket Gültepeataç Ayalp, Sosyal Sermaye ve Değer İlişkisi: Özel Bir Lise Örneği, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2010, s.73

²⁸³ KOSGEB, **Ekonomik Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü**, Ankara: Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Müdürlüğü, Mart 2005, s. 9; Aygül Turan, Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşma Tutumuna Etkisi: Motivasyonun Bu Etkideki Rolü Üzerine Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.37-39

potansiyellerini arttırabilirler. Tek bir bireyin tasarrufunda değil ilişkilerde gömülü²⁸⁴ olarak yer almaktadır²⁸⁵.

Sosyal sermaye bilgi ve öneri almak gibi farklı gayelerle değerlendirilebilir. Diğer sermaye çeşitlerine dönüştürülebilir; toplumsal ağlar içerisindeki birinin konumundan kaynaklanan üstünlükler, iktisadi veya diğer konulardaki üstünlüklere dönüşebilir. Sosyal sermaye diğer kaynakların yerine geçebilir veya onları tamamlayabilir. Mesela sosyal sermaye işlem maliyetlerini düşürerek, iktisadi sermayenin verimliliğini geliştirebilir²⁸⁶.

Sosyal sermayenin muhafaza edilmeye ihtiyacı vardır. Toplumsal bağlar dönemsel olarak güncellenmeli ve yeniden onaylanmalıdır. Yoksa etkinliğini kaybeder. Bunun yanında, sosyal sermayenin değer yitirme derecesi öngörülemez. Bunun sebepleri araştırıldığında, öncelikle; sosyal sermayenin yararlanıldıkça değer yitirmemesine karşılık, kullanılmadığı zaman değerinin azalmasıdır. İkinci olarak; bazen sosyal sermaye, muhteviyatında gerçekleştirilen değişimlerle önceye çevrilebilir. Ancak bunun gerçekleşme derecesi öngörülemez ve geri dönüş oranı düşüktür²⁸⁷. Sosyal sermaye topluluğun müşterek malıdır²⁸⁸. Özel mülkiyet değildir. Sosyal sermaye kullanımı rekabet içermemektedir²⁸⁹, kullanımla azalmamaktadır, ancak onun kullanımı dışlayıcıdır. Yani bazı birey veya örgütler belirlenen ilişkiler ağından dışlanabilir²⁹⁰. Sosyal sermaye aktörlere değil, onların birbiriyle olan

²⁸⁴ **Sosyal Kaynaklar Yaklaşımının** gelişimi, 1970'lerin sonu 1980'lerin başında ortaya çıkan Sosyal Sermaye Kuramı ile paralel fakat bağımsız bir şekilde ilerlemiştir. Lin, bir bireyin elde edebileceği ve kullanabileceği iki tür kaynaktan bahsetmektedir: Kişisel kaynaklar ve sosyal kaynaklar. **Sosyal kaynaklar** kavramı iki bileşeni içermektedir: Sosyal ilişkiler ve bu ilişkilerde gömülü bulunan kaynaklar. Lin, **sosyal sermayeyi**; amaçlı eylemlerde ulaşılabilen ve/veya harekete geçirilebilen sosyal bir yapıda gömülü olan kaynaklar olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre, sosyal sermaye tanımı üç bileşeni içermektedir. Bunlar: Sosyal bir yapıdaki gömülü kaynaklar, bireyler tarafından bu kaynaklara ulaşılabilirlik (olanaklar) ve bireyler tarafından amaçlı eylemlerde bu kaynakların kullanımı veya harekete geçirilmesidir. Nan Lin, "Social Networks and Status Attainment", **Annual Review of Sociology**, Vol.25, 1999, p.471; Nan Lin, **Social Capital: A Theory of Social Structure and Action**, New York: Cambridge University Press, 2001, p.21; Nan Lin, Walter M. Ensel ve John C. Vaughn, "Social Resources and Strength of Ties: Structural Factors in Occupational Status Attainment", **American Sociological Review**, Vol.46, No.4, 1981, p.395; Nan Lin, "Building a Network Theory of Social Capital", **Connections**, Vol.22, No.1, 1999, p.35

²⁸⁵ Eric L. Lesser, "Leveraging Social Capital in Organizations", **Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications**, Massachusetts: Butterworth-Heinemann, 2000, p.8

²⁸⁶ Stephen Knack, "Social Capital, Growth, and Poverty: A Survey of Cross-Country Evidence", **Social Capital Initiative Working Paper 7**, Washington: World Bank Social Development Department, 1999, s.5-7; Hülya Ağcasulu, "Sosyal Sermaye Kavramı ve Temel Bakış Açılarının Karşılaştırılması", **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, Cilt.8, Sayı.17, 2017, ss.114-129, s.117; Pierre Bourdieu, 1986, p.245

²⁸⁷ Paul S. Adler ve Seok-Woo Kwon, "Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly", **Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications**, Eric L. Lesser (Ed.), Boston: Butterworth-Heinemann, 2000, p.93-94

²⁸⁸ Pippa Norris, **Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism**, New York: Cambridge University Press, January 2000, p.2

²⁸⁹ Asuman Altay, "Bir Kamu Malı Olarak Sosyal Sermaye ve Yoksulluk İlişkisi", **Ege Akademik Bakış**, Cilt.7, Sayı.1, 2007, ss.337-362, s.346

²⁹⁰ Sevgi Baysal Balcı, "Dünya Bankası Perspektifinden Sosyal Sermaye ile Kalkınma Yaklaşımları", **Planlama Dergisi**, Cilt.25, No.1, 2015, ss.1-7, s.2

münasebetine odaklanmıştır. Kimsenin sosyal sermaye üzerinde bireysel mülkiyeti bulunmamaktadır²⁹¹.

1.2.6. Sosyal Sermayenin Kaynakları ve Belirleyicileri

Örgüt kültürü ve insan unsuru, sosyal sermayenin dayanaklarıdır²⁹². Sosyal sermayenin kaynaklarını aile ve akrabalar, arkadaşlar, STK'lar, işletmeler, devlet kurumları, etnik ve toplumsal gruplar oluşturmaktadır²⁹³. Ayrıca gelir adaleti, hak, hukuk, eşitlik, güven, komşuluk, arkadaşlık gibi kavramlar, sosyal sermayeye olumlu katkı yapmaktadır²⁹⁴. Güven, aidiyet, sadakat (devamlılık bağımlılığı, duygusal ve normatif bağlılık) ve topluluk, sosyal sermayenin unsurları arasında sayılmaktadır. Bunların yanı sıra, zaman ve coğrafi yakınlık da sosyal sermayeye katkısı olan kaynaklardır²⁹⁵. Sosyal sermayenin tasarım modeline göre hiyerarşik ve piyasa ilişkilerinden etkilenen sosyal ilişkiler, tarafların fırsat algısı, motivasyon ve yetenekleriyle birleşerek sosyal sermayeye dönüşmekte, tamamlayıcı yetenekler, görevler ve sembolik risklerle birleşerek değeri ortaya çıkarmaktadır²⁹⁶.

Sosyal sermayenin belirleyicileri çeşitli kaynaklarda farklı şekillerde ifade edilmekteyse de başlıca beş grup altında toplanabilir. Bunlar²⁹⁷; a) Kişisel özellikler (yaş, cinsiyet, etnik yapı, sağlık, vb.), b) Ailevi özellikler (ilişki durumu, medeni hal, çocuk sahipliği, vb.), c) Kaynaklar (eğitim, meslek, gelir, konut sahipliği, vb.), d) Tavırlar ve değerler (farklılıkları hoş görme, paylaşılan değerler, vb.) ve e) Yaşam çevresinin özellikleri (kırsal/kentsel, ortalama sosyo-ekonomik düzey, yaşanılan yerde ağların payı, yaşanılan yerin güveni, vb.).

²⁹¹ Adnan Özyılmaz, "Sosyal Sermaye", **Güncel Yönetim ve Organizasyon Yaklaşımları**, Adnan Özyılmaz ve Ferit Ölçer (eds.), Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2008, ss.395-428, s.399

²⁹² John Durston, **Building Social Capital in Rural Communities**, Chicago: LASA, 1998

²⁹³ Australian Bureau of Statistics, **Social Capital and Social Wellbeing**, Australian Bureau of Statistics Discussion Paper, Commonwealth of Australia, 2002 p.8

²⁹⁴ Aslı Nur Düzgün, Türkiye'deki Suriyeli Göçmen Kadınların Savaş Öncesi ve Sonrası Sahip Oldukları Sosyal Sermaye Değişiminin Araştırılması, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.29-30

²⁹⁵ Sarah Earchy, Social Capital, Social Exclusion and Understandings Of Community in An Urban and A Rural Context, Thesis submitted for the degree of **Doctor of Philosophy**, School of Human Sciences of University of Surrey, 2005; Sungmin Kang ve Youn Kue Na, "The Effect of the Relationship Characteristics and Social Capital of the Sharing Economy Business on the Social Network, Relationship Competitive Advantage, and Continuance Commitment", **Sustainability**, Vol.10, No.7, 2018, pp.1-22

²⁹⁶ Paul S. Adler ve Seok-Woo Kwon, "Social Capital: Prospects for a New Concept", **The Academy of Management Review**, Vol.27, No.1, 2002, pp.17-40, p.24

²⁹⁷ Wendy Stone ve Jody Hughes, "Measuring Social Capital: Towards a Standardised Approach", **Australasian Evaluation Society International Conference**, Wollongong Australia: Australian Institute of Family Studies, October-November 2002, p.4

Sosyal sermayenin oluşumunu etkilen bireysel faktörler; bireysel farklılıklar ve kişiliktir²⁹⁸. Bireyler arası ilişkilerin nitelik ve boyutlarına göre sosyal sermaye yapısal (ağlar, roller, kurallar ve içtihatlar), ilişkisel (güven, normlar ve yükümlülükler) ve bilişsel (ortak dil, kodlar, hikâyeler) olmak üzere üç başlık altında incelenmektedir²⁹⁹. Örgütsel sosyal sermayenin boyutlarıysa yapısal (iletişim ağları ve ağ yapılarıyla uygun örgüt anlayışı), ilişkisel boyut (örgütsel güven, örgütsel normlar ve özdeşleşme) ve bilişsel boyut (ortak dil ve hikâyeler) olarak incelenmektedir³⁰⁰.

1.2.7. Sosyal Sermayenin Öğeleri (Bileşenleri)

Güven: Güven, karşı tarafın gelecekteki eylemleriyle ilgili beklentilerin, tahminlerin, inanışların yapıcı, yararlı olacağı ya da en azından olumsuz olmayacağı inanışıdır³⁰¹. Güven, sosyal sermayenin bir ön şartı, bir delili, bir çıktısı, ondan sağlanan fayda olduğu kadar, diğer faydaların edinilmesini sağlayan faktörlerden biridir³⁰².

Sosyal sermaye açısından güven kavramı kişiler arası işbirliğini kolaylaştırıcı bir norm olarak da ifade edilebilir. Aynı zamanda hem bireysel hem de kurumsal ilişkilerde önemlidir³⁰³.

Risk, genellikle güvene dayalı ilişkilerin başlıca özelliklerinden biridir. Güvenen taraf, diğerine, kendisi için önemli bazı konularda belirli düzeyde kontrol olanağı verir ve kişilerin niyetlerini okumanın imkansızlığından dolayı zarara açık

²⁹⁸ Uğur Bakan, Bireysel Farklılıkların Sosyal Sermaye Oluşumuna Etkisi: Facebook ve LinkedIn Kullanıcıları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz, **Doktora Tezi**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2014, s.80-83

²⁹⁹ Aytül Ayşe Özdemir, “Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.8, Sayı.2, 2008, ss.81-102, s.86; Hayrettin Özler, Derya Ergun Özler ve Gülten Eren Gümüştekin, “Aile İşletmelerinde Nepotizmin Gelişim Evreleri ve Kurumsallaşma”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.17, 2007, ss.437-451, s.445

³⁰⁰ Seda Topgöl, Örgütsel Sosyal Sermayenin Performans Yönetimi Algısı Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2014, s.71-83

³⁰¹ Güney Ferhat Batı ve Ercan Tutar, “Örgütsel Güven Kavramı, Özellikleri ve Yararları”, **Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (AREL-EYSAD)**, Cilt.1, No.2, 2016, ss.35-41, s.36

³⁰² Don Cohen ve Laurence Prusak, **Kavrayamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayesi**, Ahmet Kardam (çev.), İstanbul: MESS Yayınları, 2001, s.51

³⁰³ İsmail Kitapçı, Bir Sosyal Sermaye Bileşeni Olarak Güven Kavramı ve Vergi Etiğine Etkisi, **Finans Politik & Ekonomik Yorumlar**, Cilt.54, Sayı.626, 2017, ss.43-58, s.45; Henry Farrell ve Jack Knight, “Trust, Institutions, and Institutional Change: Industrial Districts and the Social Capital Hypothesis”, **Politics & Society**, Vol.31, No.4, 2003, pp.537-566, p.538-539; Hüseyin Mert Arslan, Regional Determinants And Geographical Distribution Of Social Capital In Turkey, **Master Of Science**, Graduate School of Engineering and Sciences of İzmir Institute of Technology, İzmir, 2018, s.20

ve savunmasızdır³⁰⁴. Ancak güven olmadığında istenen sonuçlara ulaşmada sorunlar ortaya çıkacaktır. Güven, aynı zamanda iş hayatına anlam katarak iş tatmininin oluşmasında olumlu bir etki yaratmaktadır³⁰⁵.

Karşılıklılık Normları ve Değerler: Bireylerin model alma, sosyalleşme ve yaptırımlar yoluyla edindiği normlar, davranışlarının toplum tarafından değerlendirilmesinde kullanılır³⁰⁶. Sosyal statü, dayanışma, onur gibi ödüllerle desteklenen normlar, toplumun yararına fedakârlık vurgusuyla, sosyal sermaye yaratma kapasitesine kavuşur³⁰⁷. Bireylerin toplumsal alandaki fiillerinde, diğerlerinin de benzer davranışlarda bulunacağını varsayarak katılımcı olmaları şeklinde ifade edilen karşılıklılık normu, oluşturduğu güvenle sosyal sermayeye katkı yapar³⁰⁸.

Sosyal Ağlar, Etkileşim ve Katılım: Sosyal ağ, sınırlı sayıda aktörü (bireyler ve örgütler) ve bu aktörler arasındaki ilişkileri tanımlayan teorik bir yapıdır³⁰⁹. Sosyal sermayenin başlıca öğelerinden biri olarak benimsenen sosyal ağlar, sosyal sermayenin ortaya çıkarılması ve büyütülmesi için bir ön şart niteliğindedir³¹⁰. Ağ bağlantılarının fazla olması, ağ yoğunluğu, güven ve normların etkinliğini artırarak sosyal sermayenin etki ve verimini yükseltmektedir³¹¹. Kişiler ve gruplar arası ağlar, kaynakların paylaşımını ve etkileşimi artırır, bilgi transferi ve kontrolü sağlar ve örgüt performansını belirler³¹². Bireylerin ağlara katılımının sağlanması, sosyal sermayenin üretilmesi ve sürdürülmesi açısından önem taşır.

³⁰⁴ Frank Krueger, Kevin McCabe, Jorge Moll, Nikolaus Kriegeskorte, Roland Zahn, Maren Strenziok, Armin Heinecke, and Jordan Grafman, **Proceedings of the National Academy of Sciences**, Vol. 104, No. 50, 2007, pp. 20084-20089, p.20084

³⁰⁵ Alison Stateman, "Trust Is a Universal Driver"Public Relations Strategist, **Harvard on Health Care**, Vol.10, No.2, 2004, p.9-9

³⁰⁶ Cristina Bicchieri, Norms, Conventions, and the Power of Expectations, **Philosophy of Social Science**, Nancy Cartwright and Eleonora Montuschi (Eds.), Oxford: Oxford University Press, 2014, pp.208-229

³⁰⁷ Christine J. Oh ve Nadia Y. Kim, "Success Is Relative": Comparative Social Class and Ethnic Effects in an Academic Paradox, **Sociological Perspectives**, Vol.59, No.2, 2016, pp.270-295

³⁰⁸ Elinor Ostrom, "Social Capital: A Fad or a Fundamental Concept?", **Social Capital: A Multifaceted Perspective**, Partha Dasgupta ve Ismael Serageldin, Washington, D.C: The World Bank, 1999, pp.172-214, p.177

³⁰⁹ Şükri Yurtsever, Avrupalı Kimliğinin Oluşumunda Sosyal Sermayenin Etkisi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, 34

³¹⁰ Mehmet Ertuğrul Uçar, Üniversite Öğrencileri ve Üniversiteden Mezun Olan Bireylerin Sosyal Sermaye Düzeylerinin Benlik Biçimleri ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2010, s.41

³¹¹ Ronald S. Burt, "The Network Structure of Social Capital", **Research in Organizational Behavior**, Vol.22, 2000, pp.345-423

³¹² Ray Reagans ve Bill McEvily, "Network Structure and Knowledge Transfer: The Effects of Cohesion and Range", **Administrative Science Quarterly**, Vol.48, No.2, 2003, pp. 240-267

Sosyal ağlar; yatay-dikey, formel-informel ve güçlü-zayıf ağlar olarak sınıflandırılabilir³¹³.

İletişim, Enformasyon ve Yerleşiklik: İletişim, toplumsal ağlar arasında enformasyon ve etkileşim sağlayarak sosyal sermayenin üretilmesinde, etkinliğinin artırılmasında ve yenilik yaratmada önemli bir rol oynayabilir³¹⁴.

Yerleşiklik kavramı bireylerin çevresiyle olan bağlarının yapısını ve oranını tanımlamaktadır. ‘Yapısal yerleşiklik’, işletmelerin bir bütünü olarak ağ mekanizması içinde yerleştikleri pozisyonla bağlantılıyken, ‘ilişkisel yerleşiklik’ ise firmaların doğrudan bağlarıyla alakalıdır. ‘Bilişsel yerleşiklik’, oyuncular arasındaki etkileşimlerce açığa çıkan ve onları şekillendiren sosyal bir olgudur³¹⁵.

Sosyal ağların (güç ve niteliğine göre bağların) dayanışmacı (yatay), aracı (yatay) ve bağlantı kuran (dikey) ayrımına paralel şekilde sosyal sermaye türleri de sınıflandırılabilir³¹⁶.

1.2.8 Sosyal Sermayenin Türleri

Sosyal sermayenin türleri,

- 1) Bağlayıcı-Birleştirici-Köprü Kuran³¹⁷,
- 2) Sivil Toplum-Kamusal,
- 3) Yapısal-Kavramsal,
- 4) Güçlü Bağlar-Zayıf Bağlar³¹⁸ ve

³¹³ Sara Ferlander, “The Importance of Different Forms of Social Capital for Health”, *Acta Sociologica*, Vol.50, No.2, 2007, p.117

³¹⁴ Carmen De Pablos Heredero, Jose Luis Montes Botella, Ignacio Soret Los Santos, “Open Innovation Practises Applied to Efficient Replenishment”, *Improving Organizational Effectiveness with Enterprise Information Systems*, João Varajão, João Eduardo (Eds.), Hershey, PA: IGI Global, 2015, pp.89-, p.96

³¹⁵ Ranjay Gulati, “Alliances and Networks”, *Strategic Management Journal*, Vol.19, No.4, 1998, pp.293-317; Zeki Şimşek, Michael H. Lubatkin ve Steven W. Floyd, “Inter-Firm Networks and Entrepreneurial Behavior: A Structural Embeddedness Perspective”, *Journal of Management*, Vol.29, No.3, 2003, pp.427-442; Brian Uzzi, “Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness”, *Administrative Science Quarterly*, Vol.42, No.1, 1997, pp. 35-67, p.35

³¹⁶ Cumhur Günkör, Sosyal Sermaye ve Eğitim İlişkisi, *Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2011, s.60-61

³¹⁷ Benzer bir isimlendirme, **dayanışmacı** (yaş, eğitim, cinsiyet, aynı ekonomik koşullara sahip olma gibi değerlere bakılarak kişilerin aralarında oluşan), **aracı** (daha az yoğun ve çapraz ilişkilerden oluşan, farklı dinden ya da etnik gruptan insanların tanınması, arkadaşların arkadaşlarıyla ilişkiler gibi farklı kişilerle ilişkilerden oluşan) ve **bağlantı kuran** (politik seçkinler ile halk arasındaki veya farklı ağlardan gelmiş bireylerin arasındaki sosyal ya da ekonomik statüden kaynaklanan farklar gibi hiyerarşik ayrımlara dayanan) sosyal sermaye şeklinde yapılmaktadır. Hülya Eşki Uğuz, 2010, s.74-76; Michael Woolcock, p.89

³¹⁸ J. Marc Callois, Van Angeon, “On the Role of Social Capital on Local Economic Development: An Econometric Investigation on Rural Employment Areas in France”, *AES Conference*, 2004, pp.1-27, p.5-6

5) İlişkisel-Sistem sermayesi³¹⁹ olmak üzere beş başlıkta incelenebilir.

Bağlayıcı (topluluk içi) sosyal sermaye; aile üyeleri, yakın arkadaşlar ve komşular şeklinde birbirine yakın kişiler arasındaki, **köprü kuran (topluluk dışı) sosyal sermaye,** uzak arkadaşlar, cemiyet üyeleri ve meslektaşlar arasındaki (yatay) ilişkileri yansıtmaktadır³²⁰.

Birleştirici sosyal sermaye ise, gücün, sosyal statünün ve zenginliğin farklı gruplar tarafından elde edildiği hiyerarşik bir düzendeki farklı sosyal tabakalar arasındaki (dikey) ilişkilere vurguda bulunmaktadır³²¹.

Sivil (toplum) sosyal sermayesi kendiliğinden gönüllü organize olan (informel) gruplardan meydana gelen kurumlarla (dernekler, topluluklar, sivil toplum kuruluşları) ilgilidir. Sivil toplum sosyal sermayesi hem bu yapıları hem de paylaşılan normlar, inançlar, tutumlar ve değerleri kapsar.

Kamusal (idari) sosyal sermaye ise devlet veya özel sektörce yönlendirilen (formel) resmî kurumlarla ilgilidir³²². Kurumsal sosyal sermaye, sosyal sermayeyi sınırlayıcı ya da kolaylaştırıcı kurumsal çevrelerden türeyen maddi bir çıktı ya da bağımlı bir değişken olarak tanımlar. Kurumsalcı görüşte sosyal sermayenin oluşumu kurumsal yetki odaklarından bağımsız değildir, yaptırım gücü olan otoriteler tarafından belirlenir³²³. Sivil toplum ve kamusal sosyal sermaye de birbirinden bağımsız değildir. Bu bağıllık birbirlerinin tamamlayıcısı ya da birbirlerinin ikamesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır³²⁴.

Yapısal sosyal sermaye, sosyal organizasyonun çeşitli biçimleri ile ilişkilidir. Özellikle roller, kurallar, temsiller, prosedürler, işbirliği ve ortak fayda

³¹⁹ Eleonora Lollo, "Toward A Theory Of Social Capital Definition: Its Dimensions And Resulting Social Capital Types" <https://socialeconomics.org/Papers/Lollo1C.pdf>, p.20, (27.07.2019)

³²⁰ Michael Woolcock, p.10-11;

³²¹ Thomas F. Carroll, **Social Capital, Local Capacity Building, and Poverty Reduction**, Manila, Philippines: Asian Development Bank, 2001, p.17; Şenol Karadeniz ve Bülent Yılmaz, "Sosyal Sermaye Bağlamında Kütüphane Kurumu", **Bilgi Dünyası Dergisi**, Cilt.16, Sayı.2, 2015, ss.180-203, s.183

³²² Paul Collier, "Social Capital and Poverty", **Social Capital Initiative Working Paper** No. 4, Washington DC: The World Bank Social Development Family Environmentally and Socially Sustainable Development Network, December 1998, s.16

³²³ Sosyal sermaye bağımlı değildir. Bkz: Michael Woolcock ve Deeta Narayan, "Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy", **The World Bank Research Observer**, Vol.15, No.2, February 2000, p.234

³²⁴ Paul Collier, "Social Capital and Poverty: A Microeconomic Perspective", **The Role Of Social Capital in Development: An Empirical Assessment**, Christiaan Grootaert ve Thierry Van Bastelaer (eds.), Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p.28-30

sağlayan ve kolektif eyleme katkıda bulunan bir dizi geniş çaplı ağ kümesini içermektedir. **Kavramsal sosyal sermaye** ise, zihinsel süreçlerden türemekte olup kültür ve ideoloji tarafından özellikle de işbirlikçi davranışa katkıda bulunan normlar, değerler, tutumlar ve düşüncelerce kuvvetlendirilmektedir³²⁵.

Güçlü (topluluk içi bağlar) **bağlar**, benzerleriyle münasebet geliştirme ilkesi yönünde birbirine benzeyen kişileri bir araya getirir. Kuralcı ve kimlik/birlik temelli hedeflere ulaşmak için benzer kaynaklara sahip kişileri ve toplulukları bağlar. **Zayıf** (topluluklar arası) **bağlar** ise farklı toplumsal ve kültürel arka planlardan gelen kişileri birleştirir. Coleman, aile ve kilise gibi kurumlardaki göreceli yoğun ve güçlü bağların, zayıf bağlara nazaran daha önemli olduğunu ileri sürmektedir³²⁶. Oysa zayıf bağlar, çoğunlukça kabul edilen değerlere daha az yaslanıp, yeni kaynak biçimlerine erişime yol açtıklarından amaca daha etkin biçimde hizmet edebilir³²⁷.

İlişkisel sosyal sermaye, bir aktörün kişisel kaynağı olarak değeri, ona daha önce yapılan yatırımlara dayanmaktadır. Bir aktörün toplam ilişkisel sermaye donanımı, diğer bireysel aktörlerle kurduğu doğrudan veya dolaylı ilişkilerin sonucunda ortaya çıkarabileceği bütün kaynak ve faydaların toplamına eşittir³²⁸.

³²⁵ Norman Uphoff, "Understanding Social Capital: Learning From The Analysis and Experience Of Participation", **Social Capital: A Multifaceted Perspective**, Partha Dasgupta ve İsmail Seragaldin (eds.), Washington DC: The World Bank, 2000, p.218

³²⁶ Coleman, güçlü bağları "**sosyal kapalılık**" kavramı içinde ele almaktadır. Bununla birlikte sosyal kapalılığın olumlu dışsallıklar yaratabileceğini öne sürmektedir. Sosyal kapalılık, gücün kıt kaynaklar üzerinden nasıl kurulduğu ve korunduğu ile ilgilidir. Örneğin, aile içerisinde ebeveynler ile çocuklar arasında kurulan ve kapalılık özelliği gösteren güçlü bağlar dayanışma, yardımlaşma, güven ve itibarı tesis edip korumaktadır. Bkz: Esen Hızlı, Siyasal Partilerin Sosyal Ağları: Partiler, Kadın Örgütleri ve Sosyal Sermaye, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2016, s.27

³²⁷ Mark S. Granovetter, "The Strength of Weak Ties", **The American Journal of Sociology**, Vol.78, No.6, May 1973, p.1366; Zafer Yıldız ve Hüseyin Topuz, "Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma İlişkisi Açısından Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme", **Sosyal Siyaset Konferansları**, Sayı.61, 2011/2, ss.201-226, s.207; Serkan Polat ve Semra Aktaş Polat, "**Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**", Cilt.8, Sayı.40, Ekim 2015, ss.766-776, s.769; John Field, s.28-38

³²⁸ Hartmut Esser, "The Two Meanings Of Social Capital", **The Handbook of Social Capital**, Dario Castiglione, Jan W. van Deth, Guglielmo Wolleb (Eds.), Oxford: Oxford University Press, 2008, p.26

İlişkisel sosyal sermayenin, konum³²⁹, güven³³⁰ ve zorunluluk sermayesi³³¹ olmak üzere üç çeşidi tanımlanmaktadır. **Sistem sermayesininse** mülkiyeti bireylerden tamamen bağımsızdır ve yalnızca taraflar arası ilişkiler yoluyla var olabilir³³². İlişkisel sermayenin bir ürünü olarak ortaya çıkan sistem sermayesi, üst seviyede güven, yükümlülük ve sistem ahlak gerektirmekte; bunlar kolektif mallar arasında yer almakta ve tek başına bulunan aktörler tarafından oluşturulamamakta ve kolektif birlikteliklerin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Sistem sermayesinde ilişkilerin gerçekleştiği ağlar yoğunluk, kapalılık ve dayanıklılık gibi niteliklere sahip olmalıdır³³³. Bunların dışında katı-yumuşak sosyal sermaye³³⁴, örgüt içi-örgüt dışı sosyal sermaye³³⁵, rekabetçi-politik-bilişsel sosyal sermaye³³⁶, yoğun-seyrekle sosyal

³²⁹ Konumsal sermaye terimi farklı ağlar arasındaki **yapısal boşlukların** stratejik kullanımına dayanan kişiye ait ilişkisel sosyal sermayeyle ilgilidir. Yapısal boşluk, Granovetter'in "zayıf bağların gücü" kavramıyla aynı olguya işaret eder. Çünkü her ağ içindeki aktörler birbiriyle yakından ilişkili olduğu ve sadece benzer tipte kişilere erişimleri oldukları için aynı ağ içindeki çoklu irtibat kişileri gereğinden fazladır. Aktörlerden birini tanıyorsam, diğer herkesi de tanıyor sayılırım. Bu yüzden eğer daha kapsamlı bir bilgi veya çeşitli bir sosyal yaşamla ilgileniyorsam, o zaman irtibat kişilerini mümkün olduğunca gereksiz olmayan ilişkilere yaymak önemlidir. Buysa, ağ içinde diğer güçlü bağlardan feragat ederken sağladığı faydalar açısından benim için gereksiz olmayan her bir ağ içinde bulunan tek bir irtibat kişisi ile ilişkiyi sürdürme anlamına gelir. Bu nedenle konumsal sermaye adı, belli bir ağ yapısı içinde sadece stratejik konumlandırma araçları sayesinde genişletilebileceği ve düşük maliyetle sürdürülebileceği gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Bkz: Ronald S. Burt, **Structural Holes: The Social Structure of Competition**, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1992, p.17-20 Bu yaklaşım, Bourdieu'nun belli bir gruba üye olmanın sağladığı kârların bunu mümkün kılan dayanışmanın temelini oluşturduğu ve bu grubun oluşturduğu ilişki ağının üyelerin yatırım stratejileriyle ilişkili olduğu varsayımına benzerlik göstermektedir. Bkz: Mustafa Gültekin, Denizli Kentindeki Babadağlı ve Buldanlı Aile İşletmelerinde Hemşehrilik ve Akrabalık Bağlamında Sosyal Sermayenin İşleyiş Mekanizmaları, **Doktora Tezi**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, 2014, s.48

³³⁰ Güven sermayesi ile bir aktörün güvenilir namı olması dolayısıyla harekete geçirebileceği kaynak ve fayda sayısı kastedilmektedir. Güven sermayesi söz konusu beklentinin büyüklüğü, etkinleştirilebilecek kaynak ve faydaların değeri ve tabii ki toplam ilişki sayısı ile belirlenir. Bkz: Hartmut Esser, s.33-34

³³¹ Zorunluluk aktörün istenen kaynak ve yararları vermesi için ek bir motivasyondur. Bir aktörün zorunluluk sermayesi böylece diğer aktörlerin ona borçlu olduğu bir takım zorunlulukların sayısı, bu tarafların etkinleştirilebildiği kaynakların ve yararların değeri ve sürdürdüğü toplam ilişki sayısından oluşmaktadır. Bkz: Hartmut Esser, s.35

³³² James S. Coleman, **Foundations of Social Theory**, Cambridge, Massachusetts: Belnap Press, 1994, s.315

³³³ Maide Gök, Toplumsal Kalkınmanın ve Sosyal Sermayenin Bilinmeyen Aktörleri: Kadın Odaklı Sivil Toplum Kuruluşları, **Doktora Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014, s.36

³³⁴ **Katı sosyal sermaye**, işle bağlantılı performansın ortaya konmasıyla oluşan bağlarla ilerleyen ve işle bağlantılı somut kaynakların alışverişini kapsarken, **yumuşak sosyal sermaye**, duygusal dayanakla bağlantılı, yüksek seviyede güven ve hususiyetle oluşan, kişiye güven ve profesyonel bir kimlik kazandıran sermayedir. Bkz: IJ. Hetty Van Emmerik, "Gender Differences in The Creation Of Different Types Of Social Capital: A Multilevel Study", **Social Networks**, Vol.28, No.1, 2006, p.25-26

³³⁵ **Örgüt içi sosyal sermaye**, firmadaki bölümler ve kişiler arasındaki münasebetin niteliğini ve yoğunluğunu içerirken, **örgüt dışı sosyal sermaye** ise firmanın diğer firmalar ve kişiler arasındaki mübadele ilişkisi üzerine odaklanan sermayedir. Helena Yli- Renko, Erkko Autio ve Vesa Tontti, "Social Capital, Knowledge, and The International Growth Of Technology-Based New Firms", **Helsinki University of Technology Institute of Strategy and International Business Working Paper Series** 2000 | 4, Espoo, Finland, 2000, s.9

³³⁶ **Rekabetçi sosyal sermaye**, eksik rekabette firmanın yapısal pozisyonunun bir işlevi olarak, rekabetçi firmanın diğerlerine kıyasla belli piyasa oyuncularından faydalanma derecesini gösterirken, **politik sosyal sermaye**, geniş siyasi ağlardaki aidiyetlerin firmalara daha çok örgütsel güç ve kamuyla yerel kurumlardan daha çok siyasi koruma sağlamaktadır. **Bilişsel sosyal sermaye** ise örgütsel normlar, kurumsal bilgi, normatif rol beklentileri, sadakat, kurum kimliği, kurum vizyonu gibi faktörleri yeniden yapılandıran içsel ağların kullanımıyla örgütün avantajlı eylemlerini gerçekleştirme derecesidir. Ilan Talmud, "A Conditional Approach to Three Consequences of Corporate Social Structure", **Corporate Social Capital and Liability**, Roger Th. A. J. Leenders ve Shaul M. Gabbay (eds.), New York: Springer US, 1999, p.107

sermaye ve içe dönük-dışa dönük sosyal sermaye³³⁷ gibi farklı sınıflandırmalar da yapılmaktadır. Ayrıca, farklı yaklaşımlara mensup bilim insanlarının sosyal sermaye ile ilgili görüşleri dikkate alınarak da sosyal sermayeyi "toplumcu yaklaşıma göre sosyal sermaye", "ağ yaklaşımına göre sosyal sermaye", "sinerji yaklaşımına göre sosyal sermaye" ve "kurumsal yaklaşıma göre sosyal sermaye" şeklinde bir ayırım ile ele almak mümkündür³³⁸.

1.2.9. Sosyal Sermayenin Önemi, Ölçümü ve Eleştiriler

Sosyal sermaye dayanışma, birlikte çalışma gibi vurgularıyla sinerjik bir anlayışla yeni ürünlere imkân yaratmakta, toplumun sosyal sermaye düzeyi-kalkınmışlık arasında kurulan ilişkiden dolayı artırılmaya çalışılmaktadır³³⁹. Ekonomik büyüme, kalkınma, bölgesel gelişmişlik farklılıklarının azaltılabilmesi için verimlilik ve büyüme üzerinde etkileri olan sosyal ve beşeri sermaye, altyapı, inovasyon, girişimcilik ve KOBİ'ler, bölgesel politikaların temel müdahale alanları arasında yer almaktadır³⁴⁰.

1.2.9.1. Sosyal Sermayenin Ölçülmesi

Sosyal sermayenin ölçümünde, çeşitli nedenlerden kaynaklanan bazı güçlükler söz konusudur. Öncelikle kavramın alandaki önemli kişi ve kurumlar tarafından çok farklı şekillerde tanımlanması ve bu tanımların söze dile getirilmesi zor ilişkilere dayanan ifadeler içermesi, ölçümünü güçleştirmektedir. Diğer bir deyişle sosyal sermayenin yapısal olarak soyut bir kavram olması ve toplumsal etkileşimler sonucu ortaya çıkması, ölçümünü zorlaştırmaktadır. Ayrıca sosyal sermayenin çok farklı analiz düzeylerinde (mikro, makro, mezo veya ulusal, örgütsel, bireysel) ele alınabilmesi, ölçüm birliğini güçleştirmektedir. Başka bir problem, ölçme girişimlerinin daha çok anahtar boyutları, belirleyici-temsili kriterler (güven³⁴¹, katılım, vb.) üzerinden gerçekleştirilmesi (kriter sayısının

³³⁷ Elif Ilıman Püsküllüoğlu, Öğretmen Görüşlerine Göre Lise Müdürlerinin Sosyal Sermaye Düzeyleri İle Öğretmenlerin Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişki (Muğla İli Örneği), **Yüksek Lisans Tezi**, Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Muğla, 2015, s.26

³³⁸ Serdar Yay, Kurumsal İktisat Perspektifinden Mali Kurumlara Güven ve Sosyal Sermaye İlişkisi: Teori ve Uygulama, **Doktora Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2018, s.114

³³⁹ Örneğin Fukuyama, Almanya ve Japonya'nın yüksek sosyal sermayeye sahip olmaları nedeniyle kalkınma açısından avantajlı olduklarını belirtir. Bkz: Francis Fukuyama, **Trust: The Social Virtues And The Creation Of Prosperity**, New York: Free Press, 1995

³⁴⁰ Hande Barlı, Bölgesel İktisat Politikaları ve Türkiye Uygulamaları, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010, s.524

³⁴¹ Sosyal sermaye ölçümlerinde güvenin sıkça kullanılmasının iki nedeni vardır. İlki güvenin, sosyal sermaye kavramının ölçülmesini kolaylaştırması, ikincisiyse, güvenin sosyal sermaye literatürünü daha güçlü bir biçimde

çeşitliliği-fazlalığı ve kriterler üzerinde fikir birliği olmaması) veya yansımalarının ölçülmesidir³⁴². Son olarak tüm ölçüm faaliyetlerinin sosyal sermayenin doğası ve yapısını etkileyen sosyal ortamlarla etkileşim gerektirmesi, yani gözlemci etkisidir³⁴³.

Sosyal sermayenin ölçümü ülkeler arasında bazı makro göstergelerin incelenmesi biçiminde olabileceği gibi, ülke içinde bölgeler arası çeşitli farklılıkları açıklamaya yönelikte olabilmektedir. İlk yöntem, sosyal sermayeyi kişilerin sosyal sermayelerinin toplamı olarak değerlendiren ve özellikle de güveni ölçmek için yapılan anket araştırmalarıdır. İkincisi ise, sosyal sermayeyi kişilerden ziyade toplulukların sahip olduğu bir değer olarak inceleyen istatistik kurumlarından alınan verilerin çeşitli istatistiksel yöntemlerle incelenmesiyle ölçen ampirik çalışmalardır³⁴⁴. Çoğunlukla bu iki yöntem kullanılmaktadır ancak bazıları istatistiksel analize anket sonuçlarını ekleyerek ikisini birlikte kullanabilmektedir³⁴⁵.

1.2.9.2. Sosyal Sermayenin Kaybolma Nedenleri

Sosyal sermayenin kaybolma nedenleri³⁴⁶, aile yapısındaki değişiklikler (geniş-çekirdek aile değişimi, kadın çalışanların artışı), sosyal hareketlilik (göç ve şehirleşme), teknolojik aygıtların gelişimi (televizyon, bilgisayar, internet ve yalnızlaşma), kapitalizm (bireycilik, rekabetçilik, değerlerin paraya indirgenmesi), toplumdan tecrit (mahkûmiyet, münzevilik), devletin ideolojik yapısı (demokrasi, eşitlik, altyapı) olarak özetlenmektedir.

Teknolojik gelişim ve internetle birlikte gelişen sanal ağların sosyal sermaye üzerindeki etkileri konusunda farklı görüşler söz konusudur. Bazı çalışmalarda insanları

vurgulamasıdır. Bkz: G. Mine Gerni, **İlişkilerin Maddi Yönü Sosyal Sermaye ve Örgütsel Boyutu**, İstanbul: Beta BYD, 2013, s.74

³⁴² Carl L. Bankston III ve Min Zhou, "Social Capital as Process: The Meanings and Problems of a Theoretical Metaphor", *Sociological Inquiry*, Vol.72, No.2, 2002, pp.285-317; Muhammet Zekeriya Faraş, Performans Değerlendirmenin Sosyal Sermaye Üzerine Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.72; Orhan Gökçe ve Hülya Eşki Uğuz, "Selçuk Üniversitesi Öğrencilerinin Sosyal Sermaye Profilleri Üzerine Bir Çalışma", **Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.9, Sayı.18, 2009, ss.323-351, s.327

³⁴³ Kuantum teorisinde "Çift Yarı Deneyi", "Schrödinger'in Kedisi" gibi çalışmalarla ifade edilen "ölçmede gözlemci etkisi", ölçme işleminin ölçülen değerleri değiştirdiğini ifade eder. Derli toplu bir değerlendirme için bkz: Richard P. Feynman, **The Feynman Lectures on Physics**, Vol. 3. USA: Addison-Wesley. 1965, p.1-9

³⁴⁴ Bu konuda en sık başvurulan çalışma, Dünya Değerler Araştırması (World Values Survey)'dir. Bkz: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>, (28.07.2019). Bir diğeri için: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/wellbeing/bulletins/socialcapitalintheuk/may2017>, 28.07.19

³⁴⁵ Özge Özgören, s.39-40; Nurettin Tüysüz, s.59

³⁴⁶ Nurullah Altun, Sosyal Sermayenin Çocuk ve Genç Suçluluğuna Etkisi, **Doktora Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2011, s.52

aile ve sosyal ilişkilerden uzaklaştırdığı iddia edilmektedir³⁴⁷. Diğer bazı çalışmalarda teknolojinin sosyal sermayeyi olumlu yönde etkilediğini ileri sürmektedir³⁴⁸. Sosyal sermaye, kişilerin yakınlaşmasını ve dayanışmasını sağlayan, merkezinde iyi niyetin yer aldığı bir sermaye olarak “acaba sanal bir toplulukta yer alabilir mi?” konusu da tartışmalı bir perspektifle ele alınmaktadır. Birbirlerini yeterince tanımayan, aralarında yakın ilişkilerin olmadığı bir toplulukta sosyal sermaye gelişemez fikrini ileri sürenlerin yanında, aksini iddia edenlerle de karşılaşmaktadır³⁴⁹. Örneğin, üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklem üzerinde yapılan bir araştırmada Facebook kullanımı ile köprü kuran sosyal sermaye türü arasında olumlu ve güçlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir³⁵⁰. Literatürde konu Castells’in ağ toplumu kavramı etrafında tartışılmaktadır. “Ağ toplumu” kuramıyla, gelişmiş iletişim teknolojileri zemininde küresel düzeyde oluşturulan birtakım ağlar etrafında dünyanın yeniden şekillendirildiği anlatılmaya çalışılmaktadır. Teorinin ana argümanı, toplumun tüm alanlarında temel yapılarındaki süreçlerin örgütlenmesinde hiyerarşilerden ağlara doğru bir kaymaya şahit olduğumuzdur. Bu kayma hem kültürel hem de düzenle ilgili bir sorundur. Sosyal süreçlerin organizasyonu ile ifade ettikleri değerler arasında derin bir münasebet vardır³⁵¹.

1.2.9.3. Sosyal Sermayenin Olumsuz Yanları

Sosyal sermaye, dışarıdan olanların dışlanması, grup üyelerine aşırı talepler, bireysel özgürlüklerin sınırlandırılması ve olumsuz grup normlarının yaygınlaşması gibi bir takım olumsuz etkilere sahiptir. Sosyal normlar ve kimliğin grup performansına olumlu bir etkisi olmasının yanında, bu özellikler grubun yeni bilgilere açık olmasını ve işleri farklı metotlarla yerine getirmeyi engelleyebilir.

³⁴⁷ Robert D. Putnam, “Bowling Alone: America's Declining Social Capital”, *Journal of Democracy*, Vol.6, No.1, January 1995, p.74-75; Francis Fukuyama, **Büyük Çözülme, İnsanın Doğası ve Toplumsal Düzenin Yeniden Oluşumu**, Zeynep Avcı ve Aslı Telli Aydemir (çev.), İstanbul: Sabah Kitapları, 2000, s.23; Erol Güngör, **Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik**, İstanbul: Ötüken Neşriyat, 2003, s.18; Ivan Illich, **Şenlikli Toplum**, Ahmet Kot (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1988, s.55-56

³⁴⁸ Jeffrey Boase, John B. Horrigan, Barry Wellman ve Lee Rainie, **The Strength of Internet Ties**, Washington DC: Pew Internet & American Life Project, 2001, p.1-4; Barry Wellman, Anabel Quan-Haase, James Witte ve Keith Hampton, “Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation and Community Commitment”, *American Behavioral Scientist*, Vol.45, No.3, 2001, p.450-451; Nicole Ellison, Charles Steinfield ve Cliff Lampe, “Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook”, **Annual Conference of the International Communication Association**, Dresden, Germany, June 19-23-2006, s.9.

³⁴⁹ Adem Palabıyık, s.133.

³⁵⁰ Nicole B. Ellison, Charles Steinfield ve Cliff Lampe, “The Benefits of Facebook Friends: Social Capital and College Students- Use of Online Social Network Sites”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.12, No.4, July 2007, p.1161-1164

³⁵¹ Manuel Castells, **Ağ Toplumu ve Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür** (Cilt 1), Ebru Kılıç (çev.), İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005, s.25-26

Kişisel başarı öyküleri grup bütünlüğünü bozabilecek bir nitelik kazandığında, grup içi normlar bireyin ilerleme göstermesini engelleyebilmektedir³⁵². Grup üyelerinin kaynaklara ayrıcalıklı erişim sağlamasını mümkün kılan güçlü bağlar, diğerlerine engel olabilir. Belirli bir aktör ve/veya eylemler için kolaylaştırıcı olan sosyal sermayenin belirli bir formu, diğerleri için tamamen gereksiz ve hatta zararlı olabilir. Sosyal sermayenin sosyal içerme ve sosyal hareketliliğe karşı bir bariyer olabildiği, toplulukları ya da toplumları birleştirmek yerine ayırabildiği, suçu azaltmak yerine kolaylaştırabildiği, sağlığa zararlı davranışları yaygınlaştırabildiği ifade edilmektedir³⁵³.

Suç örgütlerinin sahip olduğu sosyal sermaye ile toplumda anarşi ve istikrarsızlığa neden olabilmeleri ve sosyal sermayenin olumlu ya da olumsuz kullanımının, grup amaçlarının toplumun çıkarlarıyla uyumuna bağlı olması, kavrama getirilen diğer eleştirilerdir³⁵⁴. Bu durum aynı zamanda her ortak amaç için hareket eden insan topluluğun bir fayda üretmediği anlamına gelmektedir³⁵⁵. Sinerji yaklaşımına göre kamu ve sivil organizasyonlar beraber eyleme geçerek müşterek amaçlara (sosyal sermayenin geniş kapsamlı işbirliği, güven, kurumsal etkinlik gibi pozitif belirtilerinin mezhepçilik, tarikatçılık, ayrımcılık, kayırma-nepotizm gibi negatif belirtilerinden elde edilmesini ya da yaratılmasını sağlayacak yollar ve araçlar belirlemek) yönelmelidir³⁵⁶.

³⁵² Portes bu durumu ‘downward leveling norms’ olarak adlandırmaktadır. Bkz: Alejandro Portes, p.15; Ronit Dinovitzer, “Social Capital and Constraints on Legal Careers”, **Law & Society Review**, Vol.40, No.2, 2006, p.447

³⁵³ Gonca Polat, Madde Bağımlısı Ergenlerin Tedavi Sonrası Toplumla Yeniden Bütünleşme Deneyimleri ve Sosyal Sermaye Yaklaşımı Temelinde Sosyal Hizmet Müdahalesi, **Doktora Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012, s.22; İlker Kayı, İstanbul’da Bir Aile Sağlığı Merkezine Kayıtlı Nüfusta Sosyal Sermaye ve Sağlık Davranışlarının Araştırılması, **Uzmanlık Tezi**, İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi, İstanbul, 2012, s.37; Sylvie Chetty ve Henrik Agndal, “Social Capital and Its Influence on Changes in Internationalization Mode among Small and Medium – Sized Enterprises”, **Journal of International Marketing**, Vol.15, No.1, 2007, p.9; Alejandro Portes ve Patricia Landolt, “Social Capital: Promise and Pitfalls of Its Role in Development”, **Journal of Latin American Studies**, Vol.32, No.2, 2000, p.532-533; James S. Coleman, “Social Capital in the Creation of Human Capital”, **American Journal of Sociology**, Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure, The University of Chicago Press, 1988, p.98; Ben Fine, **Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı (Bin Yılın Eşiğinde Ekonomi Politik ve Sosyal Bilimler)**, Ayşegül Kars (çev.), İstanbul: Yordam Kitap, 2008, s.158

³⁵⁴ Hans Westlund ve Roger Bolton, “Local Social Capital and Entrepreneurship”, **Small Business Economics**, Vol.21, No.2, 2003, p.82; Hasan Hüseyin Akkaş ve Osman Tekir, **Demokrasinin Gelişmesi ve Sürdürülebilirlikte Sosyal Sermaye**, 2.Baskı, Ankara: Kadim Yayınları, 2013, s.73

³⁵⁵ Sümeyye Beyza Abay Alyüz, Sosyal Sermaye, Sosyal Ağlar ve Sosyal Destek İlişkisi -Sultanbeyli ve Kadıköy’de Sosyal Hizmet Merkezlerine Başvuranlara İlişkin Karşılaştırmalı Durum Çalışması-, **Doktora Tezi**, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova, 2018, s.26

³⁵⁶ Rana Eşkinat, Sosyal Sermayenin Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkisi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.15, No.4, 2015, ss.75-90, s.82

1.3. Birinci Bölümün Değerlendirilmesi

Hem girişimcilik hem de sosyal sermaye kavramları, geleneksel yaklaşımların ekonomik gerçekleri açıklamakta yetersiz kalmasıyla ortaya çıkmış olgulardır. Geçmiş biraz daha eski olan girişimci kavramı, klasik iktisadın emek, sermaye ve doğal kaynaklarına, ekonomik modellerin açıklayıcılık gücünü artırmak amacıyla dördüncü bir üretim faktörü olarak eklenmiştir. Son yirmi yıl içerisinde güncelliği önemli ölçüde artmış olan sosyal sermaye kavramıysa, ekonomik, finansal, fiziksel sermaye yaklaşımlarının iktisadi olay ve olguları açıklamakta yetersiz kalması sonucunda, beşerî, kültürel, entelektüel sermaye gibi terimlerle birlikte literatüre girmiştir.

Uygulama açısından sosyal sermaye, girişimci için değere dönüştürebileceği, diğer sermaye türleriyle benzerlikler taşımakla beraber, faydası kesinlik içermeyen ve bazen de olumsuz durumlara (özellikle aile, akrabalar ve arkadaşlar söz konusu olduğunda) yol açabilecek, dikkatle değerlendirilmesi gereken bir kaynak olarak göze çarpmaktadır. Makro açıdansa, sosyal ağlar, güven, karşılıklılık gibi unsurlarıyla iletişim, bilgi alışverişi, mübadele gibi konularda yaratabileceği kolaylıklar ve zaman, enerji ve maliyet tasarrufuyla mutlaka değerlendirilmesi gereken bir kavram olarak dikkate alınmaktadır. Ayrıca fırsat tanımlama, fikir üretme, yenilik yapma, problem çözme gibi konulara getirdiği açılımlarla, girişimcilik ve inovasyon alanlarına katkılarının olduğu ileri sürülmektedir.

BÖLÜM 2: TEMBELLİK, YARATICILIK VE İNOVASYON

Bu bölümde, önce çeşitli açılardan tembellik kavramı ele alınarak olumlu ve olumsuz yönleri değerlendirilmekte, yapılan güncel araştırmalar ışığında, zekâ başta olmak üzere çeşitli bilişsel yetenekler ve tembellik arasındaki bağlantılar incelenmekte ve bu bilgiler ışığında tembellik ve yaratıcılık arasındaki ilişkiler ortaya konmaya çalışılmaktadır. Sonrasında girişimcilik açısından çok yakından ilgisi bulunan inovasyon kavramı, tüm boyutlarıyla ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmektedir.

2.1. Tembellik Kavramı

Bu kısımda farklı disiplinler açısından tembellik kavramı tanımlanarak tembellikle ilgili olumlu ve olumsuz bakış açılarına yer verilmektedir. Her ne kadar tembellik kavramı bilimsel anlamda pek ele alınmayan bir konu³⁵⁷ olsa da yaygın bir şekilde olumsuz anlamda değerlendirildiği ileri sürülebilir.

2.1.1. Tembellik Kavramının Tanımlanması

TDK sözlüğünde tembellik, “tembel olma durumu veya tembelce davranış”; tembel ise “iş görmeyi, çalışmayı sevmeyen, çaba göstermekten, sıkıntıdan kaçan (kimse), üşengeç” olarak tanımlanmaktadır³⁵⁸. Literatürde ise tembellik farklı bilim dalları tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Tembellikle eşanlamlı olarak kullanılan atalet kavramı, fizik biliminde “eylemsizlik hali” anlamına gelir ve kullanılmayan potansiyel anlamındaki “atıl” kökünden gelir³⁵⁹. Bu bağlamda dil bilim ataleti "atıl kapasite ile yaşamak" olarak tanımlanmaktadır³⁶⁰. Kişisel gelişim açısından ise “belirli bir amaca ulaşma doğrultusundaki davranışların yokluğu” olarak tanımlanmaktadır³⁶¹.

³⁵⁷ Yaptığımız araştırmalarda tembelliği ve/veya düzeyini belirlemek için geliştirilmiş herhangi bir ölçeğe rastlamadık. Psikiyatri bilimi açısından konuya yaklaşan Kılıç da kavramla ilgili olarak “tembellik henüz psikiyatrik bir tanı değil, tanınal özellikleri ve eşlik eden tanımlayıcı özellikleri henüz ilgili kaynaklarda yer almamaktadır” demektedir. Bkz: Emine Zinnur Kılıç, “Tembellik Psikiyatrik Bir Tanı Olur mu?”, **Psikeart**, Kasım-Aralık 2012, s.12-13

³⁵⁸ Türk Dil Kurumu, **TDK Sözlüğü**, 11.Baskı, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 2011, s.2315-2316

³⁵⁹ Mümin Sekman, **Kişisel Ataleti Yenmek: Sizi Durduran Ne?**, <https://www.muminsekman.com/kisisel-ataleti-yenmek-sizi-durduran-ne.html>, (25.07.2018); Mümin Sekman, **Kişisel Ataleti Yenmek: Tembellikle Mücadele Kitabı**, 24.Baskı, İstanbul: Alfa, 2009, s.11.

³⁶⁰ Didem Arlı, Özden Ölmez Ceylan ve Serap Akduman Yetim, “İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Örgütsel Ataleti İlişkin Görüşleri”, **Ege Eğitim Dergisi**, Cilt.13, Sayı.1, 2012, s.75

³⁶¹ Marcel Zeelenberg ve Rik Pieters, “Beyond Valence in Customer Dissatisfaction: A Review And New Findings On Behavioral Responses to Regret And Disappointment in Failed Services”, **Journal of Business Research**, Vol.57, s.449.

Sosyal bilimler açısından atalet; “sistem içerisinde durgunluk, eylemsizlik, pasiflik, monotonluk ve tembellik” anlamlarına gelir³⁶². Psikolojik yaklaşıma göre de atalet; “durağanlık, erteleme eğilimleri, mazeret bulma, tembellik, pasiflik, umursamazlık, yavaşlık, değişime veya yeniliğe direnç, bıkkınlık” gibi unsurlardan oluşan olumsuzluk ifade eden bir haldir³⁶³. Bu anlamda, “kişilerin negatif bireysel özelliklerinden (düşük güdülenme, eksik otokontrol, düşük empati ve sosyalleşme yetersizliği) kaynaklanan bir tür öğrenilmiş çaresizlik” olarak değerlendirilir³⁶⁴.

Liao ve diğerleri, konuyu bilişim bağlamında ele alarak atalet kavramını, “bireyin geçmişte sahip olduğu bilgi ve deneyimlerini gelecekte karşılaştığı pek çok durum ve olayda aynı bakış açısıyla yorumlaması ile ortaya çıkan bir tür monotonluk problemi” olarak tanımlamaktadır³⁶⁵. Kişisel ataletin boyutları, fiziksel ve zihinsel (ruhsal, duygusal, entelektüel) ataletler olarak sıralanabilir³⁶⁶. Çankaya ve Demirtaş, paydaşların davranışlarında başlayan ataletin örgütün geneline yayılabileceğini ve verimliliği engelleyen temel problemlerin başında yer aldığını belirtmektedirler³⁶⁷. Günlük kullanımda yaygın olarak fiziksel faaliyetlerden kaçınma eğilimi anlamında kullanılan tembellik kavramı, bu bağlamda, pek çok sağlık sorununun da sorumlusu olarak değerlendirilmektedir. Fiziksel aktivite seviyesinin insan sağlığına önemli bir katkı sağladığı ve özellikle yaşam kalitesinde özellikle etkili olduğu bir süredir açıkça bilinmektedir³⁶⁸. Fiziksel aktivitenin önemi son zamanlarda obezitedeki salgın artış³⁶⁹ ve düşük aktivite seviyelerinin sağlığa olumsuz etkileri³⁷⁰ nedeniyle büyük ilgi görmüştür. Belki de daha çarpıcı olanı, birçok insanın spor salonunda hızlı bir şekilde koşarak fiziksel

³⁶² İbrahim H. Çankaya, “Okullarda Kurumsal Ataleti Yenmek: Yönetici Görüşlerinin Değerlendirilmesi”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, Cilt.18, Sayı.3, Eylül 2010, s.705.

³⁶³ Mustafa Fedai Çavuş ve Nazmiye Ülkü Pekkan, “Bilgi Ataletin Karar Verme Tazına Etkisi: Adana İlinde Bir Uygulama”, **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, 16.Ulusal İşletmecilik Kongresi Özel Sayısı, 2017, s.564

³⁶⁴ İbrahim H. Çankaya, “İlköğretim Okul Yöneticilerinin Vicdan Odaklı Yaklaşım Düzeyleri ile Atalet Algıları Arasındaki İlişki”, **Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.11, Sayı.2, Ağustos 2010, s.66

³⁶⁵ Shu-hsien Liao, Wu-Chen Fei ve Chih-Tang Liu, Relationships Between Knowledge Inertia, Organizational Learning and Organization Innovation. **Technovation**, Vol.28, 2008, s.184

³⁶⁶ Abdullah Soysal, “Atalet: Etkin Yönetim İçin Kişisel Ve Örgütsel Düzeyde Bir Analiz”, **Çimento İşveren Dergisi**, Cilt.24, Sayı.3, Mayıs 2010, s.17-18

³⁶⁷ İbrahim H. Çankaya ve Zülfü Demirtaş, “Öğretmen Adaylarının Görüşlerine Göre Üniversite İklimi ve Atalet Arasındaki İlişki”, **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı 28, Temmuz 2010, s.1

³⁶⁸ Claude Bouchard ve Andrea Kriska, “Physical Activity and Public Health: A Recommendation From The Centers For Disease Control and Prevention and The American College of Sports Medicine”, **JAMA: Journal of The American Medical Association**, Vol. 273, No. 5, s.402-407; Raphaël Bize, Jeffrey A. Johnson ve Ronald C. Plotnikoff, “Physical Activity Level And Health-Related Quality Of Life In The General Adult Population: A Systematic Review”, **Preventive Medicine**, Vol. 45, No. 6, 2007, s.401-415

³⁶⁹ Y. Claire Wang, Klim McPherson, Tim Marsh, Steven L Gortmaker ve Martin Brown, “Health and Economic Burden of The Projected Obesity Trends In The USA and The UK”, **The Lancet**, Vol. 378, No. 9793, Ağustos 2011, s.815-825

³⁷⁰ Harold W Kohl ve diğerleri, “The Pandemic of Physical Inactivity: Global Action for Public Health”, **The Lancet**, Vol. 380, No. 9838, Temmuz 2012, s.294-305.

aktivite eksikliklerinin üstesinden gelebileceğine inanmasıdır. Bu muhtemelen yararlı olsa da genel insan sağlığı üzerindeki etkileri, bir kişinin genel günlük etkinlik seviyesinin etkisine kıyasla oldukça düşüktür³⁷¹. Tembelliğin beden sağlığı açısından sakıncalı olduğu tıp dünyasında genel olarak kabul görmekteyse de zihinsel yeteneklerle olan ilişkisi son zamanlarda tartışılmaya başlanan konulardan biridir.

2.1.2. Tembellik ve Zekâ

Fransız yazar François de La Rochefaucauld, “Zekâ; tembellik ve sebat yüzünden, hoşya veya kolayına giden şeylerle ilgilenir. Bu alışkanlık, daima bilgilerimize sınır çizer ve tek kimse yoktur ki zekâsını gidebileceği yere kadar, götürmek zahmetine girmiş olsun.” der³⁷². Uzun zamandır sosyal ağlarda dolaşan Bill Gates’in “Ben her zaman önemli görevler için tembel insanları işe alırım. Çünkü tembel insanlar zor bir sorunu en basit şekilde çözmeyi bilir³⁷³.” sözüne de denk gelmiş olabilirsiniz. Bu söz üzerinde çok ciddi tartışmalar dönse, hatta Gates’in söyleyip söylemediği konusu hararetli bir şekilde tartışılrsa da yapılan son araştırmalar, bu iddianın doğrulandığı yönünde yorumlara yol açmaktadır.

Elroy ve diğerleri tarafından gerçekleştirilen bir araştırma kapsamında, ABD’de bulunan Florida Gulf Coast Üniversitesi’ndeki öğrenciler psikolojik bir teste tâbi tutuldu. Testin soruları, öğrencilerin yoğun ve uzun saatler boyunca düşünmeye ne kadar meyilli olduklarını anlamak için oluşturulmuştu ve öğrencilerden, testte yer alan önermelere katılıp katılmadıkları soruldu. Daha sonra örneklem, yoğun düşünme aktivitesine meyilli olan ve fiziksel aktiviteye meyilli olanlar şeklinde ikiye ayrıldı. Ve bu öğrenciler, fiziksel aktivitelerini kayıt altına alan bir cihaz vasıtasıyla bir hafta süresince takip edildi. Sonuçlar ise, düşünmeye daha çok vakit ayıran insanların fiziksel olarak daha az aktivite gösterdiğini ortaya koydu³⁷⁴.

³⁷¹ James A. Levine, Norman L. Eberhardt ve Michael D. Jensen, “Role of Nonexercise Activity Thermogenesis in Resistance to Fat Gain in Humans”, **Science: New Series**, Vol. 283, No. 5399, Ocak 1999, s.212-214

³⁷² **Söz Kimin**, <http://www.sozkimin.com/b/26987-zeka-tembellik-ve-sebat-yuzunden-hosa-veya-kolayin.html>, (12.08.2018).

³⁷³ Akif Sever, **Teknoseyir: Teknoloji ve Bilim Notları**, <https://teknoseyir.com/durum/274663#m>, (08.08.2018); **Webtekno**, <https://www.instagram.com/p/BRqyClDRtb/>, (08.08.2018); **Tuhaf Ama Gerçek**, <https://twitter.com/tuhafamagercek/status/200689285974863872>, (08.08.2018)

³⁷⁴ Todd McElroy, David L Dickinson, Nathan Stroh ve Christopher A Dickinson, “The Physical Sacrifice Of Thinking: Investigating The Relationship Between Thinking And Physical Activity In Everyday Life”, **Journal of Health Psychology**, Vol. 21, No. 8, Ağustos 2016, s.1750-1757

Araştırmanın sonuçları, oldukça büyük yankı uyandırdı³⁷⁵. Flood, Independent'taki araştırmayla ilgili değerlendirmesinde “aktif insanların, akıllarını dışsal aktivitelerle uyarmaya ihtiyaç duyduklarından daha fazla fiziksel olabileceklerini, bunun da düşüncelerinden kaçınma ya da çabuk sıkılmalarıyla” bağlantılı olduğunu³⁷⁶ ileri sürmekte, Kalysh, Muse'da “tembel insanların başarısız oldukları” yönündeki önyargının kırıldığını³⁷⁷ belirtmektedir. Hendricks, Big Think'te, önceki araştırmalardan elde edilen düşünme ihtiyacı eğilimi düşük insanların, sıklılganlığa toleranslarının da düşük olduğu” yönündeki sonuçların, Elroy ve diğerlerinin araştırmalarını desteklediğini söylemektedir³⁷⁸. Watte, düşünme ihtiyacı düşük ve yüksek olan her iki grubun da, hafta sonu fiziksel etkinlik seviyesinin birbirine yakın olmasının araştırmada açıklanamamış olmasına eleştiri getirirken, buna rağmen sonuçları “son derece anlamlı” ve “sağlam” olarak tanımlamaktadır³⁷⁹. Liberatore, Daily Mail'de, insanların farklı yaş dönemlerinde bu “hafta sonu etkisinin” değişebileceğini düşünmenin mantıklı olduğunu; bu konunun, gelecekteki araştırmacıların değerlendirmesi gereken bir soru olduğunu³⁸⁰ önermektedir. O'Brien, The Sun'da, sonuçların açıklanamayan bazı anomalileri olmasına rağmen, genel olarak araştırmanın “önemli” olduğunu³⁸¹ ifade etmektedir.

Katılımcıların düşünsel faaliyetlere eğilimini belirlemekte kullanılan ölçeğin eski olması, yöntem olarak anket yönteminin sınırlılıkları ve örneklem grubunun küçüklüğü nedeniyle kısmen eleştiriler³⁸² olsa da sonuçlar ülkemizde de genellikle

³⁷⁵ Helena Horton, “Laziness is A Sign Of High Intelligence, Suggests New Study”, **The Telegraph**, 09.08.2016, <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/08/09/laziness-is-a-sign-of-high-intelligence-suggests-new-study/>, (11.08.18)

³⁷⁶ Rebecca Flood, “Research Suggests Being Lazy Is A Sign Of High Intelligence”, **Independent**, 01.03.2017, <https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/health-news/research-suggests-being-lazy-is-a-sign-of-high-intelligence-a7176136.html>, (11.08.2018).

³⁷⁷ Alyse Kalish, “Hard to Believe, But Being Lazy Could Actually Be a Sign of Intelligence”, **The Muse**, <https://www.themuse.com/advice/hard-to-believe-but-being-lazy-could-actually-be-a-sign-of-intelligence>, (11.08.18)

³⁷⁸ Scotty Hendricks, “Researchers Find Link Between Laziness and Intelligence”, **The Big Think**, <https://bigthink.com/articles/researchers-find-link-between-tolerance-for-boredom-and-level-of-intelligence>, 11.08.18 Örneğin bunun için bazı kanıtlar Watt ve Blanchard tarafından yapılan araştırmada bulunabilir. Bu çalışmada, düşünme ihtiyacı düşük olan bireyler sıkıntıya karşı daha büyük bir eğilim göstermiş ve bununla ilişkili olumsuz etkilerini daha güçlü bir şekilde deneyimlemiştir. Düşünme ihtiyacı yüksek bireyler, kendi zihinsel uyarımlarını sağlama yeteneklerinden dolayı bunu engellemektedir. Bu nedenle, yüksek NFC bireyleri zihinsel olarak “kendilerini eğlendirmek” için daha fazla içeriğe sahipken, düşük-NFC bireyleri sıkıntı yaşamakta ve daha olumsuz deneyimlemektedir. Bkz: John D. Watt ve Michael J. Blanchard, “Boredom Proneness and The Need for Cognition”, *Journal of Research in Personality*, Vol.28, No.1, 1994, s.44-51

³⁷⁹ Hannah Watte, “Being Lazy Is A Sign Of High Intelligence, Scientists Confirm”, **Unilad**, <https://www.unilad.co.uk/science/being-lazy-is-a-sign-of-high-intelligence/>, (11.08.2018)

³⁸⁰ Stacy Liberatore, “Laziness Is A Sign Of Intelligence: Researchers Say People Who Spend More Time Thinking Are Less Physically Active”, **Daily Mail**, <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3732149/Laziness-sign-intelligence-Researchers-say-people-spend-time-thinking-physically-active.html>, (11.08.2018)

³⁸¹ Danielle O'Brien, “Good News For Couch Potatoes...Being Lazy Is Actually A Sign Of Intelligence, According To Science”, **The Sun**, 01.04.2018, <https://www.thesun.co.uk/uncategorized/5949014/good-news-for-couch-potatoes-being-lazy-is-actually-a-sign-of-intelligence-according-to-science/>, (11.08.2018)

³⁸² Semih Sönmez, “Tembellik Yüksek Zekanın Göstergesi”, **Dünya Halleri**, <https://www.dunyahalleri.com/tembellik-yukse-k-zekanin-gostergesi/>, (08.08.2018).

olumlu karşılanmaktadır³⁸³. Sıklıkla “zeki insanlar daha tembelken, fiziksel olarak aktif insanlar genel olarak daha az zeki” şeklinde yorumlanmaktadır³⁸⁴. Çoğunlukla tembellikle suçlanan yeni neslin aslında kafalarının içinde gerçekleştirdiği seyahate dikkat çekilmektedir³⁸⁵. Yatakta birkaç saat fazladan kalarak o günün nasıl geçtiği hakkında düşünmek, haftalık bir program planlamak ya da aylık hedefleri gözden geçirmenin kişi için daha iyi olabileceği³⁸⁶ ileri sürülmektedir.

Fiziksel hareketsizliğin yan etkilerine dikkat çeken Xu, ne kadar zeki olursa olsun, daha az aktif olan öğrencilerin genel sağlıklarını iyileştirmek için etkinlik düzeylerini yükseltmeyi hedeflemesi gerektiğini öne sürmektedir³⁸⁷. Britanya Psikoloji Birliği’nin araştırma hakkında yaptıkları açıklamada ise “fazla düşünen bireylerin, hareketsiz bir yaşam tarzının sonuçlarının farkında olmasının, bu bireylerin kendilerini daha fazla hareket etmeye zorlayacağı anlamına gelebileceğini” belirtilmektedir³⁸⁸.

Tembellik her ne kadar zihinsel aktivitenin yoğunluğuna ve yüksek IQ'ya işaret ediyor olsa da aynı zamanda kişilerin anksiyete ve depresyon gibi durumlara daha fazla eğilim gösterdiğini kanıtlamaktadır. Bu konu hakkında daha önceden yapılan çalışmalar, anksiyete ve yüksek IQ arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır³⁸⁹. Zeki insanların konuları algılama hızı fazla, o konu hakkında bir düşünce geliştirebilmeleri için ihtiyaç duydukları süre azdır. Gelişmiş kurgulama yetenekleri sayesinde toplumda genel olarak ‘paranoyak’ yahut ‘komplocu’ olarak adlandırılmalarına yol açabilmektedir. Tüm bunlar, Alman edebiyatçı ve politikacı Johann Wolfgang Von Goethe’nin “akıllı adam, akılsız adamın son yaptığını ilk önce yapar³⁹⁰” sözünü anımsanmaktadır.

³⁸³ “Tembel İnsanların Daha Zeki Olduğu Ortaya Çıktı”, **Yeni Akit Gazetesi**, 15.08.2016, <https://www.yeniakit.com.tr/haber/tembel-insanlarin-daha-zeki-oldugu-ortaya-cikti-202912.html>, (08.08.2018)

³⁸⁴ Arya Demir, “Tembellik Zekâ Göstergesiymiş!”, **Mynet Kadın**, <https://www.mynet.com/tembellik-zeka-gostergesiyemis-29052-mykadin> (08.08.2018).

³⁸⁵ “Bilim Şaşırtmaya Devam Ediyor! Tembellik Yüksek IQ Göstergesi Olabilir”, **Onedio**, 20.08.2016, <https://onedio.com/haber/bilim-sasirtmaya-devam-ediyor-tembellik-yukse-ik-gostergesi-olabilir-726986>, (08.08.18);

³⁸⁶ “İnanması Zor Ama Tembel Olmak Aslında Zekâ Göstergesi”, **Toptalent**, <https://www.toptalent.co/inanmasi-zor-ama-tembel-olmak-aslinda-zeka-gostergesi>, (08.08.2018).

³⁸⁷ Juna Xu, “Study Reveals Being Lazy is A Sign Of High Intelligence”, **Body and Soul**, <https://www.bodyandsoul.com.au/health/health-news/study-reveals-being-lazy-is-a-sign-of-high-intelligence/news-story/2ca09e8c578589a4540e22d94dbd4bed>, (11.08.2018)

³⁸⁸ The British Psychology Society, “Are Brainy People Lazy? “Need For Cognition” Correlates with Less Physical Activity”, **Research Digest**, 06.08.2016, <https://digest.bps.org.uk/2016/08/06/are-brainy-people-lazy-need-for-cognition-correlates-with-less-physical-activity/>, (12.08.2018).

³⁸⁹ Ruth I.Karpinski, Audrey M. Kinase Kolbab, Nicole A.Tetreaultc, Thomas B.Borowskid, “High Intelligence: A Risk Factor For Psychological And Physiological Overexcitabilities”, **Intelligence**, Vol. 66, January–February 2018, s.8-23

³⁹⁰ Altay Şengür, “Dünyaca Ünlü Dehalar Tarafından Zekâ ve Zeki İnsanlar Üzerine Söylenmiş 12 Söz”, Onedio, 22.04.2015, <https://onedio.com/haber/dunyaca-unlu-dehalar-tarafindan-zeka-ve-zeki-insanlar-uzerine-soylenmis-12-soz-494678>, (08.08.2018)

Bunların yanı sıra, tüm bu argümanlarda tembellikle kastedilenin fiziksel aktivite düzeyinin düşüklüğü olduğu, zihinsel faaliyetleri kapsamadığı unutulmamalıdır. Öyle ki tembellik, bir süre sonra fiziksel boyuttan zihinsel boyuta taşındığı zaman zeki olmanızın bile bir konuya yoğunlaşmanızı engelleme ihtimali söz konusu olabilir³⁹¹. Ayrıca bütün gün koltukta uyuklayıp, sürekli bir şeyler yemenin zekânın belirtisi değil, hareketsiz yaşam olarak değerlendirebileceği kaydedilmektedir³⁹². Tezin sonraki bölümlerinde ayrıntılı olarak ifade edileceği gibi, tembellikle bağdaştırılan serbest zaman kullanımı, zihinsel dalgınlık ve hayaller kurma, oyunlar oynama gibi pek çok faktörün zekâ, problem çözme ve yaratıcılık gibi bilişsel yeteneklerle pozitif yönlü bir ilişkisi olabileceği ileri sürülmektedir.

2.1.3. Tembelliğe Olumlu Bakış

Günümüzde çoğunlukla olumsuz anlamda kullanılsa da, tembellik her zaman istenmeyen bir durum olarak görülmemiştir. Örneğin Lafargue daha 1800'lerin ikinci yarısında yazdığı "Tembellik Hakkı"nda günlük üç saatlik çalışmadan bahseder. Kitabın sunuş yazısı şöyle der³⁹³: *"Her birey, içinde kendini gerçekleştirdiği bütünlüğün, insan türünün bir parçası olarak istediği her işi istediği kadar yapabilmelidir. Örneğin 36 saat aralıksız çalışabileceği gibi, günlerce aylak aylak ya da hemen hemen aylak, sırtüstü yatıp dinlenebilmeli, gevşeyebilmeli); istediği an etkinlik alanını değiştirebilmelidir. Bu, insanların sorumsuz davranıp gelgeç gönüllü olacakları anlamına gelmez. Böylece etkinliğini haz veren bir eğlentiye, varlığının, var oluşunun en temel unsuruna dönüştürebilmelidir"*. Marx da buna paralel olarak '1844 El Yazmalarının' "Yabancılaşmış Emek" bölümünde: *"Söz konusu olan emeği özgürleştirmek değil, işi ortadan kaldırmaktır"*³⁹⁴ demektedir.

Lafargue'ın "çalışma histerisine" dair tespiti iki yüzyıllıktı ve üzerine bir 135 yıl daha eklendi. Yazar, temel olarak çalışmayı değil, insanlık dışı koşullarda çalışmayı eleştiriyordu. T. S. Eliot'un, *"Boş zaman kültürün temelini oluşturur,"* sözü gerçeğe dönebilir ve makinelerin çalışıp insanlığın kültür ürettiği bir dünya kurulabilirdi ama öyle olmadı³⁹⁵. Çalışma süreleri, teknoloji geliştikçe uzadı. Ancak çalışma biçimleri de

³⁹¹ Mert Yamak, "Yıllardır Beklediğimiz Haber: Tembel İnsanlar Aslında Daha Zeki!" **WebTekno**, <http://www.webtekno.com/yillardir-bekledigimiz-haber-tembel-insanlar-aslinda-daha-zeki-h19447.html>, (08.08.18).

³⁹² "Tembellik Yüksek Zekânın Belirtisi", **Karar**, 09.08.2016, <http://www.karar.com/hayat-haberleri/tembellik-yukse-k-zekanin-belirtisi-212939>, (08.08.2018)

³⁹³ Paul Lafargue, **Tembellik Hakkı: 1848 "Çalışma Hakkı"nın Çürütülmesi**, (çev. İhya Kahraman), İstanbul: Ayrıntı, 2015, s.10

³⁹⁴ Karl Marx, **1844 El Yazmaları**, Kenan Somer, (çev.), 4.Baskı, Ankara: Sol, 2011, s.142

³⁹⁵ Şenay Aydemir, **Organik Bozukluk: 21.Yüzyılda Tembellik Hakkı**: Kırkmerak, İstanbul: Can, 2016, s.13-15.

bedensel çalışmadan zihinsel çalışmaya doğru kaydı. Bu nedenle ve tembellik ve zihinsel faaliyetlerle ilgili zekâ ve yaratıcılık gibi bilişsel yetenekler arasındaki bağlantılardan dolayı, bu çalışmada tembellik kavramı ile ifade edilen, fiziksel aktivitelerden kaçınma eğilimidir.

Zira 1980'lerden beri yapılan araştırmalar, düşünme ihtiyacı (NFC) skoru yüksek (ve muhtemelen fiziksel aktivite düzeyi düşük) bireylerin bellek görevlerinde daha iyi performans sergilediklerini göstermiştir³⁹⁶. Bu bireyler, genellikle bilişsel olarak zor görevlerde daha başarılıdır³⁹⁷, karar verirken daha fazla gayret sarf ederler³⁹⁸ ve daha doğru kararlar alabilirler³⁹⁹. Düşük NFC skoru (ve yüksek fiziksel aktivite düzeyi) olan bireylerin, düşünürken ve tutumları şekillendirirken, çekicilik veya kişinin ruh hali gibi çevresel bilgiler⁴⁰⁰ ve bağlamsal ipuçlarına⁴⁰¹ daha fazla güvendikleri gösterilmiştir.

2.2. Yaratıcılık Kavramı

Bu başlık altında yaratıcılık kavramının tanımı ve süreci, yaratıcılık beceri ve teknikleri, ilgili kuramlar ve tembellikle ilişkisi ele alınmaktadır.

2.2.1. Yaratıcılık Kavramının Tanımlanması

Bu başlık altında önce yaratıcılıkla ilgili kısa bir tarihçe verildikten sonra yaratıcılık ve yaratıcı düşünme tanımları üzerinde durularak Dewey'in kuramı ve yaratıcılığı etkileyen faktörler değerlendirilecektir.

2.2.1.1. Kısa Tarihçe

İnsana dair en fazla merak uyandıran kavramlardan biri olan yaratıcılık, önceleri daha çok gizemli bir güç olarak değerlendirilse de aslında varolma ve varlığını sürdürme açısından günlük hayatımızın vazgeçilmez bir parçasıdır⁴⁰². Antik Yunanda yaratıcılığın

³⁹⁶ Lawrence E. Boehm, "The Validity Effect: A Search for Mediating Variables", **Personality and Social Psychology Bulletin**, Vol.20, No.3, Haziran 1994 s.285–293; John T. Cacioppo, Richard E. Petty ve Katherine J. Morris, "Effects of Need for Cognition on Message Evaluation, Recall and Persuasion", **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.45, No.4, 1983, s.805–818.

³⁹⁷ John T. Cacioppo, Richard E. Petty, Jeffrey A. Feinstein ve W. Blair G. Jarvis, "Dispositional Differences in Cognitive Motivation: The Life and Times of Individuals Varying in Need for Cognition", **Psychological Bulletin**, Vol. 119, No. 2, 1996, s.197-253

³⁹⁸ Bas Verplanken, Pieter T. Hazenberg ve Grace R. Palenewen, "Need For Cognition and External Information Search Effort", **Journal of Research in Personality**, Vol.26, No.2, June 1992, s.128-136

³⁹⁹ Irwin P. Levin, Mary E. Huneke ve J. D.Jasper, "Information Processing at Successive Stages of Decision Making: Need for Cognition and Inclusion–Exclusion Effects", **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, Vol. 82, No. 2, July 2000, s.171-193

⁴⁰⁰ John T. Cacioppo ve Richard E. Petty, "The Need for Cognition", **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 42, No. 1, 1982, s.116-131

⁴⁰¹ John T. Cacioppo ve diğerleri, 1996, s.197-253

⁴⁰² Alan G. Robinson ve Sam Stern, **Corporate Creativity**, San Fransisco: Berret-Koehler Publishers, 1997, p.5-6

ilham perileriyle bağlantılı olduğu düşünülürdü⁴⁰³. Konuya ilişkin il geliştirilen bu mistik perspektifte yaratıcılık, kaynağı açıklanamayan, kutsal/tanrısal güçlerin bir sonucu olarak ele alınmaktadır. Bugün bile yaratıcı düşüncelerin metafiziksel kuvvetlerce yönlendirildiğini düşünenler mevcuttur. Bu bakış açısı, bilimsel araştırmanın ve yaratıcılık eğitiminin önünü kestiği için zararlı görülmektedir⁴⁰⁴.

Yaratıcılığın tarihi insanlık tarihi kadar eski olmasına rağmen son yüzyılda araştırılan bir konu olmuştur. Poincaré 1900'lerin başında yaratıcı düşüncenin oluşmasına dair aktif bir kuram geliştirmiştir. Yaratıcılık sürecindeki “birdenbire aydınlanmanın, uzun ve bilinçdışı bir ön çalışmanın açık işareti” olduğunu iddia etmektedir⁴⁰⁵. Yaratıcı düşünce, herhangi bir olay karşısında o anda üretilen ya da aniden ortaya çıkan bir fikir olarak değerlendirilir ve zihnin kontrolsüz durumlarında kendini gösterir. Fakat ilham gelinceye kadar mutlaka bilinçli ya da bilinçsiz bir düşünme süreci gerçekleştirilir⁴⁰⁶. Kavramı 1926 yılında ilk ele alanlardan Wallas'a göre⁴⁰⁷ ise yaratıcılık, birdenbire ortaya çıkan-görünen bir olgu değil, aşamaları olan ancak uzun ya da belirgin bir sürece yayılmayan bir yetenek olarak tanımlanmıştır.

1940'larda beyin fırtınası tekniğinin mucidi Amerikalı psikolog Alex F. Osborn tarafından gündeme getirilmiştir⁴⁰⁸. Osborn'un bu kavramı ve savaş yıllarında Amerika'nın yaratıcı potansiyelini en üst düzeye çıkartmak için verdiği uğraşlar, literatürde “karanlıktaki çılgılık” olarak geçmektedir⁴⁰⁹.

Yaratıcılık üzerine izleyen çalışmalar 1950-60'larda çeşitli görüşlerle devam etmiştir. 1950'de Guilford⁴¹⁰ ve 1961 yılında Rhodes tarafından yaratıcılığın dört temel boyutta ele alınabileceği belirtilmiştir. Bunlar, yaratıcı kişi, süreç, ürün ve bağlamdır⁴¹¹. Yaratıcılık farklı disiplinlerde farklı biçimde incelenmesine rağmen genel olarak derinlemesine ilişkisel (yakınsak) düşünme ve/veya farklı (ıraksak) düşünme niteliklerini

⁴⁰³ George Thomson, **İnsanın Özü**, Celal Üster (Çev), İstanbul: Payel Yayınları, 1991, s.77; Kurt Danziger, **Marking the Mind: A History Of Memory**, Cambridge: Cambridge University Press, 2008, p.28

⁴⁰⁴ Zeynep Avanoğlu Kızıltepe, **Öğretim: Eğitim Psikolojisine Çağdaş Bir Yaklaşım**, İstanbul: Ofset Yayınevi, 2004, s.160.

⁴⁰⁵ Esra Aslan, “Kavram Boyutunda Yaratıcılık”, **Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi**, Cilt.2, Sayı.16, 2001, ss.15-22, s.15

⁴⁰⁶ Nilay Gülererli, “Öğretmenlerin Evlilik Uyumları ile Yaratıcılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.30

⁴⁰⁷ Graham Wallas, **The Art of Thought**, England: Solis Press, 2018

⁴⁰⁸ Alex F. Osborn, **How to "Think Up"**. New York, London: McGraw-Hill Book Co., 1942

⁴⁰⁹ Günseli Orhon, **Yaratıcılık: Nörofizyolojik, Felsefi ve Eğitsel Temeller**, Ankara: Pegem Akademi, 2011, s.2

⁴¹⁰ Joy Paul Guilford, “Creativity”, **American Psychologist**, Vol.5, No.9, 1950, pp.444-454

⁴¹¹ Melodi Özyaparak, “Yaratıcı Düşünme Eğitimi: SCAMPER Örneği”, **Üstün Zekâlılar Eğitimi ve Yaratıcılık Dergisi**, Cilt.3, Sayı.1, s.68

taşıması öngörülür⁴¹². Yaratıcılığın mikro ölçekte bireyler ve makro ölçekte toplumlar için önemli bir düşünme becerisi olması, araştırmacıların ilgisini çekmiş ve her alanda/herkes tarafından sergilenebileceği görüşü, çok farklı ve çeşitli tanımlamalara yol açmıştır.

2.2.1.2. Yaratıcılık ve Yaratıcı Düşünce

Yaratıcılık (creativity) kavramı Latince “create” kökeninden gelir ve doğurmak, oluşturmak, ortaya çıkarmak anlamlarında kullanılır⁴¹³. Yaratmak eylemi ise yoktan var etme anlamında olabileceği gibi, mevcut olanlardan yenilerinin üretilmesi veya yeni birleşimler meydana getirmek şeklinde de olabilir⁴¹⁴.

Genel anlamda yaratıcılık, alışılmadık, özgün ancak yararlı ürünler ortaya çıkarmaktır⁴¹⁵. Torrance yaratıcılığı “sorunlara, aksaklıklara, bilgi eksikliklerine, kayıp öğelere, uyumsuzluğa karşı duyarlı olma, sorunları tanımlama, çözüm arama ve kestirimde bulunma” olarak tanımlamaktadır⁴¹⁶. Runco ise yaratıcılığı; yakınsak ve ıraksak düşünmeyi, problem bulmayı ve çözmeyi, kendini ifade etmeyi, içsel motivasyonu, sorgulama yaklaşımını ve kendine güveni içeren çok yönlü bir yapı olarak ifade etmektedir⁴¹⁷.

Yaratıcılık; özgür ve ıraksak düşünme, sorgulama ve analitik düşünme, yargılama ve eleştirel düşünme, mantıklı ve sezgisel düşünme gibi düşünme yeteneklerini kapsar⁴¹⁸. Yaratıcı düşünme, öncesinde birbirleri arasında ilişki kurulmamış nesne veya fikirler arasında ilişki kurmak (bağlantı kurucu düşünme) olarak tanımlanmaktadır⁴¹⁹. Bir başka tanımda yaratıcı düşünme, mevcut bilgiden hayal ve bellek gücü yardımıyla yeni bir fikir oluşturma becerisi ve fikirleri güncelleme süreci olarak tarif edilmektedir⁴²⁰. Yaratıcı düşünme yeteneği, sorunlara yeni bakış açıları geliştirmeye uygun bilişsel bir

⁴¹² Joy Paul Guilford, **Way beyond the IQ**. New York: The Creative Education Foundation, 1977

⁴¹³ Nancy C. Andreasen, **Yaratıcı Beyin: Dehanın Nörobilimi**, Kıvanç Güney (çev.), Arkadaş Yayınevi, Ankara, 2009, s.8; İnci San, **Sanat ve Eğitim: Yaratıcılık**, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2004, s.13

⁴¹⁴ Haluk Gürgen, **Reklamcılık ve Metin Yazarlığı**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 1990, s.58

⁴¹⁵ Robert J. Sternberg, “Patterns of Giftedness: A Triarchic Analysis”, **Roeper Review**, Vol.22, No.4, 2000, s.231

⁴¹⁶ Ellis Paul Torrance ve Orlow E. Ball, **Torrance Tests of Creative Thinking Streamlined (Revised) Manual**, Figural A and B. Bensenville, IL: Scholastic Testing Service, 1984

⁴¹⁷ Mark Runco, **Creativity as an Educational Objective for Disadvantaged Students**, Darby PA: Diane Publishing Company, 1993, p.9

⁴¹⁸ Mark Runco, “Education for Creative Potential”, **Scandinavian Journal of Educational Research**, Vol.47, No.3, 2003, pp.317-324

⁴¹⁹ J. Geoffrey, Rawlinson, **Yaratıcı Düşünce ve Beyin Fırtınası**, Osman Değirmen (çev.), İstanbul: Rota, 1995; Arthur Koestler, **Mizah Yaratma Eylemi**, Sevinç ve Özcan Kabakçıoğlu (çev.), İstanbul: İris Yayıncılık, 1997

⁴²⁰ John F. Feldhusen, “Creativity: A Knowledge Base, Metacognitive Skills, and Personality Factors”, **Journal of Creative Behavior**, Vol.29, No.4, 1995, pp.255-268

stili, yeni bilişsel patikaların araştırılması için gereken bir uygulama yöntemini ve çalışma şeklini içermektedir⁴²¹. Bu durumda yaratıcılık, yeni, orijinal ve yetkinliğe dayalı bir ürün olarak meydana gelmiş ya da henüz ürüne dönüşmemiş, kendine özgü sorun çözme safhalarını içeren, bireyin zekâ öğelerini de orijinal ve üretken bir şekilde kullandığı bir bilişsel yetenektir⁴²². Bunun yanında yaratıcılık, kişinin toplumsal, ruhsal, estetik, bilimsel ve teknik değeri olduğu varsayılan yeni düşünceleri, yorumları, icatları ya da sanatsal nesneleri üretme potansiyeli ve insanın kendi fikri ve becerileri ile problemin belirlenmesini, çözümünü gerektiren durumlar için anlamlı yanıtlar geliştirebilmesi şeklinde tanımlanmıştır⁴²³.

Yaratıcı bireyde; en başta merak, azim, icat yeteneği, maceraperestlik, görsel düşünebilme, hayalperestlik, deneyci, araştırmacı ve birleşimci sonuçlara ulaşabilen bir kişilik yatmaktadır⁴²⁴. Bununla beraber, örneğin, bireyler sanatta veya edebiyatta yaratıcı olabilirler, ancak bu alanlardaki yaratıcılıkların göstergeleri ile bireylerin sözelimi matematikteki yaratıcılık göstergeleri farklıdır. Dolayısıyla yaratıcılık, hangi alanda çalışılıyorsa o alana özgü (örneğin matematiksel yaratıcılık, fen bilimlerinde yaratıcılık, müzikte yaratıcılık vb.) bileşenlerle tanımlanmalıdır⁴²⁵. Yine de yaratıcı kimseler farklı alanlarda çalışıyor da olsalar birtakım ortak özellikler taşımaktadırlar. Yaratıcı kimseler üzerinde yapılan araştırmalar sonucu, yüksek bir ilişkiyle yaratıcılık ifadelerinde tarafsızlık ortaya çıkmıştır. Yaratıcı kimyagerler ve yaratıcı yazarlar, yaratıcı olan ve olmayan kimyagerlere ve yaratıcı olan ve olmayan yazarlara göre daha fazla ortak özelliğe sahip görünmektedirler⁴²⁶.

⁴²¹ Çiğdem Nilüfer Umar, “Karma Öğrenme Yöntemiyle Farklılaştırılmış Öğretim Ortamının Üstün Zekâlı ve Yetenekli Öğrencilerin Akademik Başarılarına, Eleştirel Düşünme Becerilerine ve Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.37-38

⁴²² Esra Aslan, “Torrance Yaratıcı Düşünce Testinin Türkçe Versiyonu”. **Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı.14, İstanbul, 2001, s.19

⁴²³ Philip E. Vernon, “The Nature-Nurture Problem in Creativity”, **Handbook of Creativity**, John A. Glover, Royce R. Ronning ve Cecil Reynolds (eds.), New York&London: Plenum Press, 1989, s.94; John F. Wakefield, **Creative Thinking: Problem Solving Skills and the Arts Orientation**, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1992, s.13; Özlem Koray, “Fen Eğitiminde Yaratıcı Düşünmeye Dayalı Öğrenmenin Öğretmen Adaylarının Yaratıcılık Düzeylerine Etkisi”, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi**, Cilt.10, Sayı.4, Güz 2004, s.583

⁴²⁴ Tülay Üstündağ, **Yaratıcılığa Yolculuk**, 3.baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2005, s.31

⁴²⁵ Şeyma Şengil Akar, “Üstün Yetenekli Öğrencilerin Matematiksel Yaratıcılıklarının Matematiksel Modelleme Etkinlikleri Sürecinde İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017, s.23-24

⁴²⁶ Arzu Demirel Sevimli, “Yaratıcılık ve Sanat Bağlamında Sinema Bir Örnek: Akira Kurosawa”, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.39

2.2.1.3. John Dewey'in Yaratıcı Düşünme Teorisi

Dewey açısından yaratıcı düşünce⁴²⁷;

- 1) Kuşku durumu, duraksama, şaşkınlık, zihinsel güçlük ve
- 2) Arama, bulma, yakalama, sorgulama gerektirir.

Yaratıcı düşünce, belli bir süre arayış ve güvensizliğin hâkim olduğu bir ortamda kalmak anlamına gelir. Yaratıcı düşünce, daha güzel sonuçlara ulaşılması, yaşantının zenginleştirilmesini sağlamak için sistemli bir hazırlık, sorunlar ve deneyimi gerekli kılar. Ona göre, yaratıcılığın temeli; mantık, risk, sezgisel yöntem ve iç görü ile tümevarım karışımından oluşmaktadır.

2.2.1.4. Yaratıcılığı Etkileyen Faktörler ve Zekâ

Kalıtım, doğum sırası, sosyal çevre, cinsiyet, sosyo-ekonomik düzey, kültür, yaş, televizyon, okul, eğitim, aile ve zekâ gibi pek çok faktörün, yaratıcılığı etkileyebileceği düşünülmektedir. Araştırmalar yaratıcılık asgari bir zekâ seviyesine ihtiyaç duyulduğunu (120 IQ), ancak yüksek düzeyde zekânın yüksek düzeyde yaratıcılığı garanti etmediğini, daha zeki bir kişinin daha yaratıcı bir kişi olduğu anlamı taşımadığını göstermektedir⁴²⁸.

2.2.2. Yaratıcılık Türleri, Süreçleri, Becerileri ve Teknikleri

Bu başlık altında öncelikle farklı açılardan yaratıcılık türleri sınıflandırılarak yaratıcılık sürecinin safhaları değerlendirilmektedir. Sonrasında yaratıcılık için gerekli olan beceriler ele alınarak yaratıcılığı geliştirmek için uygulanan teknikler incelenmektedir.

⁴²⁷ Tuba Tanıt, "Eğitim Yöneticilerinin Değer Tercihleri ile Yaratıcılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", **Yüksek Lisans Tezi**, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007, 17

⁴²⁸ Esin Akçum, "5-6 Yaş Çocuklarının Yaratıcılık ve Öğrenime Hazır Oluş Düzeylerine Okul Öncesi Eğitiminin Etkisi", **Yüksek Lisans Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2005, s.20-29; Ankara'da 70 anaokulu üzerinde yapılan Ömeroğlu'nun araştırmasına göre de zekâ ve yaratıcılık arasında pozitif ancak zayıf bir korelasyon vardır. Bkz: Esra Ömeroğlu, "Anaokuluna Giden Beş-Altı Yaşındaki Kız ve Erkek Çocukların Zekâ ve Yaratıcılık Seviyesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1986, s.72; Yüksel Özden, **Öğrenme ve Öğretme**, 7. Baskı, Ankara: Pegem-A Yayıncılık, 2005, s.175

2.2.2.1. Yaratıcılık Türleri

Yaratıcılık farklı düzeylerden meydana gelir. Bu düzeyler⁴²⁹:

Anlamli Yaratıcılık: Öğrencilerin doğal çizimlerinde olduğu gibi, ürünlerin niteliğinin, özgünlüğünün ve yeteneklerin birbirlerinden bağımsız olduğu yaratıcılık türüdür. Bir başka deyişle meydana getirilen eser, ön plandaki özelliğiyle değer taşır.

Üretken Yaratıcılık: Ürünler için yöntemler oluşturmak, esnek denetleme ve sınırlandırma temayülünün söz konusu olduğu sanatsal ve bilimsel ürünlerdir. Genellikle güzel sanatlar alanında meydana getirilen eserleri içerir.

Özgün Yaratıcılık: Malzeme, yöntem ve usüllerle meydana gelen, farklı yeteneklere sahip buluşçular, araştırmacılar ve kâşiflerin yaratıcılıklarıdır. Bilim insanları ve yaşadıkları çağda iz bırakan kişileri içerir. Zira bu kişiler, çağdaşlarından değişik nitelikler taşırlar ve bunu ürettikleriyle açığa çıkarırlar.

Yenilikçi Yaratıcılık: Kavramsal yetenekleri kapsayan değişimlerle ilerlemedir. Bu seviyedeki yaratıcılık, başarıya veya başarısızlığa anlam yüklemeyen yeni eserler meydana getirme gayreti sergileyenlerde bulunur.

Buluşçu (Emergentive) Yaratıcılık: Yeni ilerlemeler kapsamında yüklenilen ve bütünüyle yeni olan ilkelerdir. Başka hiç kimsenin göremediğini kavrayabilen ve ortaya koyduklarıyla derin etkileri olan kimselerde görülen yaratıcılık seviyesidir (Newton, Einstein, Galileo, Madam Curie gibi).

Bunların dışında bireysel, örgütsel ve toplumsal yaratıcılıktan bahsetmek de mümkündür. Kaufman ve Sternberg, bireysel yaratıcılığı düzeylerine göre; büyük yaratıcılık, küçük yaratıcılık ve minik yaratıcılık olarak üçe ayırmaktadır⁴³⁰:

Büyük Yaratıcılık (Big-c-büyük izler): Herkeste görülmeyen yaratıcılığın bu derecesinde büyük, orijinal yapıtlar ortaya koymak gerekir (Mozart, Einstein, vb.). İnsanlık tarihinde uzun yıllar boyunca izler bırakan, kendisinden sonra gelenlere yol gösteren, tanınmış kişilerde görülür.

⁴²⁹ Süleyman Yaman, “Fen Bilgisi Eğitiminde Probleme Dayalı Öğrenmenin Öğrenme Ürünlerine Etkisi”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2003, s.70-71

⁴³⁰ James C. Kaufman ve Robert J. Sternberg, **The Cambridge Handbook of Creativity**, Cambridge: Cambridge University Press, 2010

Küçük Yaratıcılık (Little-c-günlük yaratıcılık): Herkeste az çok bulunan bu yaratıcılık derecesi, büyük buluşlar ve özgün eserler yerine daha çok günlük aktivitelerde görülür.

Mini Yaratıcılık (Mini-C-transfer öğrenme): Kişinin deneyimlerini tekrar yorumlayarak ortaya yeni bir ürün çıkarmasıdır. Bu yaratıcılık derecesi öğrenme ile yaratıcılık ilişkisi üzerinde durmaktadır⁴³¹.

2.2.2.2. Yaratıcılık Süreçleri

Yaratıcılığın ve yaratıcı düşünmenin sistemli ve organize olmuş bir süreç olduğu bilinmektedir. Yaratıcı düşünme süreci ile ilgili en basit açıklamayı getiren model Graham Wallas'ın 1926'da geliştirdiği modeldir. Wallas'ın bu modeli aşağıda açıklanan dört aşamadan oluşmaktadır⁴³²:

Hazırlık aşamasında; birey konuya odaklanır ve üzerinde uğraştığı konu ile ilgili bilgilerini değerlendirir, gözden geçirir ve üzerine bilgi ekler. **Kuluçka aşamasında;** birey bir nevi zihnini dinlendirir. Görünüşte konudan uzaklaşmış gibidir ama beyin bilinçaltında düşünmeye devam eder. Bu süreç tutulan hamurun mayalanmasını beklemeye benzemektedir.

Aydınlanma evresi, fikrin dogması; anlık bir süreçte- tıpkı Arşimet gibi - son parçanın bulunmasıdır. Artık ortaya konulmaya çalışılan ürünün eskiz çalışmaları bitmiş ve resim ortaya çıkmaya başlamıştır.

Doğrulama (değerlendirme) evresinde fikrin geliştirilmesi ise; ortaya çıkan tablo üzerindeki son çizimlerin yapılmasına benzemektedir. Üzerinde düşünülen konu artık bir ürüne dönüşmüştür ve bu ürünün işlerliği üzerinde birtakım çalışmalar yapılarak ortaya atılan fikir geliştirilecektir. Problemin çözülmediği görülürse süreç tekrar başlatılır ya da ufak tefek değişikliklere uğratarak çözüme ulaşılır.

Yaratıcılığa ait zihinsel süreçler ise şöyle özetlenebilir⁴³³:

Algı: Yaratıcılığın oluşumunda düşünsel ve bilişsel sürecin ilk adımı algıyla başlar. Algı duyu organının beyinde kaydettiği bir uyarıcının yorumlanmasıdır. Beş duyu

⁴³¹ Kaufman ve Beghetto daha sonra bir dördüncü türü daha ekleyecektir: profesyonel yaratıcılık (professional expertise: pro-c). Bkz. James C. Kaufman ve Ronald A. Beghetto, "Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity", **Review of General Psychology**, Vol.13, No.1, 2009, s.4

⁴³² Graham Wallas, a.g.e., 2018; Trevor Bentley, **Takımınızın Yeteneklerini Geliştirmede Yaratıcılık**, Onur Yıldırım (çev.), İstanbul: Hayat Yayınları, 1999, s.76-77; İnci San ve Hasan Güleriyüz, **Yaratıcı Eğitim ve Çoklu Zekâ Uygulamaları**, Ankara: Artım Yayınları, 2004, s.27-28

⁴³³ Fatma Ü. Yıldız ve Tülay Şener, **Okul Öncesi Dönemde Yaratıcılık Eğitimi**, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016, s.5-8

ile aldığımız her türlü uyarıcı yaratıcılığı etkiler. Ancak görsel algı imge ve imgelemi etkilediği için daha önemli bir yer tutar.

İmge: Düşünme sürecinde görme eylemi nihayetinde geliştirilen üniteler ve imajlar çeşitli zorluklarla meydana gelmekte olup, her imge fazla sayıda veri ve algısal, subjektif ve sembolik pek çok intiba yüklenmektedir.

Duygu: Duyuların, yaratıcılığın ortaya çıkmasında ve ilerlemesinde ehemmiyeti yüksektir. Yaratıcılık hem fikri hem algısal hayata beraber tekabül etmektedir. Duyguların yönünün niteliği fark etmeksizin, aralarındaki çelişkiler veya kişinin dış çevreye ve iç yapısına uyumunu güçleştiren duygusal teşekküller yaratıcılığı etkilemektedir.

Simgeler: Bir konuyu, olguyu, hissi, fikri ve eşyayı somut nesne veya işaret gibi kısaltmalar aracılığıyla ifade etme biçimidir. Simgeler, nesne, olay ve olguların geçici olan temsilcileridir. Bireyler, kültürleri ifade eden simgeleri bildiklerinde, pek çok kavram yaratabilirler, yok edebilirler veya tasarlayıp hayata geçirebilirler veya kendine özgü şekilde değiştirebilirler. Kişinin türettiği renk ve sesler, şekiller, yüzey ve kurguların aşına olduğunu fark etmesinden sonra simgeler meydana gelmektedir.

İmgelem (Hayal Zenginliği): İmgesel düşünce oldukça eski bir düşünme şekli olup rasyonel (akılcı) düşüncenin zıttıdır. İmgelerden yararlanan bu düşünme biçiminde, bilginin alınış şekli de imgeseldir. Çizgisel değildir. Çok taraflı, çok manalı, çok kapsamlıdır. Sonuçları doğru-yanlış yerine aleni-karmaşık olarak değerlendirilir. İmgesel düşünce sebep-sonuç bağlantısı yerine anlam ve sonuca odaklanır.

Mecaz (metafor): Goleman, insanların hayatlarına, ifadelerine, hislerine anlam yüklemelerinde etkisi olan çağrışımların ortaya çıkardığı mecazın; enteresanlık, farklılık, orijinallik, esneklik ve hassaslığı birleştirdiğini ileri sürer. Olumlu ruhsal durumlar, esnek ve kompleks düşünebilme becerimizi güçlendirmektedir. Sorunlara çözüm bulmayı kolaylaştırmaktadır.

2.2.2.3. Yaratıcı Düşünme Becerileri

Yaratıcı düşünme süreci karmaşık faaliyetlerden meydana gelir. Bu işlem süresince bilgi, maharet, kişisel alışkanlıklar, teorik ve uygulamalı kavramlar faal biçimde işe karışır⁴³⁴. Yaratıcılık özellikleri de denilen yaratıcı düşünme becerilerinin her

⁴³⁴ Süleyman Yaman ve Necati Yalçın, "Fen Bilgisi Öğretiminde Probleme Dayalı Öğrenme Yaklaşımının Yaratıcı Düşünme Becerisine Etkisi", **İlköğretim-Online**, Cilt.4, Sayı.1, s.44

biri sanattan bilime kadar her alandaki yaratıcılık için belirleyicidir. Lowenfeld, Guilfort ve Torrance gibi pek çok araştırmacı tarafından, çok sayıda özellik ifade edilmekle beraber, en yaygın kabul edilen dört beceri aşağıdaki gibidir⁴³⁵:

Akıcılık, sınırlı bir zaman içerisinde olabildiğince fazla sayıda benimsenebilecek düşünce, fikir, çözüm ve seçenekler üretebilme ve değerli olanları seçebilme yeteneğidir. Olabildiğince fazla fikir üretebilme ve bu fikirler arasından en değerli olanları seçebilme yeteneğidir⁴³⁶.

Esneklik, geçmiş öğrenmelere dayalı zihinsel engellerin üstesinden gelme ve probleme bakış açısını değiştirerek aynı uyaranla ilgili olarak bireyin fikir kategorileri arasında sıkça gidip gelebilme yeteneğidir. Bir problem hakkında değişik bakış açıları geliştirebilme, farklı boyutları açığa çıkarabilme, farklı kategorilerde fikir üretme, bir duruma farklı paradigmalardan yaklaşabilmelidir⁴³⁷.

Özgünlük, sorulan bir soruya farklı cevaplar verebilmek, üzerinde düşünülen bir konuya farklı bakış açıları ile bakabilmek ve yeni açılımlar getirebilmektir. Bu bağlamda orijinallik bir fikrin yeniliği ya da garipliğidir⁴³⁸.

Zenginleştirme, düşünmeyi, uzatmayı, detayları vermeyi ve fikirleri toplamayı gerektirir. Zenginleştirme diğer kişilerin düşünceleriyle de yapılabilir. Bilgi birikimi, uzmanlık, yaratıcı düşünce, motivasyon ve iletişim becerileriyle birlikte bu özellikler, yaratıcılığın öğeleri olarak da adlandırılmaktadır. Daha sonra bu yaratıcılık özelliklerine, problemlere hassaslık, problemleri belirleyebilme, imgeleme, çocuklaşma, benzeşimli düşünme, örnekseme, ölçme, inceleme, birleştirme, feraset, mantık, atipik ilişkiler kurma gibi yenileri eklenmiştir⁴³⁹.

⁴³⁵ Emily R. Lai, Jessica Yarbrow, Kristen DiCerbo, Els de Geest, **Skills for Today**, London: Pearson, 2018, p.8; Başak Şoher, “Moda Tasarımı Eğitiminde Sürrealizm Sanat Akımının Öğrencilerin Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Eylül 2012, s.22-23

⁴³⁶ Esen Ersoy ve Neş'e Başer, “İlköğretim 6. Sınıf Öğrencilerinin Yaratıcı Düşünme Düzeyleri”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.2, Sayı.9, Güz 2009, s.130

⁴³⁷ Basri Atasoy, Hakkı Kadayıfçı ve Hüseyin Akkuş, “Öğrencilerin Çizimlerinden ve Açıklamalarından Yaratıcı Düşüncelerinin Ortaya Konulması: Çizimler ve Açıklamalar Yoluyla Yaratıcı Düşünceler”, **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt.5, Sayı.4, Ağustos 2007, s.683

⁴³⁸ Yasemin Argun, **Okul Öncesi Dönemde Yaratıcılık ve Eğitimi**. Ankara: Anı Yayıncılık, 2004

⁴³⁹ Gülözge Gülel, “Sınıf Öğretmeni Adaylarının Yaratıcılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, Temmuz 2006, s.19-20

2.2.2.4. Yaratıcılığı Geliştirme Teknikleri

Yaratıcılığın öneminin anlaşılmasına başlanmasıyla beraber ülkemizde pek çok araştırmacı, bu tekniklerin neler olduğu ve nasıl uygulanacağı ile ilgili çalışmalar yapmaktadır. Örneğin, Samurçay çocuklarda⁴⁴⁰, Öztürk eğitimde⁴⁴¹, Bumin ve Erkutlu örgütlerde⁴⁴² ve Karakuş atıştırmalık üretim sektöründe⁴⁴³, bu yöntemleri incelemiştir. Yaratıcı düşünme ve problem çözme tekniklerinden bazıları aşağıda sıralanmıştır.

Beyin Fırtınası ve Ters Beyin Fırtınası: Beyin fırtınası, “çok sayıda fikri, bir grup insandan kısa sürede elde etme tekniği” olarak tanımlanabilir. Bu çok sayıda fikrin hepsinin iyi fikir olması şart değildir. İdeal grup büyüklüğü 5-12 kişi arasındadır. Lider grup üyesi olmakla birlikte, sorunun çözümüyle birinci dereceden ilgili birinin olmaması tercih edilir. Sürece tam olarak katılması ve herkesin aynı şekilde düşünmesine engel olması gereken lider, başarı veya başarısızlığı belirleyecek kişidir⁴⁴⁴. İleri sürülen fikirlerin kalitesinden ziyade miktarı önemlidir. Serbest, teşvik edici bir ortam oluşturulmalı ve eleştirmek yasaklanarak değerlendirme sonraya bırakılmalıdır. Fikirlerin çaprazlanması ve geliştirilmesi esastır⁴⁴⁵.

Tekniğin ilerleyiş süreci problemin tanımlanmasıyla başlar ve problemin tartışılması, yeniden tanımlanması ve alternatif çözümlerin sorgulanması süreciyle devam eder. Bu aşamada önce konuyla ilgili ya da ilgisiz bir nesne üzerinden ısınma turu gerçekleştirilerek katılımcıların fikir üretmeye başlamaları sağlanır. Sonrasında gerçek beyin fırtınası, en akla gelmeyecek fikir aşaması ve değerlendirmeyle süreç tamamlanır. Değerlendirmede en iyi fikir, icra edilmek için bu sürece katılanların puanlamalarıyla seçilir. Başarılı bir beyin fırtınası çalışmasının sırrı, yakınsak ve ıraksak düşünce süreçlerini bilinçli bir biçimde, birbirinden ayrı tutabilmektir.

Beyin fırtınası, başarılı olabilecek düşünceler ve yöntemler teması üzerinde ilerler. Düşünce ve fikirler nasıl başarısız olabilir ana fikri üzerinden gerçekleştirilmesine (şeytanın avukatı) ise **ters beyin fırtınası** denir. Bu şekilde yapılabilecek yanlışlar ve karşılaşılabilecek pürüzler aranır⁴⁴⁶.

⁴⁴⁰ Neriman Samurçay, “Yaratıcılığı Geliştirme Yöntemleri”, **Eğitim ve Bilim**, Cilt.5, Sayı.30, 1981, s.18-25

⁴⁴¹ Ergün Öztürk, “Yaratıcılık ve Eğitim”, **Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı.1, 2001, s.162-163

⁴⁴² Birol Bumin ve Hakan Erkutlu, “Örgütlerde Yaratıcı Düşünceyi Geliştirme”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.22, Sayı.1, 2004, s.238-244

⁴⁴³ Güzide Karakuş, “Örgütsel Yaratıcılığı Arttırmak için Öneri Geliştirme Sistemi: Atıştırmalık Üretim Sektöründe Bir Uygulama”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt.10, Sayı.1, 2018, s.264

⁴⁴⁴ Donald H. Weiss, **Problem Çözümünde Yaratıcılık**, Doğan Şahiner (çev.), İstanbul: Rota Yayıncılık, 1993, s.57

⁴⁴⁵ Michel-Louis Rouquette, **Yaratıcılık**, 2.baskı, Işıl Gürbüz (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1994, s.57-59

⁴⁴⁶ Scott G. Isaksen, **A Review of Brainstorming Research**, New York: Creative Problem Solving Group Monograph 302, 1998, p.4-5; J. Geoffrey Rawlinson, **a.g.e.**, s.48-49

Gordon Tekniği, beyin fırtınasına benzeyen daha sistemli bir yöntemdir. Öteki yöntemlerde olduğu gibi grubun bütün üyeleri yaratıcı düşünce geliştirecek konuyu tam olarak bilmez. Amaç belirsiz olduğundan yaratıcılık önyargı ve alışkanlıklardan arındırılmış olur. **Nominal Grup Tekniği** ise genelde küçük gruplara uygulanan bir problem çözme tekniğidir. Problem çözmede belirsizliğin hâkim olduğu durumlarda etkin olarak kullanılabilecek bir tekniktir⁴⁴⁷. Beyin Fırtınası ve Gordon tekniklerine benzer.

Düşünme Şapkaları Tekniği: Düşünme şapkaları tekniği 6 şapkadan oluşmuştur. Beyaz şapka, olgular ve rakamların tarafsız ve objektif bir şekilde ortaya konmasını istemeyi ifade ederken, kırmızı şapka düşüncesi, duygularla, sezgilerle ve düşünmenin akılcı olmayan yönleriyle ilgilidir. Siyah şapka düşünmesi konuya mantıklı ve olumsuz taraftan bakarken, sarı şapka ise olumlu ve iyimserdir. Yeşil düşünce şapkası daha çok yeni fikirlerle ve yeni perspektiflerle alakalıdır. Yeşil şapka düşüncesi değişim yolunda bilinçli ve yoğun bir çaba harcamak demektir. Mavi şapkayı takarken ise konuyu artık düşünmeyiz, onun yerine konuyu araştırmak için nasıl bir düşünme yolu seçilmesi gerektiğini düşünürüz. Odaklanma yönü mavi şapka düşünmesinin kilit rollerinden birisidir⁴⁴⁸. **Düşünce Haritası** tekniğinde ise değişiklik ve ajitasyon temeldir. Ele alınan konuyla alakalı fikirler müşterek konuyla bağlantılandırılmaya çalışılır⁴⁴⁹.

Simülasyon ve Benzetme Teknikleri: Benzetme tekniğinin iki önemli basamağı vardır. Birincisi, yabancı gelen düşünceleri benzer, ikincisi de benzer gelen düşünceleri yabancı yapmaktır. Tekniğin işleyişinde problem, amaçlar ve istenilen sonuçlar belirlendikten sonra uygun bir örnek seçilir ve mümkün olduğunca gerçek probleme benzetilir. Kriterler belirlendikten sonra her fikir örneğe uygulanarak değerlendirilir ve en içlerinden uygun olan seçilir. Simülasyon tekniğiyle çok benzerdir. Gerçek uygulamanın yanında, bir fikrin nasıl bir sonuç vereceği simülasyon tekniği ile de elde edilir. Yani fikrin kullanılabilirliği; problemin küçük bir modeli olan aynı tip bir problemde uygulamaya konularak elde edilebilir⁴⁵⁰.

Matriks Tekniğinin amacı bir anahtar kelime endeksi oluşturup daha sonra bu endekste ki kelimelerin çeşitli bileşimlerinden faydalanarak yeni fikirler ortaya çıkarmaktır.

⁴⁴⁷ Carl M. Moore, **Group Techniques For Idea Building**, Sage: California, 1994, s.10; Irvin Summers ve David E. White, "Creativity Techniques: Toward Improvement of the Decision Process", **The Academy of Management Review**, Vol.1, No.2, 1976, pp.99-107

⁴⁴⁸ Edward De Bono, **Altı Şapkalı Düşünme Tekniği**, Ercan Tuzcular (çev.), İstanbul: Remzi Kitabevi, 1997, s.38, 58, 82, 110, 132, 165

⁴⁴⁹ Gülel, s.23

⁴⁵⁰ John S. Dacey, **Fundamentals of Creative Thinking**, New York: Jossey-Bass Inc, 1988, s.125-126

Kontrol Listesi ise ele alınan konuyla ilgili yaratıcı birey veya gruplara, yaratıcı fikir bulma sürecini basitleştirmek için önceden hazırlanmış sorular sorulması tekniğidir. Burada yapılmak istenen soruyla konu arasında bağlantı kurularak yeni fikir üretilmesini güdülemektir⁴⁵¹.

Yaratıcı Değişim Tekniğinin diğer tekniklerden farkı ortada çözülmesi gereken bir problem yokken bile uygulanabilmesidir. Alışkanlıklardan kaynaklanan aynı yöntemlerin sürekli kullanılmasını değiştirmeye çalışan bir tekniktir⁴⁵².

Odaklanmış Nesne Tekniği ise rasgele veya bilinçli olarak seçilen nesneler arasında ilişkiyi bulmayı zorlayarak fikir üretmeyi amaçlar. Teknik, problemle ilgili olmayan nesneler de kullanılabildiği için üretilen fikirlerin özgünlüğünü arttırabilir. Bu nedenle, fayda ve özgünlük yararlarını dengeleyen bir yöntemdir.

Varsayımları Sorgulama: Bu tekniğe göre varsayımlar değiştirilerek, tersinden ele alınarak, sorgulayarak, kişiler yaratıcı düşünmeye motive edilebilir. Bu tekniklerin dışında, ters çevirme, yeniden düzenleme, alternatifler üretme, hedefe yönelme tekniği, farklı kullanım alanlarını arama, meydan okuma, 5N1K, yaratıcı duraklamalar yapma, bir araya getirme, fikir yazımı, sınıflandırma, soru üretme, nedenlerini tahmin etme veya soruşturma, hayal etme gibi pek çok farklı teknik tavsiye edilmektedir⁴⁵³. Bunların yanı sıra yaratıcı drama ve örnek olay incelemesi de yaratıcılığı artıran tekniklerdendir.

Yaratıcı Drama: Yaratıcı drama, rol yapma, doğaçlama çalışmalar gibi tiyatro ya da drama tekniklerinden faydalanarak, bir takım çalışması halinde, kişilerin bir yaşantı, olay, fikir, kavram ya da davranışları önceki zihinsel süreçlerde tekrar düzenlenmesi şeklinde gözden geçirilerek gözleme, deneyime, duyguya ve yaşantılara bağlı olarak anlamlandırmaya çalışmasıdır. **Yaratıcı dramanın özünde oyun düşüncesi vardır**⁴⁵⁴. Gerek ülkemizde gerekse yurt dışında yapılan araştırmalar, yaratıcı drama etkinliklerinin yaratıcılık üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermektedir⁴⁵⁵.

⁴⁵¹ Morgan W. McCall Jr ve Robert E. Kaplan, **Whatever it Takes: The Realities of Managerial Decision Making**, Second Edition, Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, 1990, s.145; Gülel, s.23

⁴⁵² Edward De Bono, **Serious Creativity: Using the Power of Lateral Thinking to Create New Ideas**, London: Harper Collins, 1993, s.104, 118

⁴⁵³ Arthur B. Van Gundy, **Techniques of Structured Problem Solving**, New York: Van Nostrand Reinhold, 1998, s.99-100; Gülel, s.24

⁴⁵⁴ İnci San, **Eğitimde Yaratıcı Drama**. Ankara: Naturel Kitap Yayıncılık, 2002, s.81

⁴⁵⁵ Rogene Peak ve Connie Hull, "The Effects of Relaxation and Imagination Exercises on the Creativity of Elementary Children", **Educational Research Association**, October, Vol.13, No.15, 1983, s.20; Hilal Erkan, "Altı Yaş Grubu Çocukların Yaratıcılıklarına Drama ve Rahatlama Çalışmalarının Etkisi", **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2005, s.111; Yılmaz Kara ve Figen Çam, "Yaratıcı Drama Yönteminin Bazı Sosyal Becerilerin Kazandırılmasına Etkisi", **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.32, 2007, s.152

2.2.3. Yaratıcılıkla İlgili Kuramlar

Farklı disiplinlerin yaratıcılık olgusunun farklı boyutlarını temel alarak geliştirmiş olduğu kuram ve tanımlamalar çeşitlilik göstermektedir. Bu çalışmada, literatürde yer alan yaklaşımlar, yaratıcılık olgusunu “kişilik”, “ölçüm” ve “süreç” yönüyle ele alan yaklaşımlar olmak üzere üç grup⁴⁵⁶ altında değerlendirilecektir.

2.2.3.1. Yaratıcılık Olgusunu “Kişi” Yönüyle Ele Alan Yaklaşımlar

Yaratıcılık olgusunu, yaratıcı davranışta güdülenme, yaratıcı bireylerin belirleyici kişilik özellikleri gibi “kişilik” yönüyle ele alan yaklaşımlar, psikanalitik, hümanistik ve sistematik olmak üzere üç grup altında değerlendirilebilir.

Psikanalitik Kuram: Psikanalitik kuram, yaratıcılığın kökenleri, anlatımları, güdülenmeleri, sapmaları ve verimleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Temellerini Sigmund Freud’un id (ilkel ben), ego (ben), süper egonun (üst ben) davranış üzerindeki etkisini vurgulayan yapısal ve topografik kuramından⁴⁵⁷ alan psikanalitik görüş, Otto Rank, Ernst Kris, Lawrence S. Kubie, Heinz Kohut, Carl G. Jung gibi araştırmacıların düşünceleriyle desteklenmiştir⁴⁵⁸. Yaratıcılığın bilinçaltı yıkıcı dürtülerin yerini alacak bir güdülenmeden doğduğunu savunan psikanalitik görüşe göre, yaratıcılık ile ruhsal travmalarda kullanılan savunmalar arasındaki farklılık bireyin eksiklik duyduğu duyguları dönüştürmek amacıyla yaratıcı ürün oluşturma sürecine yönelmesinden kaynaklanır. Buna göre, yaratıcılık, bir yandan doğuştan gelen bir güç, diğer yandan ise bireysel çatışma ve sorunların çözümüdür⁴⁵⁹.

Hümaniter Yaklaşım: Psikanalitik kuramdan farklı olarak insan potansiyeline verdiği değerle yaratıcılığın bireyin kendi ego kontrolü ile gerçekleşebileceği görüşünü öne süren hümaniter yaklaşıma göre, yaratıcılık, “ürün” ya da “süreç” temelli olmaktan çok bireyin iç ve dış yaşamının niteliği ile ilgilidir. Abraham Maslow, Carl Rogers, Erich

⁴⁵⁶ Ayla Ayyıldız Potur, “Mimarlık Eğitimi Başlangıcında Bireyin İlgili-Yetenek-Yaratıcılık Düzeyi ile Tasarım Performansı Arasındaki İlişkiler”, **Doktora Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2007, s.47

⁴⁵⁷ Sigmund Freud, **Ego ve Id**, Selin Ceylan Gülsay (çev.), İstanbul: Oda Yayınları, 2019

⁴⁵⁸ Carl Gustav Jung, **Analitik Psikoloji**, Ender Gürol (çev.), İstanbul: Payel Yayınevi, 1997; Otto Rank, **Doğum Travması**, Sabri Yücesoy (çev.), 2.Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2019; Ernst Kris ve Otto Kurz, **Sanatçı İmgesinin Oluşumu**, Sabri Gürses (çev.), 2.Baskı, İstanbul: İthaki Yayınları, 2016; Lawrence S. Kubie, **Neurotic Distortion of the Creative Process**, Kansas: University of Kansas Press, 1958; Heinz Kohut, **Kendiliğin Yeniden Yapılanması**, Oğuz Cebeci (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 2013

⁴⁵⁹ Potur, s.47-48; Ezgi Yaz, “Yalnızlığın Çocukluk Çağı Travmatik Yaşantılarının ve Dissosiyatif Yaşantıların Yaratıcılıkla İlişkisinin Değerlendirilmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.57-59

Fromm gibi hümanist psikolojinin öncüleri⁴⁶⁰ tarafından ortaya konan bu görüşe göre yaratıcılık, özgerçekleştirmenin (kendini gerçekleştirme, self-actualization) gelişimiyle açıklanır. Kavram, bireyin kendi yeteneklerinin ve özelliklerinin farkında olması olarak tanımlanırken, kendi kendini yönlendirebilen bağımsız yapısı, bireyin yaratıcı süreçte en üst düzeyde özgerçekleştirim sağlamasına olanak vermektedir⁴⁶¹.

Tipolojik Kuramlar: Yaratıcı insanların mikro ve makro seviyedeki unsurlarla ilişkili kilit özelliklerinin sınıflandırılmasında dikkate alınan kişisel farklılıklar, tipolojik kuramlarda çeşitliliğe yol açar. Sınıflandırmalarda yaş dönemleri, kişilik, çalışma alanları ve yöntemleri, kariyer patikaları (arayanlar, bulanlar, erken-kavramsal, geç-deneysel, vb.) gibi farklı kriterler kullanılarak yaratıcı insanların bireysel farklılıkları anlamlandırılır⁴⁶².

Sistematik Kuramlar: Yaratıcılığa bireyle dış dünya arasındaki (sistem ve alt sistemler) bir etkileşim olarak yaklaşan sistematik teorilere göre insan beyninin mekanizmaları, yaratıcı süreci açıklamak için yeterli değildir. Yaratıcılık, ancak bir dışsal çevrenin düzleminde (birey, alan, saha) anlam kazanır. Birey, toplum ve kültürün etkisi altında yeni fikirler ortaya koyar ve bunlar ilgili disiplinde kabul gördüğü takdirde yaratıcılık ortaya çıkar. Sistematik kuramcılar, genellikle bazı bilim dallarını, dünyayı çok derin ve kesin değişikliklere uğratan olağanüstü yaratıcılıkları çalışırlar. Bununla birlikte, yaratıcılığın karmaşık sistemlerin, bireylerin ve kültürel bağlamların bir parçası olarak ele alınması düşüncesi daha farklı durumlarda da uygulanabilir⁴⁶³.

Kavramsal Sistemler Yaklaşımı: Kavram; *nesnelerin, olayların ve olguların ortak özelliklerini kapsayan ve bir ortak ad altında toplayan zihindeki soyut ve genel tasarımıdır*⁴⁶⁴. Kavramsal sistemler yaklaşımına göre kişilerin ***bilgi düzeyi, bilgi işleme ve olguları birleştirme yetenekleri*** arasındaki farklılıklarla birlikte alana özgü unsurlar,

⁴⁶⁰ Abraham H. Maslow, **Motivation and Personality**, Second Edition, New York, Harper & Row, 1970; Carl Rogers, *Toward a Theory of Creativity*, **ETC: A Review of General Semantics**, Vol.11, No.4, 1954, pp.249-260; Erich Fromm, **On Being Human**, New York: Continuum, 1994

⁴⁶¹ Potur, s.49; Vural Çelikoğlu, “Stüdyo Fotoğrafçılığında Yaratıcılık”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul, 2009, s.8

⁴⁶² David W. Galenson, “Anticipating Artistic Success (or, How to Beat the Art Market): Lessons from History”, **National Bureau of Economic Research Working Paper** No.11152, Cambridge, 2005, p.14-15; Aaron Kozbelt, Ronald A. Beghetto, Mark A. Runco, “Theories of Creativity”, **The Cambridge Handbook of Creativity**, James C. Kaufman, Robert J. Sternberg (Eds.), Cambridge: Cambridge University Press, 2010, pp.20-47; Bayard D. Nielsen, Cynthia L. Pickett, Dean K. Simonton, “Conceptual Versus Experimental Creativity: Which Works Best on Convergent and Divergent Thinking Tasks?”, **Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts**, Vol.2, No.3, 2008, pp.131-138

⁴⁶³ Mihaly Csikszentmihalyi, “Society, Culture, and a Person: A Systems View of Creativity”. **The Nature of Creativity: Contemporary Psychological Perspectives**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1988, pp.325-340; Mihaly Csikszentmihalyi, “A Systems Perspective on Creativity”, **Handbook of Creativity**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.313-330

⁴⁶⁴ TDK, **Türkçe Sözlük**, Ankara: Türk Dil Kurumu, 2011, s.1358

farklı yaratıcılıkların ortaya çıkmasıyla sonuçlanır. Olguların birleştirilmesiyle ilgili zihinsel süreçler, kural öğrenme ve şemalar aracılığıyla gerçekleştirilir⁴⁶⁵.

Sosyokültürel ve Historiometrik Yaklaşımlar: Historiometri kavramı, *kişinin zaman içerisinde kazandıkları üzerine niceliksel analizler yapan bir davranış bilimleri disiplini* olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım çerçevesinde yapılan çalışmalarda, arşiv taraması ve diğer araştırmalarla, sosyal, politik, kültürel ve kişisel (geçmiş bilgisi-background, yaş, sağlık durumu gibi) faktörlerin dahilerin tanınmışlık, üretkenlik ve özgünlükleri üzerindeki etkileri incelenmektedir. Varyasyonlar, kültürel miras, buluş kavramları ve deneme-yanılma yöntemleriyle yaratıcılık, başarılı bir eylem olarak ele alınmaktadır⁴⁶⁶.

2.2.3.2. Yaratıcılık Olgusunu “Ölçüm” Yönüyle Ele Alan Yaklaşımlar

Yaratıcılık, soyut-özel-karmaşık yapısı ve gelişiminde etken olan kişisel (bilişsel, meta bilişsel, motivasyonel, duyuşsal), sosyal ve çevresel faktörler nedeniyle ölçüm yönüyle tartışılan bir olgu olarak dikkat çekmektedir. Yaratıcılığın ölçümü konusu, kavramın kapsamı ve çok katmanlı yapısı nedeniyle ilgi çekmektedir.

Faktöriyalist Kuram: Bu yaklaşımın başlıca temsilcilerinden ve çalışmalarında “yakınsak” ve “ıraksak” düşünceleri tanımlayan Guilford, bireyin ıraksak düşünce yeteneği yüksek olduğunda yaratıcılığının verimli olduğunu ifade etmektedir. Guilford çalışmalarında, yüzlerce nitelikten oluşan zekâyı açıklamış, modelini sadeleştirerek işlemler, ürünler ve içerikler şeklinde üç boyuta indirgemıştır. İşlemler boyutu; bellek, bilişsellik, ıraksak düşünme, yakınsak düşünme ve değerlendirme süreçlerinden, içerikler

⁴⁶⁵ Danny Miller ve Lawrence A. Gordon, “Conceptual Levels and the Design of Accounting Information Systems”, **Decision Sciences**, Vol.6, No.2, 1975, pp.259-269; Chiu-Shui Chan, “Cognitive Processes in Architectural Design Problem Solving”, **Design Studies**, Vol.11, No.2, 1990, pp.60-80; Alan Garnham, **The Mind in Action: A Personal View of Cognitive Science**, London: Routledge, 1991; Marvin Karlins, “Conceptual Complexity and Remote Associative Proficiency at Creativity Variables in a Complex Problem-Solving Task”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.6, No.3, 1967, pp.264-278; George A. Kelly, **The Psychology of Personal Constructs**, London: Routledge, 1991; Rivka Oxman, “Prior Knowledge in Design: A Dynamic Knowledge Based Model of Design and Creativity”, **Design Studies**, Vol.11, No.1, 1990, pp.17-28; Harold M. Schroder, Michael J. Driver, Siegfried Streufert, **Human Information Processing: Individuals and Groups Functioning in Complex Social Situations**, New York: Holt, Rinehart & Co, 1967

⁴⁶⁶ Dean Keith Simonton, **Genius, Creativity and Leadership**, Cambridge: Harvard University Press, 2014; Dean Keith Simonton, “Historiometric Studies of Genius”, **The Wiley Handbook of Genius**, D. K. Simonton (Ed.), 2014, pp.87-106; Dean Keith Simonton, “Creativity from Historiometric Perspective”, **Handbook of Creativity**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.116-133; Ronald A. Finke, Steven M. Smith ve Thomas B. Ward, **Creative Cognition Theory, Research, and Applications**, Cambridge: MIT Press, 1992; Hans J. Eysenck, “The Measurement of Creativity”, **Dimensions of Creativity**, Margaret Boden (Ed.), Cambridge: A Bradford Book, 1996, pp.199-242; Tom Heath, “Creativity in Architecture”, **Companion to Contemporary Architectural Thought**, Ben Farmer, Hentie J. Louw, Adrian Napper (Eds.), New York: Routledge, 1993, pp.289-293

boyutu; şekiller, semboller, anlamlar ve davranışlardan ve ürünler boyutu ise kavrayışlar ve cevaplardan oluşmaktadır⁴⁶⁷.

Psikometrik Yaklaşımlar: Yaratıcılık üzerine yapılan araştırmaların önemli bir kısmı, genel anlamda kişilik ve zekâ kavramları üzerinde durmasına rağmen, bilişsel beceriler, düşünme tarzı, problem çözme yeteneği, hobiler, benlik, kendini gerçekleştirme, akademik başarı, ebeveyn tutumları, eleştirel düşünce, endişe düzeyi, kontrol odağı gibi pek çok alt kavram ile yaratıcılık arasındaki ilişkiler çeşitli psikometrik araştırmaların konusunu oluşturmuştur. Yaratıcılık tanımında ölçümü vurgulayan kuramcılar arasında Torrance, Barron ve Harrington, Mac Kinnon ve Hall, Kirton sayılabilir⁴⁶⁸.

2.2.3.3. Yaratıcılık Olgusunu “Süreç” Yönüyle Ele Alan Yaklaşımlar

Yaratıcılığı “süreç” yönüyle ele alan yaklaşımlar, düşünme, muhakeme etme, analiz- sentez, problem çözme, enformasyon işleme gibi faaliyetlerden oluşan yaratıcılığın zihinsel ve bilişsel bir süreç olduğu ana fikri üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Çağrışım Kuramı: Davranışçı yaklaşım ve çağrışım kuramı, psikanalitik teoriye tepki olarak kişiliğin çevre tarafından belirlendiğinden hareketle zihinsel süreçlerin sistematik olarak incelenmesi görüşüne dayanır. Hartley, Hume, James ve John Stuart Mill’in öncülük ettiği bu kuramda düşünce; kavramlar, izlenimler ve duyguları kapsayan çağrışımla açıklanır ve bu çağrışımlar düşünme ve yaratıcılığın temelini oluşturur. Yaratıcı çözüm; olumlu rastlantı, benzerlik ve aracılık süreçleri yoluyla gerçekleştirilir.

Bileşik Kuramlar, yaratıcılığı süreç yönüyle ele alan kuramlar arasında yer almakla beraber, psikanalitik görüşe benzer şekilde rasyonel düşüncenin yaratıcılığı engellediği görüşü üzerine odaklanır. Wallas’ın da aralarında bulunduğu bileşik kuramcılara göre, yaratıcı süreçte irrasyonel öğeler rasyonel olanlardan, sezgisellik

⁴⁶⁷ Joy Paul Guilford, *Intelligence; Creativity and Their Educational Implications*. San Diego: Knapp, 1968, s.123
Joy Paul Guilford, “Traits of Creativity”, *Creativity*, P.E. Vernon (Ed.), Harmondsworth: Penguin, 1976, pp.167-188, p.171

⁴⁶⁸ Frank Barron ve David M. Harrington, “Creativity, Intelligence and Personality”, *Annual Reviews of Psychology*, Vol.32, 1981, pp.439-476; Gerard J. Puccio ve Mary C. Murdock, *Creativity Assessment: Readings and Resources*, Buffalo: Creative Education Foundation, 1999; M.J. Kirton, *Adaption-Innovation: In the Context of Diversity and Change*, New York: Routledge, 2003; Wallace B. Hall ve Donald W. MacKinnon, “Personality Inventory Correlates of Creativity Among Architects”, *Journal of Applied Psychology*, Vol.53, No.4, 1969, pp.322-326; Jonathan A. Plucker, “Is the Proof in the Pudding? Reanalyses of Torrance's (1958 to Present) Longitudinal Data”, *Creativity Research Journal*, Vol.12, No.2, 1999, pp.103-114

düşünsellikten daha önemli görülürken bilinç dışına dayanan aşamaların etkinliği söz konusudur.

Gestalt Kuramı: Bu yaklaşımda, fenomenolojik deneyimin bütünü, kendisini oluşturan parçalardan farklıdır ve her parça, bütüne bağımlı olarak anlam ve değerini bütünden alır. Bilişsel psikolojinin temelinde yer alan kuram; denge, kapanma, simetri, düzen, uyum, dinamizm ve izomorfizm kavramlarıyla “görsel algı” alanına yaslanır. Yaratıcılık problem çözme kavramı ile tanımlanır ve rastlantısal olmaktan öte bilinçli ve amaçlı bir süreçtir. Problem çözümü esnasında birey, bütünü ve bütünü oluşturan içsel ilişkileri kavrar⁴⁶⁹.

Bilişsel Gelişimsel Yaklaşım: Piaget’nin öncülüğünü yaptığı bilişsel gelişimsel kurama göre, yaratıcı düşünce, statik olmaktan öte dinamik olan, bilişsel işlemler ve bu işlemlerin koordinasyonu sonucunda gelişebilen bir denge ile açıklanır. Düşünme, enformasyon işleme, problem çözme, öğrenme gibi zihinsel süreçler ve bu süreçleri anlama ve modelleme gibi konular üzerine odaklaşan biliş bilimi (cognitive science) temelli disiplinlerin ortak terimi olan “bilişim” kavramı, bir enformasyon işletim ve problem çözme süreci olarak tanımlanabilir. Feldman, yaratıcılık olgusunu, Piaget’ in gelişim psikolojisi temelli çalışmalarına benzer bir bakış açısıyla tanımlarken, yaratıcılığın gelişimini bilişsel gelişimin yanı sıra, çeşitli boyutların etkinliğinde bütünleşik bir yaklaşımla ele almaktadır⁴⁷⁰.

2.2.4. Tembellik ve Yaratıcılık

Bu başlık altında, yaratıcı kişi özellikleri ve tembellik ilişkisi değerlendirilerek iş ve çalışma dışı “boş zaman” olarak değerlendirilen resim, müzik, öykü gibi sanatsal faaliyetlerin yaratıcılık üzerindeki etkilerine değinilmektedir. Yaratıcı kişilerin tembel oldukları yargısına yol açabilecek yaygın kabul görmüş kişilik özellikleri olarak hayalperestlik, dalgınlık, oyunbazlık, özgürlük gibi nitelikleri ve tembellikle olan ilişkileri incelenmektedir.

⁴⁶⁹ Potur, s.55-58. Ayrıca; D. Brett King, **Max Wertheimer and Gestalt Theory**, London: Transaction Publishers, 2009

⁴⁷⁰ Potur, s.58-59; Raid Hanna ve T. Barber, “An Inquiry into Computers in Design: Attitudes Before -Attitudes After”, **Design Studies**, Vol.22, No.3, 2001, pp.255-281; David Henry Feldman, “The Development of Creativity”, **Handbook of Creativity**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1998, pp.169-186

2.2.4.1. Yaratıcı Kişilik Özellikleri ve Tembellik

Hayal gücünün yaratıcılıktaki önemine paralel olarak yaratıcı kişiler fanteziler ve gerçekler, hayal kurma ve disiplin arasındadır⁴⁷¹. Yaratıcı kişide bulunan merak, esprili olma ve mizahı sevmeye, düşünceli, hayalperest ve serüvenci olma, özgür ve bağımsız olma, düşüncelerle oynayan ve eğlenceden hoşlanan biri olma gibi özellikleri⁴⁷², zaman zaman tembellikle suçlanmalarına neden olabilmektedir. Oysa aşırı ciddi olmak, hayal gücü, mizah, oyun veya hobileri küçümsemek, yaratıcılığın önündeki engellerdendir⁴⁷³.

Yaratıcı kişiler ekonomik değerlere önem vermediğinden “kötü” iş adamı sayılabilir ve erkekçe saldırganlıktan yoksundur. İçsel yönelimli ve dış dünyaya karşı çekingendirler. Bunların yanı sıra, düzensizliğe ve karışıklığa ilgilidirler ve toleransları yüksektir⁴⁷⁴. Aşırı düzenlemeden rahatsızlık duyabilirler. Görgü ve sağlık kurallarına uymayabilirler. Alışılmamış uğraşlarla vaktini geçiren ve garip alışkanlıkları olan kişilerdir. Popüler olmayabilirler ve iş yetenekleri eksik olabilir. Farklı değer hiyerarşisine sahiptirler. Güç, statü ve makama değer vermeyen ve onlardan uzak duran kişiler olmaları sebebiyle, çoğu zaman azim eksikliği ve tembellik olarak algılanabilir. İş tutumlarında zihinsel çalışmalara yüksek ilgi göstermeleri, onları fiziksel olarak hareketsizleştirir⁴⁷⁵.

Ülkemizde gerçekleştirilen bazı çalışmalar, yaratıcılık ve fiziksel hareketlilik arasındaki ters orantıya işaret etmektedir⁴⁷⁶.

2.2.4.1.1. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Hayalperestlik ve Tembellik

Kişiler dünyayı yalnızca gözleriyle algılamaz (görme duyusu) ayrıca onu görsel olarak tasarlar. Bir başka deyişle kişinin düşünceleri pek çok defa görüntüler şeklinde

⁴⁷¹ Mihaly Csikszentmihalyi, *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Perennial, 2002; Tülay Çellek, “Sanat ve Bilim Eğitiminde Yaratıcılık”, *Pivolka Dergi*, Cilt.2, No.8, 2003, ss.3-11, s.7

⁴⁷² Gönül Budak, *Yenilikçi Yönetim-Yaratıcı Birey*, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 1998

⁴⁷³ Ramazan Yıldırım, *Yaratıcılık ve Yenilik*, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 1998

⁴⁷⁴ Esmâ Genç, “Öğretmenlerde Denetim Odağının Problem Çözmeye Yönelik Yaratıcılıklarıyla İlişkisi”, *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2000, s.22-24

⁴⁷⁵ Ellis Paul Torrance, *Guiding Creative Talent*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc. 1962; Nuray Sungur, a.g.e, 1997

⁴⁷⁶ Örneğin Özmütlu’nun araştırmasında Spor Yöneticiliği bölümü öğrencilerinin yaratıcılık düzeylerinin, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği ve Antrenörlük Eğitimi gibi daha yüksek aktivite gerektiren bölümlere göre daha yüksek ortalama değerlere sahip olduğu görülmüştür. Bkz: İlker Özmütlu, “Beden Eğitimi ve Spor Yükseköğretiminde Öğrenim Gören Öğrencilerin Liderlik ve Yaratıcılık Özelliklerinin Karşılaştırılması”, *Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008, s.84-85; Ayrıca yapılan araştırmalar, değerlendirme ve yarışma ortamı olmadığında ve dışsal ödüllerin yokluğunda bireylerin daha yaratıcı ürünler ortaya çıkardığını bulmuşlardır. Bkz: Bilgesu Haşuhadar, “Okul Öncesi Dönemdeki Çocuklarda Ebeveynlik Davranışları, Duygu Sosyalleştirme, Hazzı Geciktirme, Sosyal Yeterlilik ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkiler”, *Yüksek Lisans Tezi*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 2015, s.29

ortaya çıkar. Geçmiş anımsamak ve geleceği tasarlamak, çoğu kez onları görsel olarak düşünmek demektir⁴⁷⁷. Orhon, insanlığın gelişme sağladığı birçok meselenin gerçekte sınırsız yaratıcılığıyla oluştuğunu ileri sürer. Ona göre, yeni düşünceler geliştirme yeteneğimiz gerçekte önemli ölçüde hayal dünyamızla desteklenir. Görsel sanatlar, edebiyat, teknoloji, mutfak kültürü, sportif faaliyetler, mimarlık, moda, mitolojik ve metafiziksel inançlar, gelenek-görenek ve ananeler, hatta benlik algımız dahi dünyanın fiziksel sınırlarının ötesinde, sonsuza açılan hayal gücü okyanusunun içinden açığa çıkmaktadır⁴⁷⁸. Yaratıcılık; hayal gücü ile birebir ilişkili olan, her türlü etkinlik ve uğraşın içinde var olan bir düşünme biçimidir⁴⁷⁹. Hayal gücü günlük hayatın sınırlarının ötesinde düşünme becerisidir. Hayal gücü, bireylere düşünceyi bir değişime uğratma imkânı verir.

Vygotsky, yaratıcılığın bir insanın çocukluk hayalleriyle başladığını, ergenlik çağı boyunca düşünceli bir tarzda kendi kendine konuşma ve kavramsal düşünmeyle devam ettiğini, sonuçta da erişkinlikte olgunluğa ulaştığını belirtir⁴⁸⁰. Yaratıcı kişiler iyi bir mizah ve güçlü bir hayal gücü bulunan; insanlarla derinlemesine ilgilenen, ayrıca onları harekete geçiren şeyleri iyi ayrıştırabilen kişiliğe sahiptirler⁴⁸¹ ve yaratıcılık bir fikrin eşsizliğini yansıtan aklın ürünlerinde gizlidir⁴⁸². Bir düşünme biçimi olarak yaratıcılığın hayal gücüyle çok yakın bir ilişkisi vardır ve hayatın her alanında yer alır⁴⁸³. Yaratıcı düşünme bilinçli ve bilinçaltı zihinsel işlemleri içeren dinamik bir etkinliktir⁴⁸⁴. Olmayanları hayalle var edebilme, başkalarından farklı eylemlerde bulunabilme ve yeni düşünceler ortaya koyabilme yeteneğidir⁴⁸⁵. Yeni fikirler geliştirebilmek için zihninden yararlanma, yeni bir biçim verme, yeniliğin meydana gelmesini sağlama, yenilik yapma, hayal gücünden yararlanarak yeni düşünceler geliştirme, buluş yapmaktır. Bir anlamda yaratıcılık orijinallikle sonuçlanan hayali bir süreçtir⁴⁸⁶.

⁴⁷⁷ Ken Robinson, **Yaratıcılık: Aklın Sınırlarını Aşmak**, 2.baskı, Nihal Geyran Koldaş (çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi, 2008, s.122; Semra Uygun, “Reklam Fotoğrafçılığı ve Yaratıcılık”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007, s.3

⁴⁷⁸ Günseli Orhon, **a.g.e.**, s.1

⁴⁷⁹ Yüksel Özden, **Öğrenme ve Öğretme**, 7. Baskı, Ankara: Pegem-A Yayıncılık, 2005

⁴⁸⁰ Alane Jordan Starko, **Creativity in the Classroom: School of Curious Delight**, 3.Edition, Mahwah N. J. USA: Lawrence Erlbaum Associates Incorporated, 2004, s.40

⁴⁸¹ Ann Marie Barry, **The Advertising Portfolio**, Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 1990, s.19

⁴⁸² Zehra Özlem Atalay, “Farklılaştırılmış Sosyal Bilgiler Öğretiminin Üstün Zekâlı Öğrencilerin Akademik Başarı, Tutum, Eleştirel Düşünme ve Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.85

⁴⁸³ Raelynne P. Rein ve Rachel Rein, **Çocuğunuzun Beceri ve Yeteneklerini Nasıl Geliştirebilirsiniz**, Selda Gökten (çev.), Ankara: Özgür Yayınları, 2000

⁴⁸⁴ Victoria Stevens, “To Think without Thinking”, **American Journal of Play**, Vol.7, No.1, 2014, pp.99-119, p.101

⁴⁸⁵ John Hegarty, **Yaratıcılık (Kuralları Boşverin)**, Pelin Özkan (çev.), İstanbul: Mediacat Yayıncılık, 2015; Ahmet Saban, **Öğrenme ve Öğretme Süreçleri**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2004, s.98

⁴⁸⁶ Donald H. Weiss, a.g.e., 1993; Ken Robinson, a.g.e., 2008

Vygotsky'nin Yaratıcı Hayal Gücü Kuramında yaratıcı düşünme, oyun ve hayal gücü arasında bağ kurularak çocukların oyunlarında hayal gücünü içselleştirdiği belirtilir. Yüksek düzeyde zihinsel bir işlev olarak hayal gücü, bilinçli bir düşünme sürecidir ve yaratıcı düşünme; kavramsal düşünme ile hayal gücünün işbirliğidir. Bu birliktelik büyüme çağına başlar, yetişkinlikte olgunlaşır. Sanatsal ve bilimsel yaratıcılık için kavramsal düşünme ile hayal gücünün dayanışması gereklidir⁴⁸⁷. Hayal gücü, yeni fikir ve örnekleri biçimlendirmeye ayrılan araştırma alıştırmasıdır. Bilgi tek başına yeterli değildir. Hayal gücü, bilginin parçalarını yeni örneklerle fikirleri biçimlendirmek için yeniden düzenlemedir⁴⁸⁸.

Pek çok yaratıcı faaliyet; yazmak, kurgulamak, düşünceler üretmek, tasarımılamak, keşfetmek ve bulmak zengin hayaller gerektirir. Küçükken hayal gücümüz genişler ancak, çocukların hayal kurmalarına izin verilmezse bu güç zayıflar. Yaratıcılık eğitim programı ve bilişsel becerileri destekleme programlarıyla hayal gücü geliştirilmelidir⁴⁸⁹. *“Hayal kurmak zaman kaybı ve belki de çılgınlıktır, oyun yalnızca çocuklar içindir, sorunlar matematiksel düşünce ve daha çok para ile çözülür, sorunların tek ve doğru bir çözümü vardır, akıl-mantık-sayılar-yararlılık- başarı iyidir, sezgi-heyecanlar-saçma düşünce-yanılma-başarısızlık kötüdür”* görüşleri, yaratıcılığın önündeki toplumsal engelleri oluşturmaktadır. Daha özgür ortamlar, zengin deneyimler, farklı bakış açıları ve yaklaşımlar gerektiren işler, çeşitli hobi ve uğraşlar yaratıcılığı geliştirir⁴⁹⁰.

2.2.4.1.2. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Oyunbazlık ve Tembellik

Büyürken pek çoğumuz ebeveynlerimizin “tembel tembel oyun oynamayı bırak da biraz derslerine çalış” tarzında tenkitleriyle karşı karşıya gelmişizdir. İlerleyen yıllarda kariyerimizde de oyun ve oyunbazlık genellikle vakit kaybı ve tembellik olarak

⁴⁸⁷ Lev Semenovich Vygotsky, Imagination and Creativity in Childhood, **Journal of Russian and East European Psychology**, Vol 42, No.1, 2004, pp.7-97

⁴⁸⁸ James R. Evans, **Creative Thinking in the Decision and Management Sciences**, Cincinnati Ohio: South-Western Publishing, 1991, s.40; John Olson, “What Academic Librarians Should Know about Creative Thinking” **The Journal of Academic Librarianship**, Vol.25, No.5, September 1999, s.383

⁴⁸⁹ Enver Tahir Rıza, **Yaratıcılığı Geliştirme Teknikleri**, İzmir: Kanyılmaz Matbaası, 2001, s.203; Yapılan araştırmalar, bilişsel becerileri destekleme programlarının yaratıcılığa olan katkısına işaret etmektedir. Bkz: Zeynep Dere, “Anasınıfına Devam Eden Çocuklara Uygulanan Yaratıcılık Eğitim Programının Çocukların Yaratıcı Davranışlarına Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Aralık 2014, s.84-85; Gözde İnal Kızıltepe, Münevver Can Yaşar ve Özgün Uyanık, “Bilişsel Becerileri Destekleme Programının 61-72 Aylık Çocukların Yaratıcı Düşünme, Akademik ve Dil Becerilerine Etkisi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi** (H. U. Journal of Education), Cilt.32, Sayı.3, 2017, s.621

⁴⁹⁰ Nuray Sungur, **Yaratıcı Düşünce**, 2.Baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi, 1997, s.250; Zuhul Gizir Ergen, “Proje Yaklaşımının Anasınıfına Devam Eden Çocukların Yaratıcılıklarına Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2013, s.8

adlandırılır. Oysaki yaratıcılıkla ilgili geliştirilen güncel yaklaşımlar ve yapılan yeni araştırmalar, yaratıcılık ve oyun arasındaki pozitif yönlü ilişkiye işaret etmektedir.

Öğrenme, yaratma, deneyim kazanma, iletişim kurma ve yetkinliğe hazırlanma aracı olarak oyun, yaratıcılığın hem bir parçası hem de nedenidir⁴⁹¹. Doğaçlama ya da geleneksel oyunlar, öğrenme ve yaratıcılığı geliştirmeyi sağlayan duygusal bir ifade aracı olarak tanımlanmaktadır⁴⁹². Karar alma, hafıza, strateji geliştirme, gözlem yapma, mekân algısı, sorun çözme ve “yaratıcı düşünme”, oyunla elde edilen önemli bilişsel kazanımlardan bazılarıdır. Yaratıcı kişi; fikir, renk, şekil ve ilişkilerle rahatça oynayabilmektedir⁴⁹³.

Hayal ve taklit oyunları çocukların vazgeçemedikleri ve günün her saatinde, yaşadıkları mekânın herhangi bir yerinde mutlaka oynadıkları oyunlardır. Dikkatli ve detayları gören, iyi gözlemci bir çocuk, oyun sırasında bütün birikimlerini ortaya koyar. Gözlem, çocuğun yaşantısını zenginleştirir, hayal gücünü ve yaratıcılığını da artırır. Çocukların oyunlarına yetişkinlerin de katılması, onlara oyunlarındaki yolun tek yol olmadığını da düşündürür⁴⁹⁴. Soracho, oyunun yaratıcı düşünmeyi teşvik etme ve geliştirmede etkili olduğunu betimlerken, özellikle taklitsel ve hayali oyunların, bilişsel ve duyuşsal açıdan ıraksak düşünme ile yaratıcılıkta önemli bir yeri olduğunu belirtmektedir⁴⁹⁵. Benzer şekilde Madi, dramatik ve temsil oyunlarının, hayal gücüyle birlikte bilişsel ve yaratıcı potansiyeli ortaya çıkardığını ileri sürmektedir⁴⁹⁶. Sembolik oyunun soyut düşüncenin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır⁴⁹⁷.

Eow ve diğerleri, video oyunlarının Malezya'daki öğrencilerin okul başarısı üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında⁴⁹⁸ ve Hallajian bilgisayar oyunlarının İran'daki öğrencilerin yaratıcı düşünceleri üzerindeki etkilerini incelediği araştırmasında⁴⁹⁹, “oyunun, farklı çözüm yollarının üretilmesini ve yaratıcılığın geliştirilmesini sağladığını” dile getirmektedirler. Rosas ve diğerleri, video oyunlarının

⁴⁹¹ Mahmut Tezcan, **Boş Zamanlar Sosyolojisi**, Ankara: Şahsi Yayın, 1977

⁴⁹² Ömer Adıgüzel, **Eğitimde Yaratıcı Drama**, Ankara: Naturel Yayıncılık, 2010, s.381-388

⁴⁹³ Mary Gander ve Harry Gardiner; **Çocuk ve Ergen Gelişimi**, Ali Dönmez, Bekir Onur ve Nermin Çelen (çev.), İstanbul: İmge Yayınevi, 1995, s.258

⁴⁹⁴ Necate Baykoç Dönmez, **Oyun Kitabı**, İstanbul: Esin Yayınevi, 1992

⁴⁹⁵ Olivia Saracho, “Young Children's Creativity and Pretend Play”, **Early Child Development and Care**, Vol.172, No.5, 2002, s.431-438

⁴⁹⁶ Bülent Madi, **Öğrenme Beyinde Nasıl Oluşur**, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları, 2008, s.44

⁴⁹⁷ Joan E. Cass, **Significance of Children's Play**, London: David & Charles, 1977; James E. Johnson, James F. Christie, Thomas D. Yawkey, **Play and Early Childhood Development**, London: Allyn & Bacon, 1999

⁴⁹⁸ Yee Leng Eow, Wan Zah bte Wan Ali, Rosnaini bt. Mahmud ve Roselan Baki, “Form One Students' Engagement With Computer Games And Its Effect On Their Academic Achievement In A Malaysian Secondary School”, **Computers & Education**, Vol.53, No.4, December 2009, s.1082-1091

⁴⁹⁹ Mahdiye Hallajian, “The Effects Of Computer Games On Increasing Students' Creative Thinking”, **International Journal Of Humanities and Cultural Studies**, Special Issue, May 2016, s.213-220

birinci ve ikinci sınıf öğrencileri üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında, “çocuğun oynarken öğrendiğini, yaratıcılığını ve kendini geliştirdiğini ve oyunun genellikle günlük hayattan daha karmaşık faaliyetleri içerdiğini ileri sürmektedir⁵⁰⁰.

Gürdal, oyunu, araştırma ve pratik yapılan, yaratıcılık ve problem çözme becerilerini geliştiren bir süreç olarak aktarırken; çok sayıda deney oluşturma, serbest araştırma ve belirli fen kavramlarını geliştirme fırsatı olarak da düşünmektedir⁵⁰¹. Yapılan pek çok araştırma, oyun ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır⁵⁰².

2.2.4.1.3. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Dalgınlık ve Tembellik

Dersi dinlemeye çalışırken uzaklara dalan bir öğrenci veya masasında bilgisayar başında aylık raporları dalgınca bitirmeye çalışan bir ofis personeli kolayca tembellikle suçlanabilir. Oysa yaratıcılık üzerine son yapılan çalışmalar, durumun biraz daha farklı olabileceğine işaret etmektedir. Dalgınlık (mind-wandering), (bazen görevle ilgili olmayan düşünce olarak adlandırılır), özellikle de insanların dikkat gerektiren bir görevde bulunduğu zaman, uzun süre tek bir konu üzerine odaklanamayan düşünme deneyimidir. Zihinsel dalgınlık üzerine eğitim araştırmalarının çoğu, özellikle güçlü bir dikkat gerektiren akademik görevlerle ilgili olanlar, olumsuz sonuçlarını vurgulamaktadır⁵⁰³.

⁵⁰⁰ Ricardo Rosas, Miguel Nussbaum, Patricio Cumsille, Vladimir Marianov, Mónica Correa, Patricia Flores, Valeska Grau, Francisca Lagos, Ximena López, Verónica López, Patricio Rodriguez, Marcela Salinas, “Beyond Nintendo: Design And Assessment Of Educational Video Games For First And Second Grade Students”, **Computers & Education**, Vol.40, No.1, January 2003, s.72

⁵⁰¹ Ayla Gürdal, **Fen Eğitimi İlkeler, Stratejiler ve Yöntemler**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Yayını, 2001, s.109-111

⁵⁰² Maite Garaigordobil, “Intervention in Creativity With Children Aged 10 and 11 Years: Impact of a Play Program on Verbal and Graphic-Figural Creativity”, **Creativity Research Journal**, Vol.18, No.3, s.341-343; Ayşegül Kara, “Okul Öncesi Dönemde 5-6 Yaş Grubu Çocukların Yaratıcılık Düzeylerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Öğretmen Görüşleri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2007, s.73; Derman Bulut, “Eğitsel Oyun Tasarlama Sürecinin Öğrencilerin Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.51; Özge Şahintürk, “Montessori Yönteminin Okul Öncesi Dönemde Öğrencilerin Yaratıcı Düşüncelerine Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, 2012, s.54; Mehmet Yıldız, “İlköğretim 2. Kademesinde Okuyan Aktif Satranç Sporcularının Yaratıcılık ve Çoklu Zekâ Alanlarıyla Olan İlişkilerinin Araştırılması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2010, s.150

⁵⁰³ Jennifer C. McVay ve Michael J. Kane, “Conducting the Train of Thought: Working Memory Capacity, Goal Neglect, and Mind Wandering in an Executive-Control Task”, **Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition**, Vol.35, No.1, 2009, s.196-204; Jonathan Smallwood, Marc Obonsawin, ve Derek Heim, “Task Unrelated Thought: The Role Of Distributed Processing”, **Consciousness and Cognition**, Vol.12, 2003, s.169-189; Jonathan Smallwood, Daniel J. Fishman ve Jonathan Schooler, “Counting The Cost Of An Absent Mind: Mind Wandering As An Underrecognized Influence On Educational Performance”, **Psychonomic Bulletin and Review**, Vol.14, No.2, May 2007, s.235; Evan F. Risko, Nicola Anderson, Amara Sarwal, Megan Engelhardt ve Alan Kingstone, “Everyday Attention: Variation in Mind Wandering and Memory in a Lecture”, **Applied Cognitive Psychology**, Vol.26, No.2, 2012, s.237-238; Sophie L.Lindquist ve John P.McLean, “Daydreaming and Its Correlates in an Educational Environment”, **Learning and Individual Differences**, Vol.21, No.2, April 2011, s.165-166; Michael D. Mrazek, Jonathan Smallwood, Michael S. Franklin, Jason M. Chin, Benjamin Baird, and Jonathan W. Schooler, “The Role of Mind-Wandering in Measurements of General Aptitude”, **Journal of Experimental Psychology: General**, Vol.141, No.4, s.797; Shi Feng, Sidney D'Mello ve Arthur C. Graesser, “Mind Wandering While Reading Easy and Difficult Texts”, **Psychonomic Bulletin and Review**, Vol.20, No.3, June 2013, s.590-591

Sternberg ve Grigorenko⁵⁰⁴ ile Preiss ve diğerleri⁵⁰⁵, dalgınlığın eğitim performansına zarar verdiği yönündeki bu görüşün, analitik görevlerde bilginin işlenmesi anlamında bilişin ve insan yeteneklerinin incelenmesiyle ilişkili bir önyargı olduğunu ileri sürmektedirler.

Dalgınlık, tamamen olumsuz sonuçlara sahip yekpare bir olgu değildir. Bu nedenle, bir dizi araştırmacı bu sürecin olumlu yönlerini ortaya çıkarmaya başladı⁵⁰⁶. Görevin doğasına ve bireylerin meta-bilişsel ve düzenleyici kapasitelerine bağlı olarak, zihinsel dalgınlık sadece maliyetlere değil, aynı zamanda potansiyel faydalara da sahiptir. Gelecek planlaması, dikkat çevrimi, zihnin dinlendirilmesi ve yaratıcılık bunlardan bazılarıdır⁵⁰⁷. Crutchfield, daha 1961’de kuluçka aşamasının muhtemelen kişinin sezgisi haricinde dışarıdan gelen bazı sinyaller ve farklı meşgalelerle uğraşırken yeni fikirlerin oluşması sonucu meydana gelebileceğini belirtir⁵⁰⁸. Baird ve diğerleri de zihinsel dalgınlığın analitik görevler üzerindeki olumsuz etkisine yapılan vurgunun, onun derin nörobiyolojik köklerini, yaygınlığını ve yaratıcılıktaki rolünü göz ardı ettiğini belirttikten sonra, yaptıkları araştırmanın sonuçlarının, dalgınlığın, yaratıcılık sürecinin kuluçka evresinde problem çözümüne pozitif katkı yaptığını ortaya koymaktadır⁵⁰⁹. Nörobiyoloji alanında yapılan çalışmalarda, dalgınlığın muhtemel gelecek senaryolarının değerlendirilmesi⁵¹⁰ ile genel zekâ ve yaratıcılıkla pozitif korelasyon gösterdiği gözlenmiştir⁵¹¹. Buckner ve diğerlerinin gerçekleştirdiği bir başka çalışma, geleceği

⁵⁰⁴ Robert J. Sternberg ve Elena L. Grigorenko, “Theme-Park Psychology: A Case Study Regarding Human Intelligence and Its Implications for Education”, **Educational Psychology Review**, Vol.12, No.2, 2000, s.265-266

⁵⁰⁵ David D. Preiss, Diego Cosmelli, Valeska Grau ve Dominga Ortiz, “Examining The Influence Of Mind Wandering and Metacognition On Creativity in University and Vocational Students”, **Learning and Individual Differences**, Vol.51, October 2016, s.417

⁵⁰⁶ Benjamin Baird, Jonathan Smallwood, Jonathan W. Schooler, “Back To The Future: Autobiographical Planning and The Functionality Of Mind-Wandering”, **Consciousness and Cognition**, Vol.20, No.4, December 2011, s.1607; Diego Cosmelli ve David D.Preiss, “On The Temporality Of Creative Insight: A Psychological And Phenomenological Perspective”, **Frontiers in Psychology**, Vol.5, No.1184, October 2014, s.1-6

⁵⁰⁷ Rebecca L. McMillan, Scott Barry Kaufman ve Jerome L.Singer, “Ode To Positive Constructive Daydreaming”, **Frontiers in Psychology**, Vol.4, No.626, September 2013, s.3-6; Jonathan W. Schooler, Jonathan Smallwood, Kalina Christoff, Todd C. Handy, Erik D. Reichle ve Michael A. Sayettes, “Meta-awareness, Perceptual Decoupling and The Wandering Mind”, **Trends in Cognitive Sciences**, Vol.15, No.7, July 2011, s.324; Mooneyham ve Schooler, bunlara bir de sıkıntının hafifletilmesini eklemektedir. Bkz: Benjamin Mooneyham ve Jonathan Schooler, “The Costs and Benefits of Mind-Wandering: A Review”, **Canadian Journal of Experimental Psychology**, Vol. 67, No. 1, 2013, s.15

⁵⁰⁸ Aylin Sözer Çapan, “Beyin Temelli Öğrenme Yaklaşımına Göre Hazırlanan Bir Eğitim Programının 5 Yaş Çocuklarının Yaratıcılık Becerilerine Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.75

⁵⁰⁹ Benjamin Baird, Jonathan Smallwood, Michael Mrazek, Julia W.Y. Kam, Michael S Franklin ve Jonathan Schooler, “Inspired by Distraction: Mind Wandering Facilitates Creative Incubation”, **Psychological Science**, Vol.23, No.10, August 2012, s.1120-1121

⁵¹⁰ Jessica R. Andrews-Hanna, Jonathan Smallwood ve R. Nathan Spreng, “The Default Network And Self-Generated Thought: Component Processes, Dynamic Control and Clinical Relevance”, **Annals of the New York Academy of Sciences: The Year in Cognitive Neuroscience**, Vol.1124, No.1, March 2008, s.4-14

⁵¹¹ Debra A. Gusnard, Erbil Akbudak, Gordon L. Shulman ve Marcus E. Raichle, “Medial Prefrontal Cortex and Self-Referential Mental Activity: Relation to a Default Mode of Brain Function”, **Proceedings of the National Academy of Sciences**, Vol.98, No.7, March 2001, s.4260-4262

düşünülmesi ile dalgınlık arasındaki bağlantıları gözler önüne sermektedir⁵¹². Ek olarak, daha yaratıcı bireyler, çalışma belleği görevlerini yerine getirirken beyin ağının arka bölgelerinde daha yüksek bir aktivite seviyesi sağlarlar ve bu beyin ağının aktivitesi, dalgınlık dönemlerinde artmıştır⁵¹³.

Ancak her dalgınlık tipi olumlu değildir ve bazıları kendini eleştirme işkencesi ya da kendinden şüphe duyma endişesi üzerine odaklı olabilir. İçsel deneyimin ve detaylandırılmış imgelemenin ve fantezinin kabulünü yansıtan bir türü, yaratıcılıkla daha fazla bağlantılıdır. Maksatlı (ya da kasıtlı) dalgınlık ile kasıtsız (ya da kendiliğinden) dalgınlık ayrımı da bir diğer sınıflamadır. Birincisi, sanatçılarda görüldüğü üzere hâlihazırda yaratıcı çalışmaların karakteristiğidir ancak kendiliğinden dalgınlık da yaratıcılık üzerinde bir o kadar etkilidir. Kendiliğinden dalgınlık, özellikle yeni fikirlerin kuluçkası sırasında yaratıcılıkla birleşmiştir⁵¹⁴. Bu nedenle, yaratıcılığın geliştirilmesi için aynı hareket tarzlarından uzak durulması gerektiği, sıra dışı bakış açısının zorlanması ve yeni yöntemler düşünülmesi, her bir sorun için birden fazla çözüm yolu ortaya konması ve fikirden fikre geçme (mind-wandering) yeteneğinin geliştirilmesi tavsiye edilmektedir⁵¹⁵. Böylece dikkati, kısır döngü haline gelen bir problemten uzaklaştırarak ve böylece (bilinçli) problem çözme çabalarını geçici olarak devre dışı bırakarak-dalgınlık, problem çözme çabalarını yaratıcı problem çözmeyle sağlayan bilinçsiz operasyonlara yönlendirebilir⁵¹⁶.

Ayrıca, bazı dalgınlık anlarında, insanların düşünceleri son derece yaratıcı olasılıklardan oluşabilir. Bu gibi durumlarda, akıldan çıkmanın hayali içeriği, insanların mevcut sorunları veya zorlukları çözmelerine ya da yeni ve gelecek vaat eden stratejileri, fırsatları veya yönleri tanımlamasına yardımcı olabilir⁵¹⁷. Preiss ve diğerlerinin

⁵¹² Randy L. Buckner, Jessica R. Andrews-Hanna ve Daniel L. Schacter, "The Brain's Default Network: Anatomy, Function, and Relevance to Disease", **Annals of the New York Academy of Sciences: The Year in Cognitive Neuroscience**, Vol.1124, No.1, March 2008, s.5-18

⁵¹³ Hikaru Takeuchi, Yasuyuki Taki, Hiroshi Hashizume, Yuko Sassa, Tomomi Nagase, Rui Nouchi ve Ryuta Kawashima, "Cerebral Blood Flow during Rest Associates with General Intelligence and Creativity", **PLoS One**, Vol.6, No.9, 2011, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0025532>, (13.09.2018); Hikaru Takeuchi, Yasuyuki Taki, Hiroshi Hashizume, Yuko Sassa, Tomomi Nagase, Rui Nouchi ve Ryuta Kawashima, "Failing To Deactivate: The Association Between Brain Activity During A Working Memory Task And Creativity", **NeuroImage**, Vol5.5, No.2, s.684

⁵¹⁴ Paul Seli, Jonathan S. A. Carriere ve Daniel Smilek, "Not All Mind Wandering is Created Equal: Dissociating Deliberate From Spontaneous Mind Wandering", **Psychological Research**, Vol.79, No.5, September 2015, s.750; Preiss ve diğerleri, s.418; McMillan ve diğerleri, s.1-9; Baird ve diğerleri, 2012, s.1120-1121

⁵¹⁵ Levent Kapıcı, "Olumsuz Otomatik Düşünceler ve Yaratıcılık ile Öğrenilmiş Çaresizlik Arasındaki İlişkiler", **Yüksek Lisans Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2010, s.27

⁵¹⁶ Ut Na Sio ve Thomas C. Ormerod, "Does Incubation Enhance Problem Solving? A Meta-Analytic Review", **Psychological Bulletin**, Vol.135, No.1, 2009, s.107-110

⁵¹⁷ Erik Dane, "Where is My Mind? Theorizing Mind Wandering and Its Performance-Related Consequences in Organizations", **The Academy of Management Review**, Vol.43, No.2, January 2017, s.182-183

gerçekleştirdikleri araştırma hem ıraksak düşünme, hem de yaratıcı problem çözmenin, dalgınlıkla anlamlı pozitif korelasyonları olduğunu ortaya koymuştur⁵¹⁸. Öyleyse yaratıcı kişi, kimi zaman yüzer-gezer bir zihinle kendini sezgisel, akıldışı akımlara bırakmaktadır⁵¹⁹.

2.2.4.1.4. Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Özgürlük ve Otonomi

Yaratıcı kişilerin düşünce ve davranışlarında özgür olmaları gerekliliğinden hareketle, rehberlik ve yönlendirme amaçlı bile olsa, müdahaleci yaklaşımlardan kaçınılması ve hareket alanı bırakılması ifade edilmektedir. Yaratıcı düşünmenin öğrenilmesi için öncelikle uygun bir ortamın sağlanması gerekir. Bu ortam, baskı ve gerginlikten azade, ruhsal bağlamda serbest ve güvenli bir platform olmalıdır⁵²⁰. Yaratıcılık için hedeflere ulaşmada insanlara özgürlük verilmesi vurgusuna sıkça değinilmektedir⁵²¹.

Çalışanlara dönük bazı serbestlik alanlarının sağlanması onların devinim serbestliğini yükseltecek ve yaratıcı düşüncelerin hayata geçirilmesini sağlayacaktır⁵²².

Özerklik ve yaratıcılık ilişkisini ele alan pek çok çalışma mevcuttur. Judge ve diğerleri, ARGE yönetiminin yeni görevini kısaca “yenilik için amaç yönelimli topluluklar yaratmak” olarak açıkladıkları makalelerinde, başarılı ve başarısız otonomi uygulamalarını pek çok firma üzerinden örneklendirirler. Onlara göre, en yenilikçi firmalardan biri olan Biocare, çalışanlarına hangi konu üzerinde odaklanacaklarını belirtmesi ancak kullanacakları araç ve yöntemler konusunda özgür bırakması (operasyonel otonomi) nedeniyle, özerklik uygulaması açısından başarılı bir örnektir. Sonuç olarak bu firmanın çok yenilikçi sonuçlar ürettiği görülmektedir. Buna karşılık, Cyclon firması, çalışanlarına stratejik otonomi sağladığı için başarısız oldu. Bu kendine özgü firmada, üst düzey yönetim, yeni bir teknolojinin araştırılması gerektiğini belirtti. Ancak ürün-pazar odağı belirtilmemiştir ve araştırmacılara herhangi bir yeni pazarı

⁵¹⁸ Preiss ve diğerleri, s.420

⁵¹⁹ Esra Şahin, “İlköğretim Öğretmenlerinde Yaratıcılık, Mesleki Tükenmişlik ve Yaşam Doyumu”, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, Şubat 2010, s.51

⁵²⁰ Gregory J. Feist, “Autonomy and Independence”. M. A. Runco ve S. R. Pritzker (Eds.), **Encyclopedia of Creativity**. San Diego, California: Academic Press. 1999, pp.157-163; Martin V. Covington, “Teaching for Creativity: Some Implications for Art Education”, **Studies in Art Education**, Vol.9, No.1, 1967, pp.8-32, p.29; Gülseren Gök, “Boyama Kitaplarının Anaokullarında Eğitim Gören Çocukların Yaratıcılıklarına Olan Etkisinin İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Eylül, 2009, s.84

⁵²¹ Teresa M. Amabile ve Colin M. Fisher, “Stimulate Creativity By Fueling Passion”, **Handbook of Principles of Organizational Behavior**, 2.baskı, Edwin A. Locke (ed.), West Sussex: John Wiley & Sons, 2009, s.482

⁵²² Erol Eren ve Hülya Gündüz, “İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Cilt.5, 2002, s.73

araştırmak için tam özgürlük (stratejik otonomi) verildi. Sonuç olarak, araştırmacılar, araştırmaları için kurallardan ve odaktan yoksundular. Özellikle, bu firma diğer firmalara göre çok yenilikçi değildi⁵²³.

Yapılan araştırmalar, yaratıcılık ve özgürlük-otonomi arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır⁵²⁴. Stahl ve Koser, daha 1978’de, denetçilerin kontrol etme davranışları ve Ar-Ge bilim adamlarının yaratıcı çıktıları arasında negatif ilişkiler buldu⁵²⁵. Benzer şekilde, George ve Zhou⁵²⁶ ve Zhou⁵²⁷, denetçilerin denetim davranışlarının (yani yakın izleme) çalışan yaratıcılığı ile negatif ilişkili olduğunu göstermiştir. Öyleyse yaratıcılığın, en iyi şekilde dinamik ve özgür bir örgüt kültüründe gelişip, yaygınlık kazanabileceği söylenebilir. Yöneticiler, yaratıcılık gerektiren pozisyonlardaki çalışan uzmanlara özgürlük sağlamalı ve dağıtımçı liderlik davranışı sergilemelidir. Örgütte çalışan bireylerin birbirleriyle etkileşim içinde oldukları dağıtımçı liderlik, liderlik sorumluluğunun formal örgütsel rollerden ayrıştırılması, liderliğin örgütün her düzeyindeki bireylerin eylem ve etkileri içerisine yayılması, yöneticilerin tekelden çıkıp yetki hiyerarşisinde yönetim görevi olmayanlar tarafından da sergilenebilmesi, liderliğin grup üyeleri arasında dağıtılması anlamlarına gelmektedir⁵²⁸.

⁵²³ William Q. Judge, Gerald E. Fryxell ve Robert S. Dooley, “The New Task of R&D Management: Creating Goal-Directed Communities For Innovation”, **California Management Review**, Vol.39, No.3, Spring 1997, s.76-77

⁵²⁴ Simon Wong ve Loretta Pang, “Motivators to Creativity in the Hotel Industry: Perspectives of Managers and Supervisors”, **Tourism Management**, Vol.24, No.5, October 2003, s.551; Hülya Gündüz Çekmecelioglu ve Ayşe Günsel, “Promoting Creativity Among Employees Of Mature Industries: The Effects Of Autonomy And Role Stress On Creative Behaviors And Job Performance”, 7th International Strategic Management Conference, **Procedia Social and Behavioral Sciences**, Vol.24, 2011, s.893; Eren ve Gündüz, s.82; Peker, s.90-91; Mustafa Kesici, “Aşçıların Mesleki Özerklikleri ile Yaratıcılık Süreci İlişkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2014, s.72-73; Mustafa Kesici, “Mutfakta Yaratıcılık: Eskişehir Usta Aşçıları Üzerine Bir Araştırma”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi** VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, (ed. Nazmi Kozak ve Mehmet Yeşiltaş), 12-15 Nisan 2012, s.315-330; Merve Aydoğan Çifçi, “İş Ortamının Yaratıcılık Performansına Etkisi: Mutfak Çalışanları Üzerine Bir Uygulama”, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2014, s.122; Gamze Çidem, “Mutfak Çalışanlarının Örgüt Kültürü Algıları ve Yaratıcılık Süreçleri Arasındaki İlişkiler: Kemer Bölgesi Örneği”, **Yüksek Lisans Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2016, s.131; Hülya Gündüz Çekmecelioglu, Bireysel, “Örgütsel Yaratıcılık ve Yaratıcılık İçin İş Çevresinin Düzenlenmesi”, **Doktora Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2002, s.143

⁵²⁵ Christina E. Shalley, Jing Zhou and Greg R. Oldham, “The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here?”, **Journal of Management**, Vol.30; No.6, 2004, s.939.

⁵²⁶ Jennifer M. George ve Jing Zhou, “When Openness To Experience And Conscientiousness Are Related To Creative Behavior: An Interactional Approach”, **Journal of Applied Psychology**, Vol.86, No.3, 2001, s.520-522

⁵²⁷ Jing Zhou, “When the Presence of Creative Coworkers is Related to Creativity: Role of Supervisor Close Monitoring, Developmental Feedback and Creative Personality”, **Journal of Applied Psychology**, Vol.88, No.3, July 2003, s.420-421.

⁵²⁸ Nezahat Güçlü, Ayşe Kazancı Tınmaz ve Eshabil Erdem Paksoy, “Meslek Lisesi Okul Yöneticilerinin Dağıtımçı Liderlik Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma”, **VI. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongre Kitabı**, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 2015, s.109; Nuri Baloglu, “Dağıtımçı Liderlik: Okullarda Dikkate Alınması Gereken Bir Liderlik Yaklaşımı”, **Ahi Evran Üni. Eğitim Fak. Dergisi**, Cilt.12, Sayı.3, Ağustos 2011, s.128; Kıvanç Bozkuş ve Yüksel Gündüz, “Okullarda Dağıtımçı Liderlik”, **VI. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi**, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, Haziran 2014, doi:10.13140/2.1.2872.1926; Murat Özdemir, “Dağıtımçı Liderlik Envanterinin Türkçe Uyarlaması”, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi**, Cilt.18, Sayı.4, 2012, s.579

2.2.4.2. Yaratıcılık, Boş Zaman ve Sanat

Problemlerin çözümü genellikle birdenbire ortaya çıkmadığından, yaratıcı düşünme çoğunlukla zaman gerektirir. Sorunun tam olarak tanımlanması, unsurlarının ve aralarındaki ilişkilerin net olarak belirlenmesi gerekir. Bu anlamda, iş ve eğitim dünyasında, yönetici ve eğitimcilerin yaratıcılık hakkında bazı yanlış ve olumsuz düşünceleri bulunmaktadır. *Yaratıcılığın sadece sanatla ilgili olduğu, yetişkinlere ve çocuklara sınırsız bir özgürlük verdiği, pek bir faydasının olmadığı, eğitim ya da iş zamanından çaldığı, kargaşa ve düzensizliğe sebep olduğu* gibi düşünceler, bunlardan bazılarıdır. Okullarda öğretmenlerin yaratıcılık faaliyetlerini eğitim sonrası ve ders dışı etkinlikler olarak görmesi sık rastlanan bir durumdur. Benzer şekilde anne-babalar da yaratıcılığı bir oyun ve zaman kaybı olarak değerlendirmektedir. Sonuç olarak yaratıcılık iş hayatında ve eğitim programlarında kendine çok az yer bulabilmektedir⁵²⁹.

2.2.4.2.1. Resim dersi

Resim dersinin amacı, pek çok kişinin düşündüğü gibi, yalnızca insanlara güzel resim yapmayı öğreterek ressam yapmak değildir. Aynı zamanda yaratıcılık gücünü geliştirmeyi, problemleri yeni, farklı yöntemlerle çözmeyi öğrenmelerini amaçlar. Bu eğitim; yaratıcı, kendine güveni olan, estetik beğeni düzeyi yüksek bireyler yetiştirmeyi hedefler⁵³⁰. Yapılan araştırmalar, genel olarak önemsiz ve “boş ders” olarak değerlendirilen resim dersinin yaratıcılık açısından önemini ortaya koymaktadır. Öğrencilerin yaratıcılıklarını ortaya koyabilecekleri derslerin başında yetenek derslerinin geldiği, resim dersinin, çocuğun özgür ifadesini ve hayal gücünü kullanmasına ortam yaratması, yaratıcılığını ve olumlu davranışlarını geliştirmesi gibi olumlu etkilerinden dolayı çok önemli bir ders olduğu pek çok araştırmayla ortaya konulmuştur⁵³¹.

⁵²⁹ Robert J. Sternberg ve Wendy M. Williams, **How to Develop Student Creativity**, Alexandria: ASCD, 1996, p.11-19; Mirka Saarilahti, Bonnie Cramond ve Helena Sieppi, “Is Creativity Nurtured in Finnish Classrooms?” **Childhood Education**, Vol.75, No.6, 1999, pp.326-331

⁵³⁰ Mehmet Susuz, “İlköğretim İkinci Kademe Görsel Sanatlar Dersinde Değişik Teknik ve Araç-Gereç Kullanımının Öğrencilerin Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun, 2012, s.163

⁵³¹ Serap Tütüncü, “İlköğretim Görsel Sanatlar (Resim-İş) Eğitim Dersi Çerçevesinde Çocuk Resminde Yaratıcılık Kavramının Algılanışına İlişkin Bir Durum Çalışması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2006, s.179; Serpil Tinci, “6. Sınıf Görsel Sanatlar Dersi Öğrencilerinin Yaratıcılıklarına Türk Yaratılış Mitolojisinin Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.66; Mustafa Çapar, “Temel Eğitimde 9-12 Yaş Arası Çocuklarda Üç Boyutlu Çalışmaların Yaratıcılık Eğitimine Etkisi”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2006, s.114-118; Sevinç Kaçar, “Görsel Sanatlarla Bütünleştirilmiş Probleme Dayalı Öğrenme Yönteminin Öğrencilerin Fen Akademik Başarılarına, Bilimsel Yaratıcılıklarına ve Sanat Etkinlikleriyle Fen Öğrenme Tutumlarına Etkileri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2012, s.206; Eda Demirhan, “3D Model Tasarılmasının Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Akademik Başarıları, Problem Çözme Becerileri, Bilimsel Yaratıcılıkları ve Sürece Yönelik Algılarına Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2015,

2.2.4.2.2. Müzik ve Yaratıcılık

Ülkemizde gerçekleştirilen pek çok çalışma, müzik ve yaratıcılık ilişkisini ele almaktadır⁵³². Bunların içerisinde en ilginç araştırmalardan biri, Kuşçu tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın birinci uygulama aşamasında, çocuk ve yetişkinlerin dinledikleri müziklere ilişkin duygu durumlarını belirlemek amacıyla uzman görüşlerine dayanılarak bir müzik albümü hazırlanmıştır. Albümde yer alan müzikler, yetişkinlere ve çocuklara dinletilerek uyandırdığı duygu durumlarının benzerliği sınanmıştır. İkinci aşamada ise, mutluluk duygu durumuna ait bir parça seçilerek, müzikal yaratıcılık alanında kullanılmasına yönelik örnek bir ders yapılmıştır. Çocukların uygulanan derse yönelik düşüncelerinin olumlu olduğu, ders sırasında yapılan bu etkinliği keyifli buldukları, etkinlik sırasında yaratıcılıklarının farkına vardıkları ve yaratıcılıklarını kullanabildikleri belirlenmiştir. Etkinlik, çocukların çoğunluğu tarafından, kendilerini ifade etme becerisini geliştirmeye sağladığı katkı bakımından yararlı bulunmuştur. Ayrıca bu etkinliğin yaratıcılıklarının gelişmesine katkı sağladığı yönünde fikir beyan etmişlerdir⁵³³.

Güleç, doğaçlama müzik çalışmalarının yaratıcılığı olumlu etkilediği sonucuna ulaşırken, Sever, yaratıcı drama, müzik ve yaratıcılık kavramlarına odaklanmıştır⁵³⁴. Yapılan araştırmalardan çıkarılabilecek genel sonuç, müzikle ilgilenmenin yaratıcılığı artırdığı yönündedir.

s.186-187; Hilal Aktamış ve Ömer Ergin, “Fen Eğitimi ve Yaratıcılık”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.20, 2006, ss.77-83. Fen eğitiminde yaratıcılık için ayrıca bkz: Jia-Chi Liang, “Exploring Scientific Creativity of Eleventh Grade Students in Taiwan”, **Degree of Doctor of Philosophy**, Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Austin, August 2002; Weiping Hu ve Philip Adey, “A Scientific Creativity Test for Secondary School Students”, **International Journal of Science Education**, Vol.24, No.4, 2002, s.389-403; Karen S. Meador, “Thinking Creatively about Science Suggestions for Primary Teachers”, **Gifted Child Today**, Vol.26, No.1, Winter 2003, s.25-29; Hilal Aktamış ve Ömer Ergin, “Bilimsel Süreç Becerileri İle Bilimsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi** (H. U. Journal of Education), Cilt.33, 2007, s.20. Bilimsel süreç becerileri ve yaratıcılık için ayrıca bkz: Emel Türker, “Bilimsel Süreç Becerileri Yaklaşımının Model Kullanılarak Uygulanmasının Öğrencilerin Başarılarına, Bilimsel Süreç Becerilerinin Gelişimine ve Motivasyonlarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, 2011; Gül Ünal Çoban, “Modellemeye Dayalı Fen Öğretiminin Öğrencilerin Kavramsal Anlama Düzeylerine, Bilimsel Süreç Becerilerine, Bilimsel Bilgi ve Varlık Anlayışlarına Etkisi: 7. Sınıf Işık Ünitesi Örneği”, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2009; Aynur Elif Kekeç Bulut, “Biyoloji Eğitiminde Biyosiberetik Yaklaşımlar ve Yaratıcılık”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Aralık, 2014, s.10

⁵³² Bülent Küçük, “Müziğin Çocuklarda ve Yetişkinlerde Uyandırdığı Duygu Durumlarının Belirlenmesi ve İlköğretim Müzik Dersi Müziksel Yaratıcılık Alanında Kullanılması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2008, s.84-85

⁵³³ Özden Kuşçu, “Orff-Schulwerk Pedagojisi Destekli Müzik Eğitim Programının 5 Yaş Çocuklarının Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2017, s.58-59

⁵³⁴ Gürkan Güleç, “Keman Çalmada Doğaçlama Çalışmalarının Öğrencilerin Müzikal Yaratıcılık ve Keman Çalma Performansları Üzerindeki Etkileri”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Ocak 2017, s.92-93; Özlem Sever, “İlköğretim 3. Sınıf Müzik Dersi Müziksel Yaratıcılık Öğrenme Alanı Kazanımlarının Edinilmesinde Yaratıcı Dramanın Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 2010, s.56-57

2.2.4.2.3. Öykü, Animasyon, Çizgi roman, Karikatür ve Mizah

Gürsaç, üç boyutlu bilgisayarlı animasyon ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ayrıntılı olarak incelemektedir⁵³⁵. Benzer şekilde Kaçar da çizgi film animasyon eğitimini, akademik yaratıcılık bağlamında ele almaktadır⁵³⁶. Öz'ün Ankara'da moda tasarımı eğitimi alan öğrenciler üzerinde çizgi roman ve kahramanlarının günümüz modası ve yaratıcılıklarına olan etkilerini incelediği araştırmanın sonuçları da tembellik ve yaratıcılık ilişkisini destekler niteliktedir. Öğrencilerin; çizgi romanı sürekli olarak okumasalar da TV, film, animasyon gibi farklı alanlara yansımalarını takip ettikleri, moda tasarım alanında etkilerini gözlemledikleri, kendi tasarımlarında da kısmen kullandıkları ve yaratıcılıklarına iyi yönde etkisi olduğunu düşündükleri bulgulanmıştır. Öğrencilerin bölüm derslerinden arta kalan zamanlarında; kitap okuma, film izleme, tiyatro gösterileri ve sergilere katılma gibi sanatsal aktivitelerle birlikte, yaratıcılıklarını geliştirdiklerini ve moda tasarım eğitiminde faydalı olabileceğini düşündükleri çizgi romanında okunması teşvik edilebilir⁵³⁷. Bakır'ın araştırmasında görüşleri alınan uzmanlar ve öğrenciler karikatür çizmenin bireyin hayal dünyasını, merak duygusunu ve yaratıcı düşünme yönünü geliştirdiği ve karikatürün sanat eğitiminde yaratıcılığı tetikleyen bir güç olduğu yönünde görüşlerini ifade etmişlerdir. Ayrıca karikatür çizerken karşı çıkılma ve reddedilme tehlikelerini göze aldıklarını, kabul görmeme ve reddedilme tehlikelerini göze almadan, yeni fikirler ortaya atmamızın mümkün olmadığı, yaratıcılığın var olanı bozma yürekliliğini gerektirdiği, sanat eğitiminde yaratıcı sürecin bildiklerimizi (temel varsayımlarımızı) korkmadan sorgulayabilmekle başladığı konusunda, ortak görüş belirtmişlerdir⁵³⁸. Benzer şekilde, Şenol'un⁵³⁹ ve Temizkan'ın⁵⁴⁰ araştırmaları yaratıcılık ve mizah arasındaki pozitif ilişkiyi, Ay'ın araştırması ise mizah ve yaratıcılığın yaşam doyumu üzerindeki olumlu etkilerini⁵⁴¹ göstermektedir. Palamut tarafından gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre, hikâye okumak, öğrencilerin

⁵³⁵ Yücel Gürsaç, "Üç Boyutlu Bilgisayarlı Animasyon ve Yaratıcılık İlişkisi", **Yüksek Lisans Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 1993, s.71-73.

⁵³⁶ Tunç Kaçar, "Türkiye'de Çizgi Film Animasyon Eğitiminin Akademik Yaratıcılık Bağlamında İncelenmesi", **Yüksek Lisans Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.73-77

⁵³⁷ Cantürk Öz, "Moda Tasarımı Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Popüler Kültür Ürünü Olan Çizgi Roman ve Kahramanlarının Günümüz Modası ve Yaratıcılıklarına Etkilerine Dair Görüşleri", **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Haziran, 2013, s.126-129

⁵³⁸ Muhammet Bakır, "Grafik Sanatında Yaratıcılık ve Karikatür İlişkisinin Sanat Eğitimine Etkisi", **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008, s.108-110

⁵³⁹ Bahar Şenol, "İlköğretim Okul Müdürlerinin Yaratıcılık Davranışları ve Mizah Anlayışları", **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2013, s.119

⁵⁴⁰ Mehmet Temizkan, "Türkçe Öğretiminde Yaratıcı Düşünmeyi Geliştirme Bakımından Nasreddin Hoca Fıkraları", **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.8, Sayı.16, 2011, s.219

⁵⁴¹ Ömer Ay, "Orta Öğretim Öğrencilerinin Mizah Tarzları ve Yaratıcılık Düzeylerinin Yaşam Doyum Düzeylerini Açıklayıcı Rolü", **Yüksek Lisans Tezi**, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat, 2011

yaratıcılıklarını geliştirmektedir⁵⁴². Gölcük tarafından gerçekleştirilen bir başka araştırmada, öğrenci görüşlerinden, bilimsel hikâyelerle desteklenen fen eğitiminin eğlenceli, merak uyandıran, hayal gücünü çalıştıran, yaratıcılıklarına katkı sağlayan, derse olan merak ve ilgiyi arttıran, soyut kavramların daha kolay anlaşılmasını ve akılda kalıcılığını arttıran bir yapısı olduğu ortaya çıkmıştır⁵⁴³. Bacak tarafından gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, “Öykü Tabanlı Öğrenme Yaklaşımının uygulandığı deney grubu ile geleneksel öğretim yaklaşımının uygulandığı kontrol grubu öğrencilerinin yaratıcılıkları arasında anlamlı farklılık” ortaya çıkmıştır. “Öykü Tabanlı Öğrenme Yaklaşımının uygulandığı deney grubu öğrencilerinin yaratıcılıkları” artmıştır⁵⁴⁴.

Yaratıcılık, girişimci bakış açısıyla birleştiğinde inovasyon ortaya çıkar. Bu anlamda inovasyon, yaratıcı düşüncelerin iş dünyasına ve piyasaya uyarlanmasıdır. Kişilerin genel yaratıcılık düzeyini yükseltmeye dönük sanatsal etkinliklerin yanı sıra, yaratıcı fikir üretmeye ilişkin pratik uygulamalar, yenilikçi bakış açıları ve uygulamalar açısından önemlidir.

2.3. İnovasyon Kavramı

İnovasyonun tanımlanması, tarihçesi, ilişkili kavramlar ve türleri, inovasyon yönetimi ve modelleri, inovasyonun önemi, önündeki engeller ve inovasyon stratejileri bu başlık altında incelenmektedir.

2.3.1. Tanımı, Tarihçesi, İlişkili Kavramlar ve Türleri

İnovasyon kavramı, tarihçesi ve ilgili kavramlar, inovasyon türleri ve inovasyon olarak kabul edilmeyen değişiklikler bu başlık altında incelenmektedir.

2.3.1.1. İnovasyon Kavramı ve Tarihçesi

İnovasyon, yeni ve değişik bir şey yapmak anlamına gelen, Latince “innovare” kökünden türetilmiş bir kavramdır ve innovatus, sosyal, kültürel ve yönetsel alanda yeni tekniklerin uygulanmaya başlanması manasına gelir⁵⁴⁵. İnovasyonun Türkçe karşılığı

⁵⁴² İlkay Palamut, “Hikâye Okumanın İlköğretim Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeylerine ve Akademik Başarılarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2008, s.84

⁵⁴³ Aşlı Gölcük, “Bilimsel Hikâyelerle Desteklenen Fen Eğitiminin Öğrencilerin Yaratıcılıkları ve Duyuşsal Özellikleri Üzerindeki Etkileri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017, s.131-132

⁵⁴⁴ Selda Bacak, “İlköğretim 5. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersinde Öykü Tabanlı Öğrenme Yaklaşımının Öğrenenlerin Akademik Başarı ve Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, 2008, s.87

⁵⁴⁵ Cevahir Uzkurt, **Yenilik (İnovasyon) Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü**, 2.Baskı, İstanbul: Beta, 2017, s.9

“yenilik”, “yenileme” ve “yenilikçilik” olarak kullanılmasına rağmen bu sözcüklerin tam olarak inovasyonun gerçek anlamını vermediği görülmektedir. Fakat inovasyonun yaratıcılık, yenilik, buluş, teknolojik gelişme gibi kavramları bünyesinde toplayan çok geniş bir kavram olduğu konusunda fikir birliği oluşmuş durumdadır.

Tablo 2: İnovasyonun Kısa Tarihçesi

İnovasyonun Adı	Yıl	İnovasyonun Adı	Yıl
Tekerleğin Bulunuşu	M.Ö.3000	Telgraf	1837
İlk Gözlem Evi	M.Ö.1450	Telefon	1876
Roma Su Yolları	M.S.128	Röntgen	1895
Krank Milinin Keşfi	834	Zeplin Balonu	1900
İlk Buhar Makinesi (Thomas Savery)	1698	Uçak	1903
İlk Buhar Motoru	1725	Turbo Jet Motoru	1930
Buhar Makinesinin Geliştirilmesi (James Watt)	1763	Radar	1937
İlk Çalar Saat	1787	Xerox Fotokopi	1937
İlk Buharlı Gemi	1787	Naylon	1938
Elektrik Bataryası	1800	Elektronik Bilgisayar	1946
Elektrik Ampülü	1810	Polaroid Kamera	1947
Elektrik Jeneratörü	1831	İlk Uydunun Gönderilmesi	1957
Buzdolabı	1834	Cep Telefonu	1983

Kaynak: Cansu Erdoğan, İşgören Motivasyonunun İnovasyon Performansına Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011, s.9

19. yüzyıldaki endüstriyel devrimi ateşleyen en önemli unsur, bu yüzyılda gerçekleşen inovasyonlardır⁵⁴⁶. İnovasyon terimi ilk olarak 1934'te Joseph Schumpeter'in “**Ekonomik Kalkınmanın Temelleri**” adlı eseriyle karşımıza çıkmıştır⁵⁴⁷.

OECD-Eurostat 2005 Oslo Kılavuzu'na göre inovasyon, “*işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir*”⁵⁴⁸.

⁵⁴⁶ Nuray Korkmaz, **Sorularlar Yenilik (İnovasyon)**, İstanbul: İTO, 2004, s.11

⁵⁴⁷ Joseph A. Schumpeter, **The Theory of Economic Development**, Cambridge: Harvard University Press, 1934

⁵⁴⁸ OECD-Eurostat, **Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler**, Nüket Yetiş (çev.), 3. Baskı, Bilim, Teknoloji ve Yenilik İstatistikleri Çalışma Grubu, Ankara: TÜBİTAK, 2005, s.50

Var olan bir uygulama veya ürünün geliştirilmesi, yeni özellikler eklenmesi veya var olan bilgiye yeni bilgi alanları eklenmesi olarak da inovasyonlar ortaya çıkabilmektedir⁵⁴⁹.

Tablo 3: İnovasyon Tanımları

Yazar	Yıl	İnovasyon Nedir?
Schumpeter	1911	İnovasyon, ekonomik kalkınmanın itici gücüdür.
Schumpeter	1939	"Müşterilerin henüz bilmediği bir ürünün veya var olan bir ürünün yeni bir niteliğinin pazara sürülmesi, yeni bir üretim yönteminin uygulanmaya başlanması, yeni bir pazarın açılması, hammadde ve yarı mamullerin tedarikinde yeni bir kaynağın bulunması, bir sanayinin yeni organizasyona sahip olmasıdır".
Schmookler	1966	"Bir işletme, kendisi için yeni bir ürün veya hizmet geliştirirse ya da kendisi için yeni bir yöntem veya girdi kullanırsa teknik bir değişiklik yapmış olur. Belli bir teknik değişikliği ilk yapan işletme inovasyonu yapandır ve yaptığı bu eylem inovasyondur".
Becker/Whisler	1967	"Bir fikrin, benzer hedefleri olan organizasyonlardan biri tarafından ilk defa kullanılmasıdır".
Knight	1967	"İnovasyon, bir organizasyon ve onun çevresi için yeni olan bir değişikliğin gerçekleştirilmesidir".
Downs/Mohr	1976	"Organizasyonlardaki farklı uygulamalardır".
Goldhar	1980	"Fikirlerin ortaya atılma ile ticarileşmesi arasındaki davranış sürecidir".
Freeman	1982	"Endüstriyel inovasyon, yeni bir ürünün pazarlanmasıyla da yeni bir sürecin veya ekipmanın ilk defa ticari kullanımı için yürütülen tasarım, üretim, yönetim ve ticaret faaliyetlerini kapsar".
Rothwell/Gardiner	1985	... "inovasyon sadece teknolojik açıdan önemli bir ilerlemenin ticarileştirilmesi anlamına gelmez, aynı zamanda teknolojik bilgide küçük çaplı değişikliklerin kullanımını da içerir".
Rickards	1985	"İnovasyon, yeni fikirlerin uygulamaya konmasıdır". ... "Sistemlerin problemlerinin yeni yaklaşımlarla çözülmesidir".
Drucker	1985	"Girişimcilerin farklı bir iş veya hizmet ortaya koymak için değişiklik yapmalarını sağlayan araçtır".
Porter	1990	"İnovasyon yeni iş yapış teknolojileri ve şekilleridir".
West ve Farr	1990	"Birey, grup ya da örgüt yararına yeni ürünler, süreçler veya fikirlerin grup ya da kuruluşlara sunulması ve uygulanmasıdır".
Amabile	1996	"Kişiler ya da takımlar tarafından çıkan yaratıcılık, inovasyonun başlangıç noktasıdır. Bu nedenle inovasyon; bir örgütte yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanmasıdır".
Kotler	1999	"Müşterinin yeni olarak algıladığı fikir, ürün, teknolojinin geliştirilmesi ve pazarlanmasıdır".
Güles/Bülbül	2004	"İşletme tarafından bir düşüncenin, aracın, sistemin, politikanın, programın, ürünün, hizmetin veya sürecin ilk kez sunulması ya da kullanılmasıdır".
Oslo Manual	2005	"İnovasyon, yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün veya sürecin yeni bir pazarlama yönteminin ya da şirket içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır".
Hamel	2006	"Geleneksel yönetim süreçleri ve uygulamalarının biçimlerinin önemli ölçüde değiştirilmesidir".
Zerenler vd.	2007	"İşletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmesinde, karlarının ve nakit akışlarının artmasında, sektörde rakiplerinin önünde yer almasında belirleyici bir yol, güçlü bir rekabet silahıdır".

⁵⁴⁹ John E. Ettlie, William P. Bridges ve Robert D. O'Keefe, "Organization Strategy and Structural Differences for Radical versus Incremental Innovation", **Management Science**, Vol.30, No.6, 1984, pp.682-695

Barlay	2008	<i>“Kavram olarak hem süreci hem de bir sonucu anlatır. Daha önce yapılmamış olanı yapma, üretilmemiş olanı üretme, düşünülmemiş olanı düşünmektir”.</i>
Kale	2010	<i>“İşletme verimliliği ve etkinliği artıran süreç ve uygulamaların geliştirilmesi, müşteriler için değer yaratan ve işletme için rekabet avantajı sağlayan yeni ürün ve hizmetlerin oluşturulması ve çevresel değişimlere karşı örgütün kendisini yenilemesi ile ilgilidir”.</i>

Kaynak: Şirin Elçi, **İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı**, İstanbul: Acar Matbaacılık, 7.Baskı, 2006, s.1-2

Kısaca, yeni bir fikir ya da yöntemin uygulanması anlamına gelen inovasyon⁵⁵⁰, öğrenme ve değişimle direkt bağlantılı, genellikle riskli ve maliyetlidir. Sonucu belirsizdir, başarı kadar başarısızlık da söz konusudur⁵⁵¹. Bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi anlamında inovasyon⁵⁵² hem bir süreci hem de bir sonucu anlatır⁵⁵³. İnovasyonun özellikleri kısaca geriye dönmezlik, görecelilik, kümülatif yapı, uygunluk, belirsizlik, karmaşıklık, süreklilik, denenebilirlik, bütünsellik ve gözlemlenebilirlik olarak özetlenebilir⁵⁵⁴. İnovasyonla umulan, bilimsel ve teknolojik faaliyetlerde bir düşüncenin teori, uygulama ve çıktı açısından faydaya dönüşmesi ve belki de anlam bakımından çok önemli olmak üzere bu yararın pazarlanabilir, somut bir çıktı ile birlikte olması gerekmektedir⁵⁵⁵.

2.3.1.2. İnovasyonla İlgili Kavramlar

İnovasyon, yenilikçilik, bilgi, öğrenme, yaratıcılık, buluş, icat, patent, arge, teknoloji, değişim, taklit, rekabet, girişimcilik ve kalite yönetimi gibi kavramlarla yakın bir ilişki içerisindedir. Özellikle girişimci, girişimcilik ve inovasyon kavramları bugünün işletme dünyasında sıklıkla bir arada anılan, benzer hedefleri barındıran ve aralarında önemli bir ilişki bulunan kavramlardır. Girişimcilik özellikle pazarlara yeni ya da mevcut ürün ve hizmet gruplarının kazandırılması iken inovasyon da buna yol açabilecek yeni icat ve fikirlerin uygulama boyutuna aktararak ticari yapı kazanmasının sağlanmasıdır⁵⁵⁶.

⁵⁵⁰ Diego Alejandro Barreto Daza, Innovation Principles and Their Possible Application In Social Design, **Master of Science Thesis**, Anadolu University Graduate School Of Sciences, Eskişehir, 2017, s.5

⁵⁵¹ Özge Sağlam, İstanbul’da Özel Bir Okulda Görev Yapan Eğitim Yöneticilerinin İnovasyon Kavramı Hakkındaki Görüş ve Önerileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.7-8

⁵⁵² Enver Çakın, Ülkelerin İnovasyon Performansının Ölçülmesinde Yapay Sinir Ağları, Bulanık DEMATEL Tabanlı Analitik Ağ Süreci ve Ağırlık Kısıtlı Veri Zarflama Analizi Yaklaşımlarının Bütünleşik Olarak Kullanılması ve Bir Uygulama, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2017, s.134

⁵⁵³ European Commission, **Green Paper on Innovation**, EC: Brussels, 1995, s.4

⁵⁵⁴ Hilal Yılmaz, **Yenilik (İnovasyon) Yeni Ekonomi ve Rekabet**, Ankara: Rekabet Kurumu, 2003, s.5-6; Şirin Elçi, a.g.e., s.24-26

⁵⁵⁵ Kadri Yamaç, **Bilgi Toplumu ve Üniversiteler**, Ankara: Elif Yayınevi, 2009, s.6

⁵⁵⁶ Hanny N. Nasution, Felix T. Mavondo, Margaret Jekanyika Matanda, Nelson Oly Ndubisi, —Entrepreneurship: Its Relationship with Market Orientation and Learning Orientation and as Antecedents to Innovation and Customer Value, **Industrial Marketing Management**, Vol.40, No.3, 2011, pp.336-345

Yeni bilgiye erişilmesi, bu bilginin özümserenek örgüt geneline yayılması ve bu şekilde yeni bilginin işletmenin tüm faaliyetlerinde kullanılması yenilikçi bir örgüt yapısının oluşturulması için önem taşımaktadır. **Yenilikçilik**, işletme kültürünün yeni fikirlere ve inovasyona olan açıklığı ile ifade edilmektedir. Bir örgüt kültürünün yenilikçiliği aynı zamanda o örgütün inovasyona ilişkin eğiliminin ölçüsü olarak tanımlanmaktadır⁵⁵⁷. **Yaratıcılık**, özgün veya faydalı fikirler üretilerek yapılırken, inovasyon faydalı fikirleri uygulamaya koyma ve ticarileştirmeyi ifade eder. Bir bakıma inovasyonun yaratıcılığı kapsayan bir yönü olduğu söylenebilir. Yaratıcılık bir şeyi ilk defa yapmak veya yeni bilgi ortaya çıkarmak olarak çerçevelenirken, inovasyon ise örgüt dışından ürün veya süreçleri alıp uyarlamayı da kapsamaktadır⁵⁵⁸.

Bilim, yöntemle elde edilen ve pratikte doğrulanan bilgidir. Bilimsel gelişmenin temel koşulu, uygulama ile kuramın karşılıklı ve sürekli etkileşimidir⁵⁵⁹. Yenilikçiliğin sağlanabilmesi veya geliştirilebilmesi içinse, kurumsal **bilgi** sığasının yükseltilmesi ve bilginin geniş bir şekilde kullanılması gerekir⁵⁶⁰. Genel olarak **öğrenme** ise insanın içinde bulunduğu ortamda yaşamını sürdürebilmesi ve yaşamından doyum alabilmesi için gerekli olan bilgilerin, deneyimlerin, görgülerin, becerilerin ve eylemlerin kazanılması süreci olarak tanımlanabilir. Öğrenme sürecinde elde edilen bilgiler sayesinde, bilgi birikimi meydana gelmekte ve oluşan yeni bilgi, bilgi yığılmasını yükselterek, yeniliklerin açığa çıkmasını sağlamaktadır⁵⁶¹.

ARGE, insan, kültür ve toplumun bilgisinden oluşan bilgi repertuarının artırılması ve bu bellekten yeni uygulamalar dizayn etmek amacıyla yararlanılması için sistematik esaslı yürütülen yaratıcı çalışmalardır⁵⁶². Arge, teknolojik yenilikler başta olmak üzere birçok yenilik için ihtiyaç duyulan unsurlardan biri olarak değerlendirilmekte ve arge harcamalarının miktarının inovasyon faaliyetlerinin belirleyicisi olduğu ifade edilmektedir⁵⁶³. Ancak inovasyonların tümünü arge faaliyetleri sonunda meydana gelen bir süreç olarak ele almak yanıltıcı olur. İnovasyon

⁵⁵⁷ Robert F. Hurley ve G. Tomas M. Hult, "Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination", **Journal of Marketing**, Vol.62, No.3, 1998, p.44

⁵⁵⁸ Susanne G. Scott ve Reginald A. Bruce, "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace", **Academy of Management Journal**, Vol.37, No.3, p.581

⁵⁵⁹ İsmail Melih Baş, "Teknokapitalizme Karşı Ekotoplumculuk", **Bilim, Bilim Politikası ve Üniversiteler**, Emine Akalın, Hakan Aydoğdu ve Reşat Saraoğlu (Ed), Ankara: Bağlam Yayıncılık, 1997, ss.195-208, s.195

⁵⁶⁰ Sultan Kermally, **Gurus On People Management**, London: Thorogood Publishing, 2004, p.105

⁵⁶¹ John Seely Brown ve Paul Duguid, **Enformasyonun Sosyal Yaşamı**, İbrahim Bingöl (çev.), İstanbul: Henkel, 2001, s.110-111

⁵⁶² Abdullah Gök, **Frascat Kılavuzu Işığında Ar-Ge**, Bilim, Teknoloji ve Yenilikçilik Politikaları Daire Başkanlığı, Ankara: TÜBTAK, 2014, s. 10

⁵⁶³ Onur Sungur, "Antalya'da Faaliyet Gösteren İhracatçı İşletmelerin Ar-Ge, Teknoloji Geliştirme ve İnovasyon Faaliyetleri", **Uluslararası Davraz Kongresi: Küresel Diyalog**, Süleyman Demirel Üniversitesi, 24-27 Eylül, Isparta, 2009, s.939

çalışmalarının çoğu yüksek nitelikli işgücüyle, diğer firmalarla ve devlet kurum ve kuruluşlarıyla yapılan müşterek çalışmalar sonucu ortaya çıkmaktadır⁵⁶⁴. İnovasyon şemsiye bir kavramdır ve arge faaliyetlerini de kapsamaktadır. Arge yapanların girişimcilik niteliği yoksa değer yaratılamaz; sonuçlar inovasyona dönüştürülemez⁵⁶⁵.

Teknoloji umumiyetle örgütlerde mal ve hizmet dizayn süreçlerini aktifleştiren somut ve soyut tesisatlara işaret etmektedir⁵⁶⁶. Teknoloji kavramı, insanların işlerini daha verimli ve daha kolay yapabilmek için kullandığı araçlar, makineler, malzemeler, teknikler ve güç kaynaklarını kapsamaktadır⁵⁶⁷. İşletmenin belirli koşullara yönelik olarak kazanmış olduğu **teknolojik birikimin** inovasyona yönelik en önemli avantajı, bu teknolojinin yeni pazarlar ya da yeni operasyon alanlarına aktarılabilir oluşudur (**teknoloji transferi**). Ancak teknolojinin ilerlemesi-kullanımı-aktarımı, her ne kadar inovasyon açısından önemli bir destek mekanizması olsa da keşfedilmiş bir teknolojinin inovatif bir değer sağlayabilmesi için ekonomik bir değere işaret etmesi ve uygulamaya konulabilir özellikte olması şarttır⁵⁶⁸.

Buluş (icat), yeni veya iyileştirilmiş-geliştirilmiş bir mal, hizmet veya sürecin düşünce veya kavramsal düzeyine işaret eder ve hayata geçirilmesi ya da kullanılmaya başlamasıyla yeniliğe dönüşür. **Buluş yapmak**, varolan durumu yok edip aynı işi farklı bir teknikle yapmak olduğundan teknolojiye benzer bir terimdir. Buluşun inovasyona dönüşebilmesi için ticarileşebilmesi ve sağlanacak yararlar verimliliğin artması gerekmektedir⁵⁶⁹. İcat ve inovasyon arasında birçok durumda önemli bir zaman farkı olabilmektedir. Bu durum arka sayfada Tablo 4’te gösterilmektedir.

İnsan düşüncesinin yaratımı olarak ortaya çıkan yeniliklerden doğan haklar en genel anlamda **fikrî mülkiyet** olarak tanımlanmaktadır. Fikri mülkiyet haklarını, sınai mülkiyet hakları ve telif hakları olmak üzere iki başlık altında incelemek mümkündür. *“Sınai mülkiyet hakları, patent/faydalı model, marka, endüstriyel tasarım, coğrafi işaretler ve entegre devre topografyalarından”* oluşmaktadır. **Telif hakları** ise, roman, şiir, film, resim, heykel, müzik gibi edebi ve sanatsal çalışmalardan doğan hakları ifade etmektedir⁵⁷⁰.

⁵⁶⁴ Benoît Godin, “The History and Politics of Innovation”, **TATUP**, Vol.27, No.1, 2018, pp.60-63

⁵⁶⁵ Ramazan Tunçay, Askeri Endüstrilerde İnovasyon, Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı, Türkiye’deki Çalışmalar ve Tavsiyeler, Yüksek Lisans Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2016, s.14

⁵⁶⁶ Adem Ögüt, **Bilgi Çağında Yönetim**, Ankara: Nobel Yayınları, 2001, s.170

⁵⁶⁷ Ufuk Durna, **Yenilik Yönetimi**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2002, s.9

⁵⁶⁸ Atıf Açıkgöz, **Bilgi-Teknoloji ve Yenilik Üretim Stratejisi: (Ulusal Yenilik Sistemleri)**, İstanbul: Literatür Yayınları, 2012, s.20-23

⁵⁶⁹ Wen-Shih Hsiao ve Chou Rong-Jyh, “A Creativity-based Design Process for Innovative Product Design”, **International Journal of Industrial Ergonomics**, Vol.34, No.5, 2004, pp.421-443, p.423

⁵⁷⁰ WIPO, **What is Intellectual Property?**, Geneva: World Intellectual Property Organization, 2004, p.2

Tablo 4: İcatların İnovasyona Dönüşme Süreleri

İcat veya ürün	Mucit	Yıl	Yenilikçi firma	Yıl	Fark
“Tıraş bıçağı”	“Gillette”	1895	“Gillette Safety Razor “	1904	9
“Floresan lamba”	“Becquerel”	1895	“GE, Westinghouse”	1938	79
“Televizyon”	“Zworykin”	1919	“Westinghouse”	1941	22
“Telsiz telgraf”	“Hertz”	1889	“Marconi Co.”	1897	8
“Telsiz telefon”	“Fessenden”	1900	“Nat. Elec. Signal Co.”	1908	8
“Triod tüp”	“de Forest”	1907	“RTT Co.”	1914	7
“Radyo (osilatör)”	“de Forest”	1912	“Westinghouse”	1920	8
Spinning Jenny	Hargreaves	1765	“Hargreaves”	1770	5
“İplik makinesi (Suyla çalışan)”	“Highs”	1767	“Arkwrights”	1773	6
“İplik Makinesi (Katur)”	“Crompton”	1779	“Tekstil makinecileri”	1783	4
“Buhar Makinesi”	“Newcomen”	1705	“İngiliz firmaları”	1711	6
“Buhar Makinesi”	“Watt”	1764	“Boulton&Watt”	1775	11
“Ball point kalem”	“I.J. Biro”	1938	“Arjantin firması”	1944	6
“Pamuk toplayıcısı”	A. Campbell	1889	Int. Harvester	1942	53
“Yağ tutmayan kumaş”	Firma A&G	1918	“Tootal Broadhurst C.”	1932	14
“DDT”	“ “	1939	“J.R. Geigy Co.”	1942	3
“Elek. Precipitation”	“O. Lodge”	1884	“Cottrell’s”	1909	25
“Freon soğutucular”	“Midgley&Henne”	1930	“Kinetic Chem. Inc.”	1931	1
“Gyro pusula”	“Foucault”	1852	“Anschütz-Kaempfe”	1908	56
“Yağların katılaşması”	“W.Norman”	1901	“Crosfield’s”	1909	8
“Jet motor”	“F.Whittle”	1929	“Rolls-Royce”	1943	14
“Turbo-jet motor”	“H.Von Ohain”	1934	“Junkers”	1944	10
“Uzun çalar”	“P. Goldmark”	1945	“Colombia Records”	1948	3
“Manyetik kayıt”	“V.Poulsen”	1898	“Amer. Teleg. Co.”	1903	5
“Pleksiglas”	“W.Chalmers”	1929	“ICI”	1932	3
“Naylon”	“W.Carothers”	1928	“Du Pont”	1939	11
“Hidrolik direksiyon”	H.Vickers	1925	“Vickers Inc.”	1931	6
“Radar”	“Marconi, A.H. Taylor”	1922	“Société Fr. Radio Electrique”	1935	13
“Kendi kurulan saat”	“J.Harwood”	1922	“HarwoodSelf-windingCo.”	1928	6
“Kabuk döküm”	“J.Croning”	1941	“Hamburg Foundry”	1944	3
“Streptomisin”	“S.A.Waksman”	1939	“Merck Co.”	1944	5
“Terilen, dakron”	“J.R.Whinfield”	1941	“ICI”	1953	12
“Titanyum redüksiyon”	“W.J.Kroll”	1937	“ABD, Maden Dairesi”	1944	7
“Zerografi”	“C.Carlson”	1937	“Haloid Corp.”	1950	13
“Fermuar”	“W.L.Judson”	1891	“AutomaticHook&EyeCo.”	1918	27

Kaynak: Ergun Türkcan, **Teknoloji Tarihi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2011, s.15

Patent, “buluş sahibine sağlanan bir hak olup üçüncü şahısların buluş konusu ürünü üretme ve satma gibi tasarruflarına karşı patent sahibini korumaktadır”. Patent koruması sadece sınırlı bir zaman dilimi için söz konusudur⁵⁷¹. “**Faydalı model**,

⁵⁷¹ Ahmet Zeki Demir ve Doğançan Soydoğan, “Patent Yenilik İlişkisi ve Patentin Firma Performansı Üzerine Etkileri”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.10, Sayı.49, Nisan 2017, s.590

Türkiye’de ve dünyada yeni olan ve sanayiye uygulanabilen buluşların sahiplerine koruma sağlayan bir sistemdir. Kimyasal maddeler ve usuller hariç, patente konu olabilecek teknik gelişmeye sahip bütün ürünler için verilebilir”⁵⁷².

Tasarım; yenilikçi ürünler, sistemler, hizmetler ve deneyimler yoluyla yeniliği yönlendiren, iş başarısı sağlayan ve daha iyi bir yaşam kalitesi sağlayan stratejik bir problem çözme sürecidir⁵⁷³. Tasarım Konseyi Başkanı Sir George Cox’a göre tasarım, yaratıcılık ve inovasyonu birbirine bağlar. Fikirleri, kullanıcılar veya müşteriler için pratik ve çekici teklifler haline getirir ⁵⁷⁴.

Değişim, planlı veya plansız bir şekilde bir sistemin veya örgütün belli bir süreç içinde bir durumdan başka bir duruma dönüşmesidir⁵⁷⁵. Değişim, kurumsal çerçeveyi oluşturan kurallar, normlar ve uygulamalardan (roller, görevler, sorumluluklar, iş süreçleri) oluşan yapıdaki önemli regülasyonlardan oluşmaktadır⁵⁷⁶. İnovasyon yapma; örgütlerde çevresel değişme ve gelişmeyle birlikte ortaya çıkan sorunlara bir çözüm olduğu gibi, aynı zamanda, bir değişikliği de gerektirir⁵⁷⁷. Kısacası, inovasyonlar hem bir değişimin sonucu olarak ortaya çıktıkları gibi, hem de beraberlerinde değişimi getirirler.

Yayılma (difüzyon); inovasyonların, piyasa veya piyasa harici yollarla, ilk defa uygulandığı halinden, çeşitli ülkelere, bölgelere, sektörler, pazarlara, firmalara ve tüketicilere dağılma şeklidir. Yayılma olmadan yeniliğin ekonomik etkisi yoktur⁵⁷⁸. Yaratıcılık-icat-inovasyon ve yayılma, ardışık bir süreci ifade eder⁵⁷⁹. Firmaların inovatif performansları, diğerlerince geliştirilen⁵⁸⁰ yeni teknolojilerin (makine, teçhizat, vb.) içselleştirilerek ve uyumlanması sağlanarak kullanılma becerileriyle ilişkili olarak değişmektedir⁵⁸¹. İşletmelerin, maliyet, zaman ve risk gibi konularda avantaj sağlamak

⁵⁷² TÜRK PATENT, **Patent ve Faydalı Model Kitapçığı**, Ankara: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019, s.1

⁵⁷³ Uluslararası Endüstriyel Tasarım Toplulukları Konseyi, <https://wdo.org/about/definition/>, 08.05.2020

⁵⁷⁴ <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/introducing-design-europe>, 08.05.2020

⁵⁷⁵ Şahika Selçuk, Özel Ortaöğretim Kurumlarında Yöneticilerin İnovasyon Yeterlilikleri ile Örgütsel İmaj Algısı İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2018, s.13

⁵⁷⁶ Douglas North, **Kurumlar, Kurumsal Değişim ve Ekonomik Performans**, Gül Çağalı Güven (çev.), İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 2002, s.109

⁵⁷⁷ Bülent Tokat, **Örgütlerde Değişim ve Değişimin Yönetimi**, İstanbul: Myra Yayıncılık, 1998, s.22

⁵⁷⁸ OSLO Kılavuzu, a.g.e., s.21

⁵⁷⁹ Hasan K. Güleş ve Hasan Bülbül, “Toplam Kalite Yönetiminin İşletmelerde Yenilik Çalışmalarına Katkıları”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2004, ss.115-129, s.128

⁵⁸⁰ Hiçbir toplum, en azından teknolojisinin bazı yönlerini dışarıdaki bir kaynaktan ödünç almayacak denli yalıtılmış ve kendine yeterli değildir. Bir kültür için geleneksel bir uygulama olan, farklı bir toplumsal bağlamda önemli bir yenilik veya icat olarak görülebilir. Bakınız: George Basalla, **Teknolojinin Evrimi**, Cem Soydemir (çev.), 9.Baskı, Ankara: TÜBİTAK, 2000, s.103

⁵⁸¹ OECD, **Managing National Innovation Systems**, Paris: OECD, 1999, s.14.

amacıyla, rakiplerinde ya da çevrelerindeki diğer aktörlerde başarıya ulaşmış inovatif uygulamaları **taklit** ederek, bazen asıl işletmeden daha yüksek başarı elde ettiği örnekler söz konusu olsa da örgütsel yapı-inovatif özellikler arasında uyumsuzluk bulunan durumlarda, taklit başarısızlığın temel nedeni haline dönüşebilir⁵⁸².

Bugün artık rekabet avantajı yaratabilmek için firmaların kendilerini bütünü farklı bir biçimde yeniden konumlandırması, kurumsal stratejilerini yeniden tanımlaması, faaliyet gösterdiği endüstriyi yeniden yaratması, kısaca rakiplerinden farklı olabilme ve ürün ve hizmetlerinde fark yaratabilme yeteneğine sahip olması gerekir⁵⁸³. İnovasyona **stratejik yönetim ve oyun teorisi** bakış açısıyla yaklaşıldığında gözden kaçırılmaması gereken faktörler; karşı çıkılmamış tutuculuklar, kaynak ayrılmamış yetenekler, önemsenmemiş yenilik akımları ve dile getirilmemiş müşteri ihtiyaçlarıdır⁵⁸⁴.

Rekabet ve inovasyon ilişkisine göre, yenilik veya yeni ürünlerin geliştirilmesinde, ürün farklılaştırılmasında firmaların amacı kendilerini rekabet yoğunluğuna karşı korumak veya piyasa gücü elde etmektir. Bu görüş, rekabetin inovasyon için yatırım yapma yönünde firmalara teşvik sağladığı yönündedir⁵⁸⁵. Esneklik ve hızla birlikte inovatif olmak, işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamasında ve sürdürebilmesinde temel faktörlerdir⁵⁸⁶.

Toplam Kalite Yönetimi'nde gelişme; çevreye adaptasyon, iyinin ve mükemmelin genel bir bakışla aranması, tüketicilerin değişen taleplerinin karşılanması, yükselen küresel rekabet gibi unsurlar göz önünde bulundurularak kısa aralıklarla ve sürekli iyileştirmeye⁵⁸⁷ dönük bir teknik ve idari bir perspektiftir. Bu anlayışta başarılı

⁵⁸² Michael K. Badawy, "Is Open Innovation a Field Of Study Or a Communication Barrier to Theory Development: A Perspective", **Technovation**, Vol.31, No:1, 2011, p.66

⁵⁸³ Ferhat Kurtyemezoglu, Türkiye'de Çokuluslu İşletmelerde İnovasyonun Üretime Kattığı Fayda ve Analitik Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.11

⁵⁸⁴ Ertan Gündüz, Rekabet Geriliminin Stratejik İnovasyona Etkisinin Farkındalık Motivasyon Ve Yetenek Perspektifinde İncelenmesi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012, s.113

⁵⁸⁵ Aykut Karakaya, Seymur Ağazade, Selçuk Perçin, "Türk İmalat Sanayiinde Performans, İnovasyon ve Rekabet Arasındaki İlişki", **Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi**, Cilt.4, Sayı.1, 2018, s.41; Mert Özcömert, Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde Rakip Yönelimliliğin Firmanın İnovasyon Uygulaması ve Rekabetçiliğine Etkisi – Yaratıcı Endüstri Araştırması, **Doktora Tezi**, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2019, s.68

⁵⁸⁶ İbrahim Aksel, İşletmelerde İnovasyon ve İnovasyonu Destekleyen Örgüt Kültürünün Belirleyicileri ve Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010, s.30-31

⁵⁸⁷ Genel olarak değerlendirildiğinde; inovasyonun göreceli olarak bütünsel değişiklik içerdiği buna karşılık sürekli iyileştirmenin (kaizen) küçük adımlarla iyileşmeye değindiği, inovasyonun kısmen bireysel yaklaşımına karşılık sürekli iyileşmenin takım çalışmasını esas aldığı görülmektedir. Araştırmalarla elde edilen sonuçlar, şirketlerde yöneticilerin inovasyon ve sürekli iyileştirme konularının her ikisine de önem vermeleri gerektiğini ortaya koymaktadır. Bkz: Ali Aydoğdu, Örgüt Yapısının İnovasyon ve Örgüt Kültürüne Etkisi ve Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.42-43. Neslihan Beyhan Yaşar, Modelling Relations Between

olmanın anahtarı, değişime açık olmak ve benimsemek ve sürekliliği sağlamak olarak belirtilebilir⁵⁸⁸. TKY ve inovasyon arasında ise hem olumlu hem de olumsuz ilişkiler söz konusudur⁵⁸⁹. TKY'nin müşteri odaklılık, sürekli iyileştirme, yetkilendirme, katılım ve takım çalışması gibi ilkeleri inovasyonu destekleyici bir işlev görürken, mevcut müşterilerin taleplerine önem verilmesi, mevcut ürünlerin geliştirilmesine odaklanılması, sürekli iyileştirme ilkesinin çalışanlarda yarattığı baskı ve isteksizlik ve maliyetleri düşürme anlayışının inovasyon için yatırım yapma konusunda ortaya çıkardığı çekingenlik, yeniliklerin kısıtlı kalmasına yol açabilir⁵⁹⁰.

2.3.1.3. İnovasyon Türleri

İnovasyon türlerinin açıklanmasında çok farklı bakış açılarına göre farklı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Bunların içerisinde en yaygın kabul görenlerden biri, Oslo Kılavuzu'nda belirtilen ürün⁵⁹¹, süreç, pazarlama ve örgütsel inovasyon şeklinde yapılan dördü sınıflamadır⁵⁹². İnovasyon seviyeleri başlığı altında yapılan bir diğer sınıflama, fonksiyon temelli yaklaşıma benzer bir şekilde, teknolojik (üretim/operasyon), örgütsel, sunumsal (pazarlama), finansal-ekonomik ve yönetim seviyesinde inovasyon ayrımına gitmektedir⁵⁹³.

Innovation and Continuous Improvement and Their Impact On Firm Performance, **PhD Thesis**, Gebze Technical University Institute Of Social Sciences, Gebze, 2017, s.51-52

⁵⁸⁸ Bekir Kul, Kalite ve İnovasyon Performansının Belirlenmesinde Toplam Kalite Yönetimi ve Teknoloji/Ar-Ge Yönetiminin Entegrasyonu, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2010, s.62

⁵⁸⁹ Barbara Flynn, "The Relationship between Quality Management Practices, Infrastructure and Fast Product Innovation", **Benchmarking An International Journal**, Vol.1, No.1, 1994, pp.48-64

⁵⁹⁰ Türkmen Uysal, TKY Uygulamaları ve İnovasyon Arasındaki İlişki: Keşifsel Bir Çalışma, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2016, s.71-75; Ramazan Tunçay, s.16

⁵⁹¹ Ürün kavramı hem somut malları hem de soyut hizmetleri kapsar şekilde kullanılmaktadır. Hizmet inovasyonu için bkz: Arzu Meltem Dinler Sakaryalı, **İnovasyon**, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2016, s.65; Ayşegül Erdoğan, Teknoloji-İnovasyonun Yönetim ve Ekonomik Gelişmişlik Üzerine Etkilerinin Avrupa Birliği ve Türkiye'de Karşılaştırmalı Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.20; Enis Altok, The Relationship Between Customer Participation In The Service Innovation Process and Customer Satisfaction, **Master of Arts in International Trade Management**, Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in Social Sciences, İstanbul, 2016, s.55-57. Zübeyde Öztokmak, Yeni Tüketim Kültürü ve İnovasyon Çerçevesinde Konya İlinde Bulunan Üniversite Öğrencilerinin Fast Food Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2018, s.24

⁵⁹² OECD, s.51; Bu sınıflama firma düzeyindedir. Bireysel ve toplumsal düzeyde inovasyonlardan da bahsetmek mümkündür. Bakınız: Pınar Börü, Endüstri Bazında Ar-Ge, İnovasyon, Verimlilik ve Büyümenin Ekonometrik Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2012, s.31-32

⁵⁹³ Serdar Kuzu, İnovasyon ve Sigortacılık Sektöründe İnovasyon Faaliyetleri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2008, 26-28

2.3.1.3.1. Oslo Kılavuzu'na Göre İnovasyon Türleri

İnovasyonla ilgili geni kabul gören Oslo Kılavuzu'na göre inovasyon türleri aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır.

2.3.1.3.1.1. Teknolojik İnovasyonlar

Yeni ürün ve süreçlerin geliştirilmesi veya mevcut ürünlerde önemli teknolojik değişiklikleri içeren durumlar **teknolojik inovasyon** olarak tanımlanmaktadır⁵⁹⁴. Kamien ve Schwartz'a göre, pazar yapısı içinde taraflara ve kullanıma göre değişebildiği için ürün ve süreç yeniliği ayrımı mutlak bir sınıflandırma değildir⁵⁹⁵. Ürün ve süreç yeniliği gerçekleştirildiğinde, eski ürünün üretilmesinin ekonomik olmaması sonucunda, performans ve maliyet avantajı sağlaması nedeni ile geriye dönülemez bir özellik gösterir⁵⁹⁶.

Ürün İnovasyonu: *“Farklı ve yeni bir ürünün geliştirilmesi; ya da var olan üründe değişiklik, farklılık ve yenilik yapılması ve bu ürünün pazara sunulması **ürün inovasyonu**” olarak adlandırılır⁵⁹⁷. “Ürün inovasyonu, mevcut ürünün performansını arttırmak üzerine olabileceği gibi (örneğin Windows XP gibi), maliyetleri düşürmek (örneğin HP'nin inkjet yazıcılarını çıkarması gibi), kullanım kolaylığını arttırmak (örneğin Palm el bilgisayarları), ya da herhangi diğer bir şekilde ürün iyileştirmesi gerçekleştirmek üzerine” de olabilir⁵⁹⁸. Üretilen bu “yeni ürünler, yeni pazar ve tüketicilerin kazanılmasını ve mevcut durumdan farklı değişimler yapılarak memnuniyet düzeyinin artırılmasını da sağlamayı” amaçlamaktadır⁵⁹⁹.*

1970'lerden bu yana gerçekleştirilen ürün inovasyonlarının çoğu, radikal düzeyde olmayıp ürün geliştirmeye, artımsal inovasyona dayalıdır. Elektronik eşyaların özelliklerinin geliştirilmesi buna örnek olarak verilebilir. Bu türlü girişimler, ürün yaşam

⁵⁹⁴ Görşan Midem, İnsan Kaynakları Yönetiminde İnovasyon (2000'li Yıllardan Günümüze İnsan Kaynakları Yönetim Gelişim Süreci), **Yüksek Lisans Tezi**, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.67

⁵⁹⁵ Morton I. Kamien ve Nancy L. Schwartz, **Market Structure and Innovation**, Cambridge, Cambridge University Press, 1982, p.6

⁵⁹⁶ Eray Çayın, Seramik Sektöründe İnovasyon ve Ürün Geliştirme Uygulamaları İçin “Bilgisayar Destekli Prototipleme” Cihazı Tasarımı, **Yüksek Lisans Tezi**, Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kütahya, 2012, s.6

⁵⁹⁷ Wei-Tzu Chen, Takım Performansının Örgütsel Öğrenme Süreci ile Teknik İnovasyon Başarısı Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2014, s.26

⁵⁹⁸ Arman Kırım, “İnnovasyondan Başka Çıkar Yolumuz Kalmadı Gibi”, **Turkishtime Aylık Ekonomi ve İş Dergisi**, Vol.47, No.1, 2006, ss.138-145, s.141

⁵⁹⁹ David Wan, Chin Huat Ong, Francis Lee, “Determinants of Firm Innovation in Singapore”, **Technovation**, Vol.25, No.3, 2005, p.262

dönemini tüketici piyasasında uzatma düşüncesinden kaynaklanmaktadır⁶⁰⁰. İşletmelerin ürün teknik performansında başarılı olabilmeleri için; radikal inovasyon kararlarını ve riskleri dikkate alarak, uygulama aşamasında süreç yönetimine özen göstermeleri gerektiği; ürün teknik performansı ve firma performansı arasında pozitif yönde olumlu bir ilişkinin olduğu belirtilmektedir⁶⁰¹.

Süreç İnovasyonu: Süreç inovasyonu kısaca, “bir ürünün yapılış veya hizmetin sunuluş yönteminde yapılan değişimlere” denir. Bununla birlikte, üretim geliştirme (bazen "üretim iyileştirme" veya "üretimde süreç yeniliği" olarak da adlandırılır), mevcut üretim süreçlerinin veya sistemlerinin üretkenlik, maliyet, hız, kalite ve / veya esneklik bakımından sürekli artımlı veya radikal iyileştirilmesini de içerebilir⁶⁰².

Üretim yöntemleri inovasyonları, “mal ve hizmet üretmek amacıyla kullanılan teknikleri, teçhizatı ve yazılımları” kapsamaktadır. **Teslimat yöntemleri inovasyonları,** “firmanın lojistiği ile ilgili olup, girdilerin bulunması, araç gereçlerin firma içinde tahsisi veya nihai ürünlerin teslimi amacına yönelik teçhizat, yazılım ve teknikleri” kapsamaktadır⁶⁰³. Tüm dünyada en çok kabul görmüş ve popüler olan süreç inovasyonu uygulaması olarak, Toyota Şirketinin üretim altyapısının temel aldığı “tam zamanında üretim sistemi” ve ayrıca Ford Motor Company tarafından da daha da çok iyileştirilen üretim bandı sisteminin otomotiv endüstrisine kazandırılmasıdır⁶⁰⁴.

2.3.1.3.1.2. Teknolojik Olmayan İnovasyonlar

Teknolojik olmayan inovasyonlar pazarlama inovasyonu ve örgütsel inovasyonlardan oluşmaktadır.

⁶⁰⁰ Dolunay Bayatlı, Endüstri Tasarımında Ürün İnovasyonunun Oluşumunun İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2010, s.47

⁶⁰¹ Michael L. Tushman ve Charles A. O'Reilly, “Ambidextrous Organizations: Managing Evolutionary and Revolutionary Change”, **California Management Review**, Vol.38, No.4, 1996, pp.8-30; Nina Rosenbusch, Jan Brinckmann, Andreas Bausch, **Journal of Business Venturing**, Vol.26, No.4, 2011, pp.441-457

⁶⁰² Lisa Larsson, **Characteristics of Production Innovation**, Sweden: Luleå University of Technology, 2017, p.1

⁶⁰³ Mamadou Saliou Sow, Süt İşletmelerinde İnovasyon Kullanımı: Erzurum (Türkiye) ve Dakar (Senegal) Kıyaslaması, **Yüksek Lisans Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2016, s.31

⁶⁰⁴ Kevin Curran, Andrew McClintock, Charles Young, Dennis McKeag, Gavin Killeen, “RFID in the Production Line for Work Flow Improvement”, **International Journal of Agile Systems and Management**, Vol.6, No.1, 2013, pp.83-112

Pazarlama İnovasyonu: Pazarlama inovasyonu firmanın yeni pazarlama metotları geliştirmesi veya daha önceden var olan pazarlama metotlarında önemli değişiklikler geliştirmesi ve uygulaması şeklinde ifade edilebilir⁶⁰⁵.

Ürün tasarımı veya paketinde, ürün yerleştirmede, tutundurulmasında veya fiyatlandırılmasında önemli değişiklikler içeren yeni bir pazarlama tekniğinin uygulanmasıdır⁶⁰⁶. Peynirlerin dilimlenmiş olarak satılması örnek verilebilir. Bu tip yenilikler, satın alma deneyimi süresince potansiyel tüketicilerle oluşacak karşılıklı iletişimi farklılaştırmayı hedefler. Bunun manası yaşanan deneyimin geleneksel tüketici-satıcı ilişkisi konseptinden çıkarılması ve sonunda yenilikçi bir yöntem veya usul geliştirilmesidir⁶⁰⁷.

Örgütsel (Kurumsal) İnovasyon: Örgütsel inovasyon, bir örgütteki yönetim aktivitelerinde zamanla görülen ve niteliğiyle önceden görülmemiş yenilikler olarak tanımlanabilir⁶⁰⁸. Başka bir tanımda ise örgütsel inovasyon, kurumların ticari faaliyetlerinde, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir örgütsel yöntem kullanılması olarak ifade edilmektedir⁶⁰⁹. Örgütsel inovasyon firmaların idari ve operasyonel maliyetlerini azaltmak, personelin memnuniyetini ve verimliliği yükseltmek, örgüt dışı bilgiye erişebilmek veya satın alma maliyetlerini azaltmak amacıyla kullanabilecekleri yeni bir örgütsel yöntemi ifade etmektedir⁶¹⁰. Bu tip yapısal inovasyonlar *“birimlerin örgütsel yapılarındaki değişimlerden (ürün geliştirme, üretim, insan kaynakları, vs.) ürün veya müşteri yönlendirmesini içeren hatlara, bölümsel, segmentsel veya iş birimlerindeki değişimlere kadar”* her şeyi içerir⁶¹¹.

⁶⁰⁵ Paula Patricia Ganzer, Cassiane Chais, Pelayo Munhoz Olea, “Product, Process, Marketing and Organizational Innovation in Industries of the Flat Knitting Sector”, **RAI: Management and Innovation**, Vol.14, No.4, 2017, pp.321-332

⁶⁰⁶ OECD, **OECD Glossary of Statistical Terms**, Paris: OECD, 2008, p.326

⁶⁰⁷ Çağla Yavuz, “İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir Çalışma”, **Journal of Entrepreneurship and Development**, Cilt.5, Sayı.2, 2010, ss.143-173, s.146

⁶⁰⁸ Timothy Hargrave ve Andrew H. Van De Ven, “A Collective Action Model of Institutional Innovation”, **The Academy of Management Review**, Vol.31, No.4, October 2006, p.866

⁶⁰⁹ Jimme A. Keizer, Lieuwe Dijkstra, Johannes I.M. Halman, “Explaining Innovative Efforts of SMEs”, **Technovation**, Vol.22, No.1, 2002, pp.1-13

⁶¹⁰ Bekir Eşitti ve Haluk Erdem, “Birey-Örgüt Uyumunun Örgütsel İnovasyon Üzerindeki Etkileri: Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma”, **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.6, Sayı.4, 2017, s.476

⁶¹¹ Heidi Armbruster, Andrea Bikfalvi, Steffen Kinkel, Gunter Lay, “Organizational Innovation: The Challenge of Measuring Non-technical Innovation in Large-scale Surveys”, **Technovation**, Vol.28, No.10, 2008, pp.644-657

2.3.1.3.2. Yeniliğin Yapısına Göre İnovasyon Türleri

Yeniliğin yapısına göre başlıca inovasyon türleri radikal inovasyon ve artımsal (kademeli) inovasyon olarak ikiye ayrılmaktadır.

Radikal İnovasyon: Yeni fikir ve teknolojiler ya da ciddi maliyet düşüşleri ile yeni iş ve ürün çeşitliliğinin geliştirilerek bulunulan sektörde önemli değişiklikler ortaya konulmasıdır. Yapılan değişiklikler, yeni bir seri fonksiyonel özellik sunabileceği gibi, mevcut ve bilinen niteliklerde önemli ölçüde iyileştirmeler içerebilir. Mevcut bir pazar ve teknolojiye önemli ölçüde dönüşümü söz konusu olabileceği gibi, yeni bir pazar veya teknolojinin ortaya çıkışı da olanaklıdır⁶¹².

Artımsal (Kademeli) İnovasyon: Artımsal inovasyonlar mevcut ürün, hizmet, süreç ya da teknolojilerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesidir⁶¹³. Artımsal inovasyonlar için örgütsel becerilerin incelenerek geliştirilmesi yeterliyken; radikal inovasyonlar için “*yeni teknik ve ticari beceriler ile yeni problem çözme yetenekleri*” gerekmektedir⁶¹⁴.

Yeniliğin yapısına göre sınıflamada bu iki temel inovasyon türünün dışında, orta alan inovasyonu⁶¹⁵, yıkıcı inovasyonlar⁶¹⁶, destekleyici (sürdürülebilir) inovasyonlar⁶¹⁷ ve yeniden formülasyon⁶¹⁸ (birleştirme) inovasyonları gibi farklı başlıklara rastlamak da mümkündür.

2.3.1.3.4. Sosyal İnovasyon

Sosyal inovasyon bir anlamda çalışma şartları, eğitim, sağlık, sivil toplumun geliştirilmesi, kamu politikaları ve yönetişimi gibi alanlarda toplumsal ihtiyaçlara cevap

⁶¹² Ricarda B. Bouncken, Sascha Kraus, “Innovation in Knowledge-Intensive Industries: The Double-Edged Sword of Coopetition”, **Journal of Business Research**, Vol.66, No.10, 2013, pp.2060-2070; Richard Leifer, Christopher M. McDermott, Gina Colarelli O'Connor, Lois S. Peters, Mark Rice ve Robert W. Veryzer, Radical Innovation: How Mature Companies Can Outsmart Upstarts, **Journal of Business Research**, Vol.55, No.6, pp.529-530

⁶¹³ Romuald I. Zalewski ve Eulalia Skawinska, **Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics**, Vol.7, No.6, 2009, pp.35-40, p.36

⁶¹⁴ Büşra Adıgüzel, İnovasyon ve İnovasyon Yönetimi: Steve Jobs Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012, s.43

⁶¹⁵ Kenneth B. Kahn, “Market Orientation, Interdepartmental Integration, and Product Development Performance”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.18, No.5, 2001, p.316

⁶¹⁶ Burak Görmez, **Finansal Sektörde Yıkıcı Yenilik**, Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Aracılık Faaliyetleri Dairesi, 2017, s.4; Başak Bilge, “Yıkıcı Teknolojilerin Belirlenmesi”, **Savunma Bilimleri Dergisi**, Cilt.16, Sayı.1, Mayıs 2017, s.60

⁶¹⁷ Fatma Nur Yorgancılar, “Sürdürülebilir Rekabet Anlayışı Olarak Yenilik Yeteneği”, **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.11, Sayı.21, 2011, s.401

⁶¹⁸ Elif Haykır Hobikoğlu, “İnovasyon Ekonomisi Bağlamında İnovasyon Türleri ve İnovasyon Süreci”, **İktisadi Araştırmalar Vakfı**, Temmuz 2015, s.12; <https://www.iav.org.tr/yonetim/dosya/makale/elif-haykir-hobikoglu.pdf>, (13.07.2019)

veren stratejiler, fikirler ve organizasyonlardır. Yaşam boyu eğitim hizmetleri sunulması, istihdam veya bölgesel gelişmeyi hedefleyen politik kararlar ve kanser tedavisi toplumsal inovasyona örnek olarak verilebilir⁶¹⁹.

Akademik camiada yeni olmamasına karşın sosyal inovasyonda son on yıldır öne çıkan bir süreç yaşanmaktadır. Benjamin Franklin'den Max Weber, Emile Durkheim'a kadar birçok toplumbilimci ve düşünür sosyal inovasyona farklı yönlerden de olsa atıf yapmış ve toplumda değişim yaratmanın önemine değinmiştir⁶²⁰. Sosyal inovasyon, topluma fayda sağlayacak ve “tamamen ekonomik” yaklaşımla⁶²¹ kişisel refah yerine ya da onunla sosyal değer⁶²² yaratacak “yenilik, değişiklik ve iyileştirme faaliyetlerinin geliştirilmesini ve uygulanmasını” ifade eder⁶²³.

Gelecek nesillere nasıl bir dünya bırakacağımızla, dolayısıyla sosyal dayanıklılık ve sürdürülebilirlik kavramlarıyla ilişkili bir çözüm arayışı olarak sosyal inovasyon, örneğin yeşil teknolojiler (green IT) gibi, teknik ve tasarım alanlarındaki inovasyonları da yönlendirmeye başlayan bir süreçtir⁶²⁴. **Sürdürülebilirlik için tasarım**, “endüstrinin, ekonomik kaygılar kadar çevresel ve sosyal kaygıları da uzun süreli inovasyon stratejilerinin kilit esası olarak alması ve ilgili faktörleri tedarik zinciri ve ürün yaşam döngüsünü kapsayan ürün-servis-sistem geliştirmeye dâhil etmeleri” olarak tanımlanmıştır⁶²⁵.

⁶¹⁹ UİG, “Sosyal İnovasyon-Sosyal Girişimcilik”, **Ulusal İnovasyon Girişimi 2008 Yılı Çalışmaları**, İstanbul: Sabancı Üniversitesi & TÜSIAD Rekaet Forumu, 2009, s.38

⁶²⁰ Şahika Burçin Tatar, Firmaların Sosyal İnovasyon Uygulamalarına İlişkin Tüketici Tutumlarının Ölçülmesine Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.47; Benjamin Franklin 18. Yüzyılda toplumun sosyal organizasyonlarında küçük değişimleri gündeme getirir ve Emile Durkheim teknik değişimi destekleyen işgücü bölümlerindeki kalkınmanın gerektirdiği sosyal düzenlemenin altını çizer. 20. Yüzyılda Max Weber kapitalist sistemde rasyonelleşmenin gücünü gösterir. O toplum düzeni (hiyerarşi) ve inovasyon arasındaki ilişkiyi inceleyerek konuya ilgisini göstermiştir. Bireyler sosyal değişime karşı ilk önce benimsemede zorluk çekmelerine rağmen yaygınlığın görülmesi ölçüsünde kullanımı ve bu değişimin gelişimi gerçekleşmektedir. Bkz: Sakine Köse, Sürdürülebilirlik Perspektifi İçinde Sosyal Devlet Yaklaşımı: STK'ların Sosyal İnovasyon Rolü ve Yoksullukla Mücadelede Son Modeli, **Yüksek Lisans Tezi**, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.31

⁶²¹ Gillian Sullivan Mort, Jay Weerawardena and Kashonia Carnegie, “Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation”, **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, Vol.8, No.1, February 2003, p.79

⁶²² Elizabeth Chell, “Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process”, **International Small Business Journal**, Vol.25, No.1, February 2007, p.17

⁶²³ Zümrüt Ecevit Satı, **İnovasyonu Yönetmede Kesitler**, Ankara: Nobel Yayın Evi, 2013, s.86; Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA), **Batı Karadeniz (Zonguldak, Karabük, Bartın) 2015-2025 Bölgesel İnovasyon Stratejisi ve Eylem Planı**, BAKKA: İNOMER, 2014, s.8

⁶²⁴ Aysu Uzsayılır Kara, Sosyal Politikalarda Yeni Yaklaşım, Yöntem ve Kentsel Uygulamaların Geliştirilmesi: Bir Sosyal İnovasyon Örneği Olarak “Şeker Hayat”, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.31

⁶²⁵ Elif Küçüksayraç, Intermediaries In The ‘Design For Sustainability’ Field: Strategies For Developing Support Mechanisms In Turkey, **Ph.D. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School of Science Engineering and Technology- Delft University of Technology Graduate School, İstanbul- Delft Nederland, 2015, s.14

Sosyal inovasyon süreci; ihtiyaçları ve çözüm önerilerini belirleme, seçme, iyileştirme ve gerçekleştirme, yaygınlaştırma, öğrenme ve geliştirme safhalarından oluşmaktadır⁶²⁶. Sosyal inovasyon sürecinde paydaşlar; kamu ve eğitim kurumları ile üniversiteler (akademi), özel sektör ve sosyal girişimler, sivil toplum kuruluşları (bağış ekonomisi) ve toplum (hane halkı) olmak üzere dört ana başlık altında gruplandırılmaktadır⁶²⁷.

Toplumdaki gereksinimlere yenilikçi çözümler üretmeyi amaçlayan sosyal inovasyonun temel odaklandığı alanlar şunlardır⁶²⁸; Toplum üyelerinin yaşam standartlarının yükseltilmesi, yoksulluğun azaltılması, *“bölgeler arası dengesizliğin ve gelir dağılımı eşitsizliğinin ortadan kaldırılması eğitim eksikliklerinin tamamlanması, toplumun refah seviyesinin yükseltilmesi”*, toplum yaşam kalitesini yükseltilmesi, işsizlerin istihdamı için yeni iş sahalarının açılması, yaşlı ve yardıma muhtaç toplum üyelerinin barınma ihtiyaçlarının karşılanması, şehir merkezlerindeki farklı kültürlerin çatışmasından kaynaklanan okul ve dil eğitimi, barınma gibi gereksinimlerine yenilikçi yollarla çözüme kavuşturulması, sağlık alanında yenilikçi çözümlerin getirilmesidir.

2.3.1.3.5. Diğer İnovasyon Türleri

Yukarıda ana hatlarıyla verilen inovasyon sınıflandırmalarının dışında pek çok farklı sınıflandırma söz konusudur. Sisteme göre inovasyon çeşitleri incelendiğinde bir plana bağlı olarak gerçekleştirilen, belirli bir amaca, sorunun çözümüne ya da yeni bir teknolojinin sunumuna yönelik değişimi ifade eden inovasyon (**programlanmış inovasyon**) ve önceden planlanmayan, rastlantısal olarak keşfedilen, süreç içerisinde gerçekleşen ya da oluşan inovasyon (**programlanmamış inovasyon**) şeklinde bir sınıflandırma yapılabilmektedir⁶²⁹.

⁶²⁶ John Bessant, “Enabling Continuous and Discontinuous Innovation: Learning From the Private Sector”, **Public Money and Management**, Vol.25, No.1, 2005, pp.35-42

⁶²⁷ João Cotter Salvado, Isabel Lopo de Carvalho, Uwe G. Schulte, “The Life Cycle of Social Innovations”, **Social Innovation**, Thomas Osburg, René Schmidpeter (Eds.), Berlin: Springer, 2013, pp.183-195

⁶²⁸ Hakan Eren, Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Yenilikçilik Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, **Doktora Tezi**, Ankara, 2010, s.27-28

⁶²⁹ Ahmet Vatan ve Burhanettin Zengin, “Çevresel İnovasyon ve Konaklama İşletmelerindeki Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği”, **The Journal of Academic Social Science**, Yıl.2, Sayı.8, Aralık 2014, s.516

Kapsamına göre inovasyonlar sınıflandırıldığında, davranışsal⁶³⁰, bireysel⁶³¹, grup⁶³², takım⁶³³, yönetsel⁶³⁴, yapısal⁶³⁵ (mimari) ve toplumsal düzeyde inovasyonlar⁶³⁶ karşımıza çıkmaktadır. İnovasyon kavramı her ne kadar ilk etapta teknolojik alandaki yenilikler olarak algılansa da inovasyonlar tıbbi, önleyici, marjinal, teknik, yönetsel ve sosyal inovasyonlar gibi farklı karakterlerde de olabilmektedir⁶³⁷. Farklı bir bakış açısıyla, imalat⁶³⁸, bankacılık⁶³⁹, finans⁶⁴⁰, sigorta⁶⁴¹, inşaat⁶⁴², tarım⁶⁴³, mobil iletişim⁶⁴⁴,

⁶³⁰ Jason Potts, "Behavioral Innovation Economics", **Handbook for Behavioral Economics**, Roger Frantz (ed), London: Routledge, 2016, pp.392-404

⁶³¹ Susanne G. Scott ve Reginald A. Bruce, "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace", **The Academy of Management Journal**, Vol.37, No.3, 1994, pp.580-607

⁶³² Michael A. West, Carol S. Borrill, Jeremy F. Dawson, Felix Brodbeck, David A. Shapiro, Bob Haward, "Leadership Clarity And Team Innovation In Health Care", **The Leadership Quarterly**, Vol.14, No.4-5, August–October 2003, s.394; Na-Wen Chi, Yin-Me Huang and Shu-Chi Lin, "Double-Edged Sword? Exploring The Curvilinear Relationship Between Organizational Tenure Diversity And Team Innovation: The Moderating Role Of Team-Oriented HR Practices", **Group Organization Management**, Vol.34, No.6, 2009, p.699

⁶³³ Silke A. Esenbess, Daan van Knippenberg, Sabine Boerner, "Transformational Leadership and Team Innovation: Integrating Team Climate Principles", **Journal of Applied Psychology**, Vol.93, No.6, 2008, p.1438; Dether Gebert, Sabine Boerner, Eric Kearney, "Fostering Team Innovation: Why Is It Important to Combine Opposing Action Strategies?", **Organization Science**, Vol.21, No.3, p.593-94

⁶³⁴ Gary Hamel, "The Why, What, and How of Management Innovation", **Harvard Business Review**, Vol.84, No.2, February 2006, p.75

⁶³⁵ Rebecca Henderson ve Kim Clark, "Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms", **Administrative Science Quarterly**, Vol.35, No.1, March 1990, p.11; Arman Kırım, **Mor İnek Nasıl Büyüsün?**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2005, s.76

⁶³⁶ Nurgül Evcim, Ar-Ge ve İnovasyon Faaliyetleri ile Büyüme İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, 2017, s.9

⁶³⁷ Marja Tuomi, **Diffusion of Social Innovations Across the Borders Social Sector: Cooperation with the Republic of Karelia**, Dissertations in Social Sciences and Business Studies No 33, Publications of the University of Eastern Finland, 2012, p.41

⁶³⁸ Hüseyin Tuna, Siberfiziksel Üretim Sistemleri ve İnovasyon Tabanlı Bir Tasarım Uygulaması: TEKA VTC Üretim Hattı Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2019, s.35-50

⁶³⁹ Neslihan Hazerli, Innovation In Banking Through Mobile Solutions and It's Future Implications, **MBA Thesis**, Yeditepe University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2013, s.1-6

⁶⁴⁰ Ahmet Cemil Borucu, Three Essays On Economic Growth: Financial Innovation, Human Capital and Foreign Direct Investment, **Doctor Of Philosophy**, Yeditepe University Institute Of Social Sciences, İstanbul, 2017, s.69-71

⁶⁴¹ Sezen Burcu Er, L'innovation En Tant Qu'un Composant De L'identité Institutionnelle: Les Exemples Dans Le Secteur D'assurance Turc, **These De Master De Recherche**, Université Galatasaray Institut Des Sciences Sociales, İstanbul, 2010, s.131-134

⁶⁴² Frens Pries ve Felix Janszen, "Innovation in the Construction Industry: The Dominant Role of the Environment", **Construction Management and Economics**, Vol.13, No.1, 1995, pp.43-51

⁶⁴³ Harold Van Es ve Joshua Woodard, "Innovation in Agriculture and Food Systems in the Digital Age", **The Global Innovation Index 2017**, Geneva: WIPO, 2018, pp.97-104

⁶⁴⁴ Alp Çağrı Bilici, The Importance Of Innovation On The Perception Of Brand And A Study On Mobile Phone Market, **Master's Thesis**, Bahçeşehir University The Graduate School Of Social Sciences, İstanbul, 2018, s.75-76

perakendecilik⁶⁴⁵, nanoteknoloji⁶⁴⁶, akıllı malzemeler⁶⁴⁷, tekstil⁶⁴⁸, lojistik⁶⁴⁹, eğitim⁶⁵⁰, turizm⁶⁵¹, kamu⁶⁵², askeri endüstriler⁶⁵³, sağlık⁶⁵⁴, lokantacılık⁶⁵⁵, spor⁶⁵⁶ gibi sektörler bazında sınıflama yapılabilmektedir. Ayrıca, inovasyonun örgüt, pazar veya dünya için yeni olması açısından (yenilik derecesine göre)⁶⁵⁷ ya da süreç olarak ve sonuç olarak inovasyon şeklinde⁶⁵⁸ ve yine inovasyonun seviyelerine göre teknolojik, organizasyonel ve yardımcı inovasyon sınıflaması yapılabilmektedir⁶⁵⁹. Yine farklı şekillerde tanımlanmış inovasyon türlerini, işletme fonksiyonlarına göre sınıflandıran yaklaşımlarda söz konusudur⁶⁶⁰. Bunların yanı sıra, deneyim inovasyonu⁶⁶¹, tasarım

⁶⁴⁵ Marcel Weber ve Igor ter Halle, “Retail Innovation: Can An App Save the City Centre”, **6th International Conference on Mass Customization and Personalization in Central Europe**, Novi Sad: MCP-CE, 2014

⁶⁴⁶ Ender Sevinç, Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi: Türkiye Tekstil Sektörü Örneği, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.125

⁶⁴⁷ Ömer Çakmak ve Mehmet Kaya, “Akıllı Malzeme Şekil Hafızalı Alaşımların Termodinamiği”, **Bilim ve Teknoloji Dergisi**, Cilt.6, Sayı.2, 2017, s.541; Tuğçe Akın, Communication of Smart Materials: Bridging The Gap Between Material Innovation and Product Design, **The Degree Of Master Of Science**, The Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2009, s.135-136

⁶⁴⁸ George W. Henderson III, “Industrial Commentary Innovation in the Global Textile Industry”, **The Journal of The Textile Institute**, Vol.87, No.2, 1996, pp.95-96

⁶⁴⁹ Arthur D. Little, **Innovation Excellence in Logistics**, Brussels: ELA European Logistics Association, 2007

⁶⁵⁰ Donna L. Russell ve Art Schneiderheinze, “Understanding Innovation in Education Using Activity Theory”, **Educational Technology & Society**, Vol.8, No.1, 2005, pp.38-53

⁶⁵¹ Mike Peters ve Birgit Pikkemaat, “Innovation in Tourism”, **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, Vol.6, No.3-4, 2006, pp.1-6

⁶⁵² David Albury, “Fostering Innovation in Public Services”, **Public Money & Management**, Vol.25, No.1, 2005, pp.51-56

⁶⁵³ Dan Steinbock, **The Challenges for America’s Defense Innovation**, Washington: Information Technology and Innovation Foundation, 2014

⁶⁵⁴ Sandra Moore, “Innovation in Primary Healthcare”, **Policy Quarterly**, Vol.15, No.1, 2019, pp.68-72

⁶⁵⁵ Michael Dixon, Sheryl E. Kimes, Rohit Verma, “Customer Preference Preferences for Restaurants for Restaurant Technology Innovation Innovations”, **Cornell Hospitality Report**, Vol.9, No.7, 2009, pp.6-16

⁶⁵⁶ Vanessa Ratten, **Sport Entrepreneurship**, New York: Springer, 2018

⁶⁵⁷ Roger J. Calantone, C. Anthony di Benedetto, Sriraman Bhovaraghavan, “Examining the Relationship between Degree of Innovation and New Product Success”, **Journal of Business Research**, Vol.30, 1994, pp.143-148

⁶⁵⁸ Mary M. Crossan and Marina Apaydin, “A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature”, **Journal of Management Studies**, Vol.47, No.6, September 2010, p.1167

⁶⁵⁹ Philip Greenacre, Robert Gross, Jamie Speirs, **Innovation Theory: A Review of the Literature**, ICEPT Working Paper, London: Imperial College Centre for Energy Policy and Technology, 2012

⁶⁶⁰ Yönetim (örgütsel, yapısal, süreç ve sektör oluşturan inovasyonlar), pazarlama (pazarlama, deneyim, hedef kitle ve marka inovasyonları), üretim (ürün, uygulama, tasarım ve teknolojik inovasyonlar), vb. Bakınız: Cengiz Kastan, İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamaya Yönelik İnovasyon Stratejileri ve Ürün İnovasyonu Modelleri: İstanbul Ayakkabı Endüstrisi’nde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.48-51; Örneğin insan kaynakları yönetiminde inovatif yaklaşımlarla ilgili olarak bkz: Arda Ersan, İnsan Kaynaklarının İnovasyon Stratejilerinin Verimliliğindeki Rolü, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2013, s.140-155.

⁶⁶¹ C.K. Prahalad ve Venkatram Ramaswamy, “The New Frontier of Experience Innovation”, **MIT Sloan Management Review**, Vol.44, No.4, 2003, pp.12-18; Ebru Tümer Kabadayı ve Alev Koçak Alan, “Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2014, s.205; Arman Kırım, **Farklılaşmanın En Etkin Yolu: Deneyim İnovasyonu**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2007, s.4-30

odaklı inovasyon⁶⁶², konumlanma inovasyonu⁶⁶³, eko-inovasyon, yeşil inovasyon⁶⁶⁴, hedef kitle inovasyonu⁶⁶⁵, iş modeli inovasyonu⁶⁶⁶, uygulama inovasyonu⁶⁶⁷, stratejik (düzen bozucu) inovasyonlar⁶⁶⁸, çeşitlilik inovasyonu⁶⁶⁹, alt pazar inovasyonu⁶⁷⁰, değer inovasyonu⁶⁷¹, mimari ve modüler inovasyon⁶⁷², kesişimci inovasyon⁶⁷³, geçici inovasyon⁶⁷⁴, tutumlu inovasyon⁶⁷⁵, yetenek inovasyonu⁶⁷⁶, yatay ve dikey inovasyon⁶⁷⁷ gibi farklı isimlendirmeler söz konusudur. Tüm bu inovasyon türlerine ek olarak literatürde; farklılaştıran üretim inovasyonu, pazar geliştiren yenilikçilik, şirket dışından gelen yenilikçilik, pazarı yeniden tanımlama, finansal hizmet uygulaması, pazarlamada fark yaratan yenilik, serviste örnek yenilikçilik, ürün geliştirme buluşçuluğu, vaat yenileme inovasyonu, süreç yenileme modeli, müşteriyle değer yaratma şeklinde farklı sınıflandırmalar da yapılmaktadır⁶⁷⁸.

⁶⁶² Ilgım Eroğlu ve Süha Erda, “Türkiye’deki Televizyon Üreticilerinin İnovasyon Karakteristikleri Üzerine Bir İnceleme”, **Tasarım Artı Kuram Dergisi**, Sayı.23, Mayıs 2017, s.121; Deniz Sayar, The Role Of Service Design As A Driver Of Innovation In The Manufacturing Industry, **Ph.D. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2018, s.93-95

⁶⁶³ Patrick M. Dawson ve Constantine Andropoulos, **Managing Change, Creativity and Innovation**, California: SAGE Publication, 2009, p.33

⁶⁶⁴ Melek Yurdakul, Eko İnovasyon Uygulamalarının Finansal ve Çevresel Performans Üzerindeki Etkisi: Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşuna Yönelik Örnek Uygulama, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.10; Barış Aksu, Firmaların Eko-İnovasyona Dayalı Sürdürülebilir Performanslarının İncelenmesinde Bir Model Önerisi ve Analizi, **Doktora Tezi**, Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli, 2018, s.4

⁶⁶⁵ M. Rauf Ateş, **İnovasyon Hayat Kurtarır**, Doğan Kitap, İstanbul, 2008, s.39

⁶⁶⁶ Donald Mitchell, Carol Coles, B. Thomas Golisano ve Robert B. Knutson, **The Ultimate Competitive Advantage: Secrets of Continually Developing a More Profitable Business Model**, Pennsylvania: Berrett-Koehler Publishers, 2003, s.23

⁶⁶⁷ Arman Kırım, **Karlı Büyümenin Reçetesi: İnovasyon**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2007, s.14-16

⁶⁶⁸ Ali Soylu ve Meltem Öztürk Göl, “Yönetim İnovasyonu”, **Sosyo-Ekonomi Dergisi**, Sayı.1, 2010, s.117

⁶⁶⁹ Neriman Esendemir, İnovasyon Türleri ve Performans İlişkisinde Teknoloji Yeteneği ve Örgütsel Öğrenmenin Aracı Rolü, **Yüksek Lisans Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.23

⁶⁷⁰ Arman Kırım, **Sıra Dışı Bir Büyüme ve Karlılık Stratejisi: Alt Pazar İnovasyonu**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2007, s.4-30

⁶⁷¹ W. Chan Kim ve Renee Mauborgne, “Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth”, **Harvard Business Review**, Vol.75, No.1, 1997, pp.102-112

⁶⁷² Thomas Magnusson, Göran Lindström ve Christian Berggren, “Architectural or Modular Innovation? Managing Discontinuous Product Development In Response To Challenging Environmental Performance Targets”, **International Journal of Innovation Management**, Vol.7, No.1, 2003, pp.1-26

⁶⁷³ Frans Johansson, **Yaratıcılık ve İnovasyon: Medici Etkisi Yaratmak**, Zeynep Yaman (çev.), İstanbul: Mediacat, 2007, s.82-93

⁶⁷⁴ Faïz Gallouj, Oliver Wenstein. “Innovation in Services”, **Research Policy**, Vol.26, No.4-5, 1997, p.550

⁶⁷⁵ Timo Weyrauch ve Cornelius Herstatt, “What is Frugal Innovation? Three Defining Criteria”, **Journal of Frugal Innovation**, Vol.2, No.1, 2006, pp.1-17

⁶⁷⁶ Joe Tidd ve John R. Bessant, **Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change**, England: John Wiley&Sons Ltd., 2005, p.84

⁶⁷⁷ Gino Gancia ve Fabrizio Zilibotti, “Horizontal Innovation in the Theory of Growth and Development”, **Handbook of Economic Growth, Volume 1A**, Philippe Aghion and Steven N. Durlauf (Eds.), Amsterdam: North Holland Publishers, 2005, pp.111-170

⁶⁷⁸ İlknur Eryol, İnovasyonun İşletmenin Rekabet Gücüne Katkısı ve Başarının Sermaye Piyasaları Üzerine Etkisi, (Boya Sanayinde “Nano Teknoloji” Üzerine Örnek Bir Uygulama), **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2009, s.28-30

2.3.1.3.6. İnovasyon Olarak Değerlendirilmeyen Değişiklikler⁶⁷⁹

1. Bir sürecin, pazarlama yönteminin veya bir organizasyon yönteminin kullanımının veya bir ürün pazarlamasının durdurulması	4. Yalnızca faktör fiyatlarındaki değişimlerden kaynaklanan değişiklikler
2. Basit sermaye yenileme veya artırımı	5. Düzenli, mevsimsel vb döngüsel değişimler
3. Kişiselleştirme	6. Yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş ürünlerin ticareti

2.3.2. İnovasyon Yönetimi ve Modelleri

Bu başlık altında, öncelikle kaynak kullanımı ve örgüt kültürü kavramları ışığında inovasyon yönetimi tanımlanmaktadır. Sonrasında inovasyon süreci değerlendirilerek ölçüm konusu ele alınmaktadır. Son olarak inovasyon kaynakları ve inovasyon modelleri incelenmektedir.

2.3.2.1. İnovasyon Yönetimi

Çalışanları yenilik yapmaya motive etmek için çeşitli yönetim tekniklerinin uygulanması anlamında inovasyon yönetimi, bir örgütün kültürü, yapısı, stratejisi, envanter kontrolü, teknoloji, insan kaynakları ve süreçlerini kapsamakta ve inovasyona dair amaçların belirlenmesini (fikir üretme) takiben planlama ve uygulama aşamalarını içermektedir⁶⁸⁰. İnovasyon yönetimi 1890’larda Edison’un **inovasyon fabrikası** ile bir disiplin olarak gelişmiştir. Edison inovasyonun imajını birlikte çalışan bir ekip tarafından atılan tanımlı adımlar ile basit bir icat sürecinden farklılaştırmıştır⁶⁸¹.

İnovasyon yönetiminin iki temel amacı vardır. Bunların ilki inovasyon sürecinin şekillendirilmesi için modellerin oluşturulmasıdır. İkincisi, rekabetçi avantaj sağlamak açısından politika önerilerinin oluşumu için bu modellerin kullanımıdır⁶⁸². İnovasyon yönetimi kavramı beş önemli unsurla açıklanabilir. Bunlar; teknolojik bütünleşme, yenilik süreci, stratejik teknoloji planı, örgütsel değişim ve iş gelişimidir⁶⁸³. İnovasyon yönetiminde etkili olan unsurlar ise vizyon, liderlik, müşteri odaklılık, örgüt yapısı, örgüt

⁶⁷⁹ OECD-Eurostat, a.g.e., s.60

⁶⁸⁰ John P. Riederer, Melanie Baier, Gernot Graefe, **Innovation Management: An Overview and some Best Practices**, C-LAB Report, Vol.4, No.3, 2005

⁶⁸¹ Bilgehan Baykal, İnovasyon ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi: Türkiye, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul,2007, s.36

⁶⁸² Rhonda Roberts, “Managing Innovation: The Pursuit of Competitive Advantage and the Design of Innovation Intense Environments”, **Research Policy**, Vol.27, No.2, 1998, pp.159-175, p.160

⁶⁸³ Anders Drejer, ““Situations for Innovation Management: Towards a Contingency Model”, **European Journal of Innovation Management**, Vol. 5, No.1, 2002, pp.4-17, p.7-8

kültürü, bireysel güven ve nitelikler, bilgi, başarısızlığın hoş görülmesi, personelin güçlendirilmesi, ödüllendirme ve iletişimidir⁶⁸⁴.

Kaynak kullanımı da bu noktada önemlidir. İnovasyon çalışmaları gerek finansal gerekse insan temelinde önemli yatırımlar gerektirir. Kaynak yokluğu ya da yetersiz kaynak ayrımı inovasyon çalışmalarının yapılmamasına veya inovasyon projelerinin tamamlanmamasına ya da başarısız olmasına neden olabilir. Günümüzde en önemli ve fark yaratan işletme kaynaklarının insan gücü olduğu tartışılmaz bir gerçekliktir⁶⁸⁵.

Yenilikçi Örgüt Kültürü: İşletmelerin inovasyon için inovatif bir örgüt kültürüne sahip olmaları gerekmektedir. İnovatif bir organizasyon kültürünün yapı taşları; inovasyona açık bir organizasyon yapısı, çalışanların her seviye için sunulan eğitim ve gelişim imkânları, inovasyon sembolleri, inovatif davranışı ödüllendiren törenler ve kurumsallaşmış bir inovasyon yönetim ve kontrol sisteminden oluşmaktadır⁶⁸⁶. İnovatif bir örgüt kültürü şu nitelikleri taşımaktadır: *“Takım halinde çalışan, örgüt içerisindeki genel hedefleri ve bilgiyi açık olarak paylaşan, yüksek katılımlı, esnek ve değişimlere uyumlu, risk alan, yaratıcı, gelişime açık, meydan okuyucu, gelecek odaklı, aile duygusu içinde, sorumluluk sahibi, hataları kabul eden, dinamik ve girişimci bir kültürdür”*⁶⁸⁷.

İnovatiflik, bir bireyin veya diğer birimlerin, sistemin diğer üyelerinden nispeten daha erken yeni fikirlere uyum sağlama derecesidir⁶⁸⁸. Firmanın inovatifliği, örgütün stratejisinde inovasyonun önemini anlamak için temel kültürel özelliktir⁶⁸⁹. Kültürün inovatifliği, inovasyona karşı örgütün yönlendirilmesinin bir ölçüsüdür⁶⁹⁰.

⁶⁸⁴ Ellen Caroline Martins ve F. Terblanche, “Building Organizational Culture That Stimulates Creativity and Innovation”, **European Journal of Innovation Management**, Vol.6, No.1, 2003, pp.64-74, p.69-73; Joe Tidd, John R. Bessant, a.g.e., p.50-54

⁶⁸⁵ Akın Dinçer, İşletmelerin İnovasyon Gücünün Ölçülmesi ve Eskişehir İlinde Faaliyette Bulunan KOBİ’lerde Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2010, s.81

⁶⁸⁶ Lale Gümüslüoğlu, “İnovasyon ve Liderlik”, **Savunma Sanayii Gündemi**, Cilt.3, No.9, 2009, ss.37-42, s.37

⁶⁸⁷ Kristina Jaskyte ve William W. Dressler, “Organizational Culture and Innovation in Nonprofit Human Service Organizations”, **Administration in Social Work**, Vol.29, No.2, 2005, p.26

⁶⁸⁸ Everett M. Rogers, **The Diffusion of Innovations**, Fifth Edition, New York: The Free Press, 2003, p.167

⁶⁸⁹ Hassan Darvish ve Elaheh Alhouei Nazari, “Organizational Learning Culture- The Missing Link between Innovative Culture and Innovations (Case Study: Saderat Bank of Iran)”, **Economic Insights – Trends and Challenges**, Vol.2, No.1, 2013, p. 4

⁶⁹⁰ Francisco Javier Llorens Montes, Antonia Ruiz Moreno, Luis Miguel Molina, “Assessing The Organizational Climate And Contractual Relationship For Perceptions Of Support For Innovation”, **International Journal of Manpower**, Vol.25, No.2, March 2004, p.167

İnovatif kültür, örgütünün günlük rutin işlerini yaparken, yeni ürünler, süreçler ve düzenlemeler tanımlamak, yürürlüğe koymak ve geliştirmek için örgütsel bir yetenektir⁶⁹¹. İnovasyonu günlük bir iş haline getiren örgütsel yapılarla ve süreçlerle ilişkili bir kültürdür. İnovasyon kültürü yaratıcılığın, risk almanın, girişimciliğin ve bilgi ve fikir paylaşımının nasıl teşvik edileceğini belirler⁶⁹². İnovasyon için gereken kültür ve anlayış, vizyon, cesaret, dinamik bir öneri planı, müşteri odaklılık, yaratıcılık, işbirliği, hoşgörü, ağlar, ilişkiler ve iletişim ve öğrenen organizasyon kavramlarıyla yakından ilişkilidir⁶⁹³. İnovasyonun başarılı bir şekilde yönetilmesi, sürekli bir öğrenme süreciyle gerçekleşir⁶⁹⁴. Öğrenme; sorun çözümündeki gerekli know-how süreçlerini oluşturma yanında, sorunların belirlenmesi, tanımlanması ve çözümü konusunda değerlendirilmektedir⁶⁹⁵.

2.3.2.2. İnovasyon Süreci ve Ölçümü

İnovasyon süreci, ardışık ve farklı safhalardan (fikir geliştirme, uygulama ve toplumsallaştırma) oluşan, kompleks ve etkileşimli bir yapıyı ifade eder⁶⁹⁶. İnovasyon yeni bir fikir veya buluşun ticarileştirilmesi olarak tanımlandığında, inovasyon süreci insanların inovasyon fikirlerini geliştirmek ve uygulamak için diğerleriyle kurumsal bağlamda etkileşim içinde oldukları sürekli olmayan bir olaylar dizisi olarak belirtilebilir.

İnovasyon değer zinciri yaklaşımı, inovasyonu; fikir üretimini, fikir geliştirmeyi ve geliştirilmiş kavramların yaygınlaştırılmasını içeren ardışık üç evreli bir süreç olarak takdim eder⁶⁹⁷. Bilgi yönetim sürecinin bilginin elde edilmesi, yayılması ve kullanıma dönüştürülmesi aşamalarına benzer biçimde inovasyon süreci, fikir geliştirme,

⁶⁹¹ Loreta Losane, "Innovation Culture – Determinant of Firms' Sustainability", World Academy of Science, Engineering and Technology, **International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering**, Vol.7, No.10, 2013, p.2757

⁶⁹² Navdeep Kumar Gandotra, "Innovation Culture For Sustainable Competitive Advantage", **Asia Pacific Journal of Research in Business Management**, Vol.1, No.2, 2010, p.56

⁶⁹³ Semanur Demir, İşletmelerin Rekabet Avantajı Sağlamasında İnovasyonun Yeri ve Özellikle Tekstil Firmalarının Performansı Üzerine Etkilerinin Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.34-36

⁶⁹⁴ Hakan Göztepe, Öğrenen Organizasyon Dinamiklerinin Toplam Kalite Yönetimi, İnovasyon ve Organizasyon Performansına Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2009, s.39

⁶⁹⁵ Dieter Ernst ve Bengt-Ake Lundvall, "Information Technology in the Learning Economy: Challenges for Developing Countries", **Globalization, Economic Development and Inequality**, Erik S. Reinert (ed.), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2004, pp.258-287

⁶⁹⁶ Sven Andersson, **Product Innovation Processes: Conceptual and Methodological Considerations**, Sweden: Luleå University of Technology, 2007, p.2-3

⁶⁹⁷ Morten T. Hansen ve Julian Birkinshaw, "The Innovation Value Chain", **Harvard Business Review**, Vol.85, No.6, 2007, pp.121-130

teknoloji geliştirme, yeni veya gelişmiş ürünün/üretim sürecinin/ekipmanın üretimi ve pazarlanması olarak ifade edilebilir⁶⁹⁸. İşletmelerin pazar, inovasyon, girişimcilik, teknoloji ve öğrenme yönelimli olmaları, inovasyon sürecini güçlendiren yapılardır⁶⁹⁹. İnovasyon süreci, kısaca; ihtiyacın (fırsatların) belirlenmesi, fikirlerin oluşturulması, kavramsallaştırma (konsept), inovasyonun geliştirilmesi (prototip), uygulama (üretim), ticarileştirme (pazara sunma) ve öğrenme aşamalarından oluşur⁷⁰⁰.

İnovasyon gerçekleştirildikten sonra, gerçekleştirildiği birimden diğer birimlere doğru yayılmakta ve bu durum **inovasyonun yaşam döngüsü** olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca inovasyonun ilk başta pek fazla getirisi yokken zamanla yeni ürün ya da hizmet yaygın olarak kullanılmaktadır. İnovasyon yaşam döngüsünün sonuna gelindiğinde, inovasyon sürecinde elde edilen ürün ya da hizmetin getirisi zamanla azalmaktadır. Getirinin artması için yeni bir inovasyon çalışması yapılması gerekmektedir⁷⁰¹.

İnovasyon uygulama yöntemlerine göre işletmeler; inovasyoncular, erken uygulayıcılar, erken çoğunluk, geç çoğunluk ve arkadan gelenler olarak beş başlık altında toplanmaktadır⁷⁰². Bu sınıflandırmanın yanı sıra inovasyon faaliyetlerinde bulunan işletmeler örgüt türlerine göre inovasyon üretenler, inovasyon fonlayanlar, inovasyonu ticarileştirenler ve inovasyon donörleri (üniversiteler) olarak sınıflandırılmaktadır⁷⁰³.

İnovasyonun ölçümü ve inovasyonu temsil eden başlıca göstergeler, arge harcamaları ve çalışanları, eğitim, beşerî sermaye, patent ve diğer fikri mülkiyet hakları, üniversite-sanayi işbirliği, bilgi ve iletişim teknolojileri, uluslararası rekabet ve piyasa yapıları, doğrudan yabancı yatırım, hükümet politikaları, dışa açıklık, teknoloji üsleri, yaratıcı kültür ve diğer faktörler şeklinde sıralanmaktadır⁷⁰⁴.

⁶⁹⁸ Philipp Herzog, **Open and Closed Innovation**, New York: Springer, 2008, p.10; Paul Trott, **Innovation Management and New Product Development**, New Jersey: Prentice Hall, 2005, s.315

⁶⁹⁹ Serkan Kılıç, İnovasyon Anlayışına Dayalı Ürün Geliştirme Performansının Değerlendirilmesi, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2013, s.101-141

⁷⁰⁰ Ezgi Güzelsoy, Organizasyonel Öğrenmenin Ürün İnovasyonu Üzerine Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2010, s.24

⁷⁰¹ Fulya Eraslan, Ortaöğretim Okul Yöneticilerinin İnovasyon Yeterlilikleri, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya, 2014, s.35; Aslı Girgin, Ar-Ge'ye Dayalı İnovasyonun Katma Değere Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa, 2014, s.17

⁷⁰² Henry William Chesbrough, Wim Vanhaverbeke ve Joel West, **Open Innovation: Researching a New Paradigm**, London: Oxford University Press, 2006, p.2.

⁷⁰³ Henry William Chesbrough, **Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology**, Boston: Harvard Business School Press, 2003, p.27

⁷⁰⁴ OECD-Eurostat, a.g.e., p.5; Enrico Giovannini, **Accounting for Progress: How to Measure Innovation and Entrepreneurship**, Brussels: ISTAT, Lisbon Council, 2012

İnovasyon çalışmaları sonucunda elde edilen finansal sonuçlar; firma kârlılığında, satış gelirlerinde artışlardır. İnovasyon faaliyetleri sonucu olarak elde edilen pazar sonuçları; pazar pozisyonu, pazar payı, ticari büyüme ölçekleri, inovasyondan elde edilen toplam cironun ve inovasyon harcamalarının firma toplam cirosuna oranı ve gelişimi, inovasyon projeleri çıktılarında elde edilen satışların toplam satışlara oranı ve gelişimi de inovasyon çıktılarındandır⁷⁰⁵.

2.3.2.3. İnovasyon Kaynakları, Açık İnovasyon ve İnovasyon Modelleri

Bu başlık altında öncelikle inovasyon kaynakları incelenerek açık ve kapalı inovasyon kavramları tanımlanmaktadır. Sonrasında çeşitli inovasyon modelleri incelenmektedir.

2.3.2.3.1. İnovasyon Kaynakları ve Açık İnovasyon

İşletmelerin inovasyon için yararlandıkları kaynaklar, farklı inovasyon anlayışlarına yol açmaktadır.

İnovasyon kaynakları;

1) **İç etkenler**; beklenmeyen gelişmeler, uyumsuzluklar, süreç gereksinimleri, sektör ve piyasa yapısındaki değişiklikler ve

2) **Dış etkenler**; demografik yapı ve algılamadaki değişiklikler, bilginin değişim düzeyi ve yeni bilgiler olarak sıralanmaktadır⁷⁰⁶.

İşletme içi faktörlerde, örgüt kültürü ve entelektüel sermaye kavramları üzerinde de durulmaktadır⁷⁰⁷. Dış etkenlerde devlet teşviklerinin finansal bariyerleri azaltıcı etkisiyle inovasyon üzerinde olumlu etkilerinin bulunduğu ileri sürülmektedir⁷⁰⁸. Bir başka sınıflamada inovasyon kaynakları; yeni bilgi, tüketicilerin fikirleri, lider kullanıcılar, empatik tasarım ve yenilik pazarı (stratejik ittifak, ortak girişim, lisanslama)

⁷⁰⁵ Hakan Sanrı, Yönetim Fonksiyonları Bağlamında İnovasyon Yönetimi: Türkiye Mobilya Endüstrisinde İnovasyon Yönetimi Sürecinin İncelenmesi ve Bir Model Önerisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2011, s.23

⁷⁰⁶ M. Flynn, L. Dooley, D. O'Sullivan and K. Cormican, "Idea Management for Organizational Innovation", **International Journal of Innovation Management**, Vol.7, No.4, 2003, p.419

⁷⁰⁷ Neslihan Beyhan, Modelling Innovation Dynamics By Using System Dynamics Methodology, **Master of Science**, Sabancı University Graduate School of Engineering and Natural Sciences, İstanbul, 2008, s.30-32

⁷⁰⁸ Halil İbrahim Bezci, Dinamik Kabiliyetlere Sahip İşletmelerin İnovasyon Hızı, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2015, s.14

olarak özetlenmektedir⁷⁰⁹. Hippel, inovasyon kaynaklarını kullanıcı bazlı, üretici bazlı, tedarikçi bazlı, rakip bazlı olmak üzere dört sınıfa ayırmıştır⁷¹⁰. İnovasyonu gerekli kılan pazar koşulları ise; küreselleşme⁷¹¹, rekabet ve rekabet gücü⁷¹² kavramlarıyla teknolojik gelişmeler ve müşteri beklentilerine yansımaları şeklinde özetlenebilir⁷¹³.

İnovasyon Güdöleyiciler: Firmaları inovasyon yapmaya teşvik eden faktörler dört grupta ele alınabilir.

Firma ile ilgili faktörler olarak; firma kültürü, inovasyon deneyimi, arge ekibinin özelliği, firmanın inovasyon stratejisi, organizasyonel yapı ve arge yoğunluğu tespit edilmiştir.

Proje ile ilgili faktörler olarak; tamamlayıcılık, inovasyon yönetim biçimi, üst yönetim desteğinin önemli olduğu görülmüştür.

Ürün ile ilgili faktörler; göreceli fiyat ve kalite, teknolojik ilerleme ve son olarak piyasa ilgili faktörler olarak ise hedef pazarın konsantrasyonu, zamanlama, rekabet baskısı ve pazarlama faktörlerinin inovasyon üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir⁷¹⁴.

İnovasyon kaynaklarını farklı modellerle ele almak mümkündür. Bunlardan biri “**üretici**” **modeline** göre inovasyonu sağlayan önemli tasarımlar, fikirler üretici tarafından gerçekleştirilip ürün ve hizmet şeklinde ticarileştirilerek tüketicilere satılır. **Klasik (kapalı) inovasyon;** işletmelerin kendi öz kaynaklarını kullanarak fikir geliştirme, uygulama, ticarileştirme süreçlerini gerçekleştirmesi ve elde edilen sonuçların (ürün ve hizmetler) pazara sunulması (mevcut ya da olası) beklentilerin karşılanmasıdır⁷¹⁵. Hamel ve Prahalad’ın temel yetenek ve Christensen’in inovasyon çıkmazı gibi kavramlarıyla ifade edilen yaklaşımlar, konuya farklı bir bakış açısı getirmektedir. Buna göre yeni ihtiyaçlar yaratarak normalde müşterilerin talep etmedikleri ürünler geliştiren yıkıcı inovasyonlar, özellikle teknoloji temelli sektörlerde

⁷⁰⁹ Richard Luecke, **İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık**, 3.Baskı, Turan Parlak (çev.), İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2011, s.37-48

⁷¹⁰ Eric von Hippel, **The Sources of Innovation**, New York: Oxford University Press, 1998, p.13

⁷¹¹ Uğur Gürler, Bireysel Bankacılıkta Yenileşim (İnovasyon) ve Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009, s.12

⁷¹² İnovasyonun firma performansı ve rekabet avantajı üzerindeki etkileri için bakınız: Gürhan Günday, Innovation Models and Implementations At Firm Level In Manufacturing Industry, **Master of Science**, Sabancı University Graduate School of Engineering and Natural Sciences, İstanbul, 2007, s.70-87

⁷¹³ Hüseyin Horasan, Hizmet Sektöründe İnovasyonun Müşteri Memnuniyeti Bakımından Önemi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.33-36

⁷¹⁴ Cem Erbektaş, Lojistik Firmaların İnovasyon Davranışını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Türkiye Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2012, s.13

⁷¹⁵ Karl T. Ulrich ve Steven D. Eppinger, **Product Design and Development**, New York: McGraw Hill, 2007

rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Alternatif bir diğer model ise son günlerde sıklıkla kullanılmaya başlanan **açık işbirlikçi inovasyon** modelleridir⁷¹⁶. (Hamel ve Prahalad, 1994; Christensen 2003) (Trott, 2005). (Baldwin ve Hippel, 2009).

2003 yılında Dr. Henry Chesbrough İngilizce “**open innovation**” kavramını kullanarak örgüt içinde ve dışında geliştirilen fikirleri, kurumun inovasyon amaçlarına ulaşmak için birleştirip, piyasayla daha bütünsel bir ilişki ağı yaratılması konusunda bir paradigmayı ortaya attı. Bu kavram “**açık inovasyon**” olarak dilimize girmiştir⁷¹⁷.

Açık inovasyondan önce, bugün kapalı inovasyon olarak adlandırılan sistemde örgütler araştırma ve geliştirme faaliyetlerini kamu kurumları, üniversiteler veya diğer kurumlarla işbirliği yapmadan, yalnızca kendi iç kaynaklarıyla sınırlı kalarak yürütmektedir. Bu sistemde örgütler kısıtlı kaynaklarla beslenmektedir⁷¹⁸. Yeni inovasyon modelleri daha kompleks bir yapıya sahiptir ve dış paydaşlarla etkileşimde bulunarak gerçekleştirilen inovasyon ve arge çalışmalarını da kapsayarak daha açık bir hale gelmiştir⁷¹⁹. **Açık inovasyon**, müşteriler, tedarikçiler, araştırma merkezleri, rakipler, stratejik ortaklar gibi paydaşlarla ortaklıkla yeni fikir ve bilgilerin örgütsel sınırlarda içeriden dışarıya ve dışarıdan içeriye doğru hareket ettiği bir inovasyon yaklaşımıdır⁷²⁰.

Açık inovasyon terimi firmaların kendileri dışındaki kaynakları kullanmalarını sağlayan bütün farklı yolları, araçları ve platformları kapsadığından, **ortak arge, teknoloji transferi, lisanslama, açık kaynak yazılım ve kitle kaynak** gibi içeriden-dışarıya ve dışarıdan-içeriye bilgi akışını sağlayan farklı uygulamaları içerir⁷²¹. İşbirlikçi yaklaşımlar arasında rekabetçi gradyanlar, havuzlanmış temel araştırmalar ve patent havuzları, açık

⁷¹⁶ C.K. Prahalad ve Gary Hamel, “The Core Competence of the Corporation”, **Harvard Business Review**, Vol.68, No.3, 1990, pp.79-91; Gary Hamel ve C.K. Prahalad, **Geleceği Kazanmak**, Zülfü Dicleli (çev.), İstanbul: İnkılap Kitabevi, 1996; Clayton M. Christensen, **Yenilikçinin İkilemi**, Korkmaz Haktanır (çev.), İstanbul: Koridor, 2018; Clayton M. Christensen ve Michael E. Raynor, **The Innovator's Solution**, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2003; Paul Trott, **Innovation Management and New Product Development**, New York, Pearson Education Limited, 2016

⁷¹⁷ Henry William Chesbrough, a.g.e., 2003; Henry William Chesbrough, Wim Vanhaverbeke ve Joel West, a.g.e., 2006; Henry Chesbrough, “Managing Open Innovation”, **Research Technology Management**, Vol.47, No.1, 2004, pp.23-26

⁷¹⁸ Henry William Chesbrough, “The Era of Open Innovation”, **Sloan Management Review**, Vol.44, No.3, 2003, pp.35-41; Henry William Chesbrough, **Open Business Models**, Boston: Harvard Business School Press, 2006

⁷¹⁹ OECD, “**Open Innovation n Global Networks**”, OECD-Library, January 2008, s.26; Henry William Chesbrough ve Adrienne Kardon Crowther, **Beyond High Tech: Early Adopters of Open Innovation in Other Industries**, **R&D Management**, Vol.36, No.3, 2006, pp.229-236

⁷²⁰ Henry Chesbrough ve Andrew R. Garman, “How Open Innovation Can Help You Cope in Lean Times”, **Harvard Business Review**, Vol.87, No.12, 2009, pp.68-76; Gül Özkan, **Internal and External Facilitators Of Open Innovation For Companies In Turkey**, **Master Thesis**, Dokuz Eylül University Graduate School Of Natural and Applied Sciences, İzmir, 2017, s.1

⁷²¹ Mahmut Nedim Özdemir ve Samir Deliormanlı, **Türkiye’de Açık İnovasyon Ekosisteminin Oluşmasının Önündeki Engeller ve Çözüm Önerileri**, İstanbul: TÜSİAD, 2013, s.10

kaynak yenilikleri, kullanım hakları, yazılım erişim yenilikleri ve kurumsal depolar yer almaktadır.⁷²².

Açık kaynak; dâhili bilgi, fikir, teknoloji vb. kaynakların doğrudan finansal karşılığı olmaksızın (lisanssız teknoloji) dolaylı fayda elde etme amacıyla sunulmasıdır⁷²³. Açık kaynak kullanımı, birçok sektörde yeni ürün oluşumunu ve işletmelerin önemli kazanımlar elde etmesini sağlar (Nokia tablet PC, Linux işletim sistemi, vb.)⁷²⁴. **Açık yazılım,** “beraberindeki açık kaynak koduyla, yazarın adını koruyarak, kaynak kodun üzerinde her türlü değişikliği ve eklemeyi yapma özgürlüğü veren yazılımları” ifade etmektedir⁷²⁵. Ancak üniversite bazlı teknoparklardaki bazı küçük işletmeler, teknolojilerini ve “teknik bilgilerini” daha büyük ve daha rekabetçi şirketlerden korumak için “inovasyon sistemlerini kapalı tutma ve kendi işbirliği ağlarının içinde kalma” eğiliminde olabilmektedirler⁷²⁶. Açık inovasyon sistemlerinin başarısı büyük ölçüde, artık çok düşük maliyetle mevcut olan çok sayıda öneriden en iyi fikirleri tanımlayabilmeye bağlıdır⁷²⁷. Açık inovasyon modelinde ürün platformları, fikir yarışmaları, erken erişim müşterileri, işbirlikçi ürün tasarımı ve geliştirilmesi, yenilik ağları, topluluklardan yararlanma (crowdsourcing), üniversite-sanayi işbirlikleri gibi yöntemler kullanılır⁷²⁸. Bunların yanı sıra teknoloji taşmaları ve teknoloji transferi, dikkate alınması gereken diğer önemli konulardır.

⁷²² PERA, **Facilitating Open Innovation: Landscape and Feasibility Study**, Bristol: JISC, 2009

⁷²³ Linus Dahlander ve David Michael Gann, “How Open is Innovation?”, **Research Policy**, Vol.39, No.6, 2010, p.703

⁷²⁴ Oliver Gassmann ve Christoph H. Wecht, “Early Customer Integration Into the Innovation Process”, **Conference: 12th International Product Development Management (IPDM)** At: Copenhagen, Denmark, June 2005, p.10

⁷²⁵ Ramazan Kaynak ve Mehmet Oğuz Maden, “İnovasyonda Sınırların Genişlemesi: Açık İnovasyon”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.8, Sayı.1, Bahar 2012, s.39

⁷²⁶ Kübra Şimşek, Open Innovation Practices In Science Park Firms In Turkey, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2015, s.174-175; Ceyhan’ın araştırma sonuçlarına göre küme içinde inovatif aktivitelerin olmasına rağmen, firmaların işbirliğine yanaşmadıkları ve bu nedenle inovasyon üzerinde firmalar arası işbirliğinin anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Firmaların işbirliğine isteksiz olmaları yaşanan güven problemleri ve yurtdışından teknoloji ithali yapılması ile açıklanmıştır. Semih Ceyhan, Analysis Of The Impact Of The Inter-Firm Collaboration On Innovation, The **Degree Of Master Of Management and Organization**, The Institute Of Social Sciences Of Yıldırım Beyazıt University, Ankara, 2015, s.42-45

⁷²⁷ Mark Klein ve Ana Cristina Garcia, “High-Speed Idea Filtering with the Bag of Lemons”, **Decision Support Systems**, Vol.77, 2015, pp.1-27

⁷²⁸ Sadi Evren Şeker, “Açık Yenilik (Open Innovation)”, **Yönetim Bilişim Sistemleri Ansiklopedisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2014, ss.32-35, s.33-34; İç ve dış müşteriler tarafından çözülmesi beklenen problemlerin çözümü için toplulukların kullanılması, bireylerin işgücünü organize ve koordine eden bir araçtır. Bkz: Zeynep Ayfer Bozat, İnovasyon İçin Topluluklardan Faydalanma (Crowdsourcing) ve Üniversite Öğrencilerinin Kullanılabilirliği, **Doktora Tezi**, Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.51

Teknoloji taşmaları, belirli bir işletme tarafından uygulanan inovasyon veya ilerlemenin, diğer işletmelerin performanslarında bu işletmeler tarafından ilk işletmeye herhangi bir bedel ödemek zorunda kalmaksızın gelişme yaratmasıdır⁷²⁹.

İnovasyon ve Teknoloji Transferi: İşletmelerin kendi içinde gerçekleştirilmesi mümkün olmayan teknoloji ve inovasyonların bir kısmını ya da tamamını yurt içi ve yurt dışındaki diğer firmalardan, ilgili kamu kuruluşlarından, laboratuvarlardan ve üniversitelerden dış alım yoluyla elde etmesine teknoloji ve **inovasyon transferi** adı verilir⁷³⁰.

Teknoloji transfer yöntemleri⁷³¹;

1) Doğrudan Teknoloji Transferi: “*Doğrudan yabancı sermaye yatırımı, teknoloji transfer sözleşmeleri (lisans anlaşması, yönetim sözleşmesi, teknik yardım sözleşmesi, anahtar teslim anlaşmalar, teknik işbirliği, vb.), makine-donanım, finansal kiralama, yabancı uzman çalıştırılması, serbest bölgeler, uluslararası taşeronluk, arge faaliyetleri*” ve

2) Dolaylı Teknoloji Transferi: “*Kamu bilgisi, eğitim ve insan kaynakları*” şeklinde gerçekleşmektedir.

2.3.2.3.2. İnovasyon Modelleri

İnovasyon sürecini incelemek ve çözmek amacıyla geliştirilen çeşitli yaklaşımlarla ortaya çıkan inovasyon modelleri, zamanla gerçekleşen ilerlemelerle değişiklikler göstermiştir. İlk modeller inovasyonu düz ve doğrusal bir süreç olarak tanımlarken sonraları inovasyonun doğrusal bir süreç olamayacak kadar karmaşık ve ölçülmesi zor olduğu görülmüştür.

2.3.2.3.2.1. Doğrusal Modeller

Araştırma, geliştirme, üretim ve pazarlama şeklinde ardışık ve doğrusal olarak devam eden modeller, yenilik sürecine dair ilk modellerdendir. 1950-60’lı yıllarda

⁷²⁹ Mesut Savrul, İnovasyon ve Teknoloji Taşmalarına Dayalı Ekonomik Büyüme, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014, s.145

⁷³⁰ Carmelo Cannarella ve V. Piccioni, “Innovation Transfer and Rural SMEs”, **Journal of Central European Agriculture**, Vol.4, No.4, 2003, pp.371-388; Peter F. Drucker, **İnovasyon ve Girişimcilik: Uygulama ve İlkeler**, İstanbul: Optimist Yayınları, 2003, s.45

⁷³¹ Altan Kaya, Türkiye’nin Teknoloji Gelişimi, İnovasyon Politikaları ve Mobil Telefon Pazarının 1983-2000 ve 2000 Yılı Sonrası İncelemesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.40

teknoloji itme yaklaşımı çerçevesinde biçimlenen doğrusal modeller, uzunca bir süre önemini korumuştur. Darwinci bakış açısıyla Kara Kutu modeli, erken uyum (adoption) yaklaşımlarındandır⁷³².

2.3.2.3.2.1.1. Teknoloji İtmeli (Arz Merkezli) Doğrusal Modeller

Birinci kuşak duvarüstü modelinde, temel araştırma çalışmalarıyla elde edilen bilimsel buluşlar uygulamalı araştırmalarla teknolojik bilgiye dönüştürülmekte (içsel büyüme), takip eden ürün geliştirme sürecinde ise yenilikçi fikre dayalı ürün tasarımı, ürün/üretim mühendisliği ve pazarlama aşamaları (**endüstriyel inovasyon için zincir bağlantılı model**) sonrası ürün inovasyon süreci tamamlanmaktadır⁷³³.

Dinamik İnovasyon Modelinde ürün ve süreç inovasyonunun değişme oranları açıklanmaktadır. “*Bir endüstride ve bu endüstrideki firmalarda yer alan dinamik süreçleri açıklamaya çalışan modelde*” gelişim aşamalarına (akış, geçiş, spesifik-özel dönem) yer verilmiştir⁷³⁴:

Teknoloji Yaşam Döngüsü Modeli: Modelde işletmelerin inovasyonun dinamik yapısı tarafından etkilendiği öngörülmektedir ve teknolojik yaşam döngüsünün dört aşamadan oluştuğu belirtilmektedir⁷³⁵.

1) Teknolojik kopukluk, yetersizlik dönemi: bu dönemde mevcut ürün ve hizmetlerde radikal değişikliklere ihtiyaç duyulmaktadır.

2) Olgunlaşma dönemi: teknoloji ve pazar belirsizlikleri yaşanmaktadır. İşletme yeni teknolojik alternatifler arasından bir seçim yaparak, inovatif ürünün özelliklerini büyük ölçüde belirler.

⁷³² Stephen J. Kline ve Nathan Rosenberg, “An Overview of Innovation”, **The Positive Sum Strategy: Harnessing Technology For Economic Growth**, Ralph Landau ve Nathan Rosenberg (Eds.), Washington, National Academies: Nabu Press, 1986, pp.275-305, p.286; Boru Douthwaite, **Enabling Innovation**, NY, USA: Zed Books Ltd, 2002

⁷³³ Dora Marinova ve John Phillimore, Models of Innovation, **The International Handbook on Innovation**, Larisa V. Shavinina (Ed.), UK: Elsevier, 2003, pp.44-53, p.46; Jonathan D Owens ve Rachel Cooper, “The Importance of a Structured New Product Development (NPD) Process: A Methodology”, **1st Engineering Education Conference: Innovations in teaching, learning and assessment**, IEE, Savoy Place, London, UK, 2001, pp.1-8, DOI: [10.1049/ic:20010040](https://doi.org/10.1049/ic:20010040)

⁷³⁴ William J. Abernathy ve James M. Utterback, “Patterns of Industrial Innovation”, **Technology Review**, Vol.80, No.7, 1978, pp.40-47; James M. Utterback, **Mastering the Dynamics of Innovation: How Companies Can Seize Opportunities in the Face of Technological Change**, Boston: Harvard Business School, 1994, p.91;

⁷³⁵ Michael L. Tushman ve Lori Rosenkopf, “Organizational Determinants of Technological Change: Toward a Sociology of Technological Evolution”, **Learning by Populations of Organizations**, William H. Starbuck (Ed.), Cheltenham: Elgar, 2008, pp.276-312; Anders Drejer, “Towards a Model for Contingency of Management of Technology”, **Technovation**, Vol.22, No.6, 2002, pp.363-370, p.366

3) Hâkim tasarım dönemi: ürünün temel özelliklerinin belirlendiği ve köklü değişikliklerin yapılamayacağı dönemdir.

4) Artımsal değişim dönemi: Tüketici isteklerine göre küçük değişikliklerin yapıldığı dönemdir.

S Eğrisi Modelinde, pazarlamada ve iş hayatı döngüsünde kullanılan ürün yaşam döngüsü kavramına benzer şekilde “teknoloji yaşam döngüsü” modeli geliştirilmiştir. Bu yaklaşıma göre, teknoloji sınırları- sadece bilgi teknolojisi değil, bir şeyin, herhangi bir şeyin gerçekleştirilme şekli anlamına gelen “teknoloji”, S şeklindeki bir eğriyle çizilebilir. Başlangıçta ilerleme yavaştır, daha sonra teknoloji gerçekten hızlı bir şekilde yükselir ve büyür ve daha sonra sınıra ulaşıldıkça dönüşler azalır. Bir Şiddetli rekabet varsayımıyla avantajlı bir saldırgan strateji için yapılması gereken iki önemli husus vardır. Bunlar⁷³⁶:

1) Hareket eğrisinin geçmişi ve geleceği gözlemlemek ve değerlendirmek için bir eğri olduğunun kavranması

2) Mevcut süreçlerdeki verimlilik arayışını, rekabetçilik arayışı ile değiştirmektir.

2.3.2.3.2.1.2. Talep Çekmeli (Pazar Merkezli) Doğrusal Modeller: 1960’ların ortalarından 70’lerin başına kadar rekabetin arttığı dönemde, yatırımların odağı, yeni ürün ve ilişkili çeşitlendirmeci teknolojik değişimden, müşteri istek ve ihtiyaçlarıyla talebin yönlendirdiği rasyonel teknolojik değişime doğru kaymıştır. Bu ikinci jenerasyon yaklaşımda, birinci kuşak teknolojilerin, ikinci kuşakta nadiren lider konuma gelebilmesi ve müşteri odaklılık nedeniyle pazarlamanın artan stratejik önemine bağlı olarak talep ve ihtiyaçları karşılayan üretim teknolojisine odaklanma söz konusudur⁷³⁷.

⁷³⁶ Richard N. Foster, **Innovation: The Attacker's Advantage**, Philippines: Summit Books, 1986; Robin Lowe ve Sue Marriott, “Innovation and Its Management”, **Enterprise: Entrepreneurship and Innovation: Concepts, Contexts and Commercialization**, Amsterdam: Elsevier Ltd., 2006, pp.63-101, p.72; Richard N. Foster, “A Call for Vision in Managing Technology”, **Business Week**, Vol.24, May 1982, pp.24-33; Elif Haykır Hobikoğlu, Yeni Ekonomide İnovasyon ve Sürdürülebilir Rekabetin Yarattığı Katma Değerin Bilgi Toplumunda Etkisi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2009, s.110-111

⁷³⁷ Richard Luecke, **Managing Creativity and Innovation**, İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık, Turan Parlak (Çev.), Harvard Business School Press, İstanbul: İş Bankası Yayınları, 2008, s.2; Roy Rothwell ve Mark Dodgson, “Innovation and Size of Firm”, **The Handbook of Industrial Innovation**, Mark Dodgson and Roy Rothwell (Eds.) UK: Edward Elgar Pub, 1994, p.8

2.3.2.3.2.2. Doğrusal Olmayan Modeller

Çağımızda dünyanın büyük bir küresel pazar olarak tanımlanması, bilgiye erişimdeki kolaylıklar, enformasyon teknolojilerindeki büyük değişimin getirdiği avantajlar sonucu oluşan uluslararası ilişkilerin etkisi ile ürün geliştirme süreci yeni bir boyut kazanmıştır. Bu önemli gelişmeler örgütlerin inovasyon çalışmalarını da etkilemiş, bununla birlikte inovasyon modellerinde de bir değişim yaşanmış, alan ile araştırma ve çalışmalar yapan araştırmacılar 1990'lı yıllarda yardımlaşma, birliktelik ve öğrenmenin önem kazandığı doğrusal olmayan modelleri (3-4 ve 5. kuşak) ortaya çıkarmışlardır⁷³⁸.

Eş Zamanlı İlişki Modeli (Zincir Bağlantılı Model): 1970'lerin başlarından 80'lerin ortalarına kadar süren üçüncü kuşakta, birinci kuşakta egemen olan teknolojinin itici gücü ve ikinci kuşakta egemen olan pazarın çekiciliğinin birleşimi olan **“eşleme modeli”** uygulanmıştır. Eş zamanlı ilişki modeli inovasyonun çıkış noktasının tek merkezli değil çok merkezli olabileceğini açıklamaktadır. Pazarlama, arge ve üretim fonksiyonları arasında eş zamanlı iletişim, bilgi paylaşımı ve ortak çalışma söz konusudur⁷³⁹.

Etkileşimli İnovasyon Süreci (İnteraktif) Teorisi (Dengeli Model): İnteraktif inovasyon modelinde, pazarın çekiciliği, teknolojinin sürükleyiciliği, işletmenin özellikleri ve çevrenin toplumsal ihtiyaçları, bilimselliğin ışığında interaktif ve süregelen bir ilişki ile inovatif ürün ve sürecin oluşmasına katkı sağlamaktadır. İnovasyon süreci birbirine bağlı olan birçok aşamalara ve geribildirim kademelerine bölünmüştür. İnovasyon için bilgi paylaşımı, işletmenin yetenekleri ve kapasitesiyle birleşerek, tüketici talep ve ihtiyaçları tarafından dengelenmektedir⁷⁴⁰.

Bütünleşik İnovasyon Süreci, Entegre Model ve Fonksiyonel Entegrasyon: 1980'li yılların ortasında Japonya'da elektronik ve otomobil sektörlerinde yapılan

⁷³⁸ Paul Trott, *Innovation Management and New Product Development*, Third Edition, London, UK: Financial Times Press, 2005, p.24; Roy Rothwell, “Industrial Innovation: Success, Strategy, Trends”, **The Handbook of Industrial Innovation**, Mark Dodgson and Roy Rothwell (Eds.) UK: Edward Elgar Pub, 1994, DOI: <https://doi.org/10.4337/9781781954201.00010>;

⁷³⁹ Roy Rothwell, Towards the Fifth-generation Innovation Process, **International Marketing Review**, Vol.11, No.1, 1994, pp.7-31; Michael Hobday, “Firm-Level Innovation Models: Perspectives on Research in Developed and Developing Countries”, **Technology Analysis and Strategic Management**, Vol.17, No.2, 2005, pp.121-146, p.122-126

⁷⁴⁰ Kostas Galanakis, “Innovation Process: Make Sense Using Systems Thinking”, **Technovation**, Vol.26, No.11, November 2006, p.25

çalışmalar inovasyon sürecinde alternatif olarak dördüncü nesil entegre modelini ortaya çıkarmıştır. Japon işletmeler, bütünleşme ve süreçlerin ardışık değil, birbirlerine paralel olarak gelişmesini temel almışlardır. Bu modelin temeli “bilgi paylaşımına” dayanır. Japon yaklaşımına göre bilgi paylaşımı yoluyla üretim gelişim sürecini araştıranlar, entegre modelin daha etkin gelişme ve daha hızlı ilerleme konusunda avantajlar yarattığını belirlemişlerdir⁷⁴¹.

Sistem Entegrasyonu ve Şebekeleşme Modeli (Ağ İnovasyon Süreci Teorisi): Beşinci nesil modelin temelindeki düşünce, inovasyonun ortaya çıkması için işletmelerin farklı departmanlarını ve uygulamalarını entegre etmesinin yanında işletme dışında kalan tüketiciler, müşteriler, girdi sağlayanlar ve diğer kurumlarla olan ilişkilerin artırılması ve yakınlaştırılması yönündedir. Bu süreç, elektronik ağların kullanılmasıyla kuvvetlenmiştir⁷⁴².

Ağbağ, “firma içinde, firma dışında ve firmalar arasında ortaya çıkan ve süreklilik arz eden ekonomik ve ekonomik olmayan ilişkiler”, etkileşimler, bağlantılar (işbirliği) bütünü, birbirine bağlanmış düğümler (firmalar) topluluğudur⁷⁴³.

Bilgi ve Öğrenmenin Önde Olduğu Model: Bu modelde inovasyon hala “şebekelenmiş ve entegre bir süreç” olarak ele alınmaya devam etmektedir ancak ekseninin, “çoğu bilgi türlerinin meydana getirilmesi, genişletilmesi ve kullanımı” meselelerine doğru kaydığını belirtmek gerekmektedir. Vurgu özellikle “örtük bilgi” üzerine yoğunlaşmaktadır. Diğer yandan bilginin öğrenilmesi vurgulanırken firmaların “ne kadar hızlı öğrenirler ise o derece piyasa değişikliklerine uyum sağlayabileceklerine ve cevap verebileceklerine” değinilmektedir⁷⁴⁴. Bu modellerde yeni ürün geliştirme sürecinin etkisini ve hızını yükseltebilmek için yeni ürün geliştirme takımı üyelerinin bilgi alışverişleri ön plana çıkarken, networkler içinde bilgi iletişim teknolojilerinin ve

⁷⁴¹ Andy Neely ve Jasper Hii, “Innovation and Business Performance: a Literature Review”, **Commissioned by GO-ER**, The Judge Institute of Management Studies University of Cambridge, 1998, s.14; John Clark ve Ken Guy, “Innovation and Competitiveness: A Review”, **Technology Analysis and Strategic Management**, Vol.10, No.3, 1998, pp.363-395, p.367

⁷⁴² C. Freeman, “Network of Innovators: A Synthesis of Research Issues”, **Research Policy**, Vol.20, No.5, 1991, pp.499-514

⁷⁴³ Brigitte Gay ve Bernard Dousset, “Innovation and Network Structural Dynamics: Study of the Alliance Network of a Major Sector of the Biotechnology Industry”, **Research Policy**, Vol.34, No.10, December 2005, p.1460; Henry Wai-chung Yeung, “Critical Reviews of Geographical Perspectives on Business Organisations and the Organisation of Production: Towards a Network Approach”, **Progress in Human Geography**, Vol.18, No.4, December 1994, p.476

⁷⁴⁴ Charles Edquist ve Leif Hommen, “Systems of innovation: theory and policy for the demand side”, **Technology in Society**, Vol.21, No.1, 1999, pp.63-79;

CAD sistemleri kullanımı yaygınlık kazanmıştır. Öğrenme olgusunun ön planda olduğu iç ve dış aktörlerle çoklu kaynaklardan beslenen ortak girişimler, ortak araştırma grupları gibi yatayda işbirlikleri gerçekleştirilir⁷⁴⁵.

Bilgisayar destekli inovasyon araç ve metotlarının; teknolojik inovasyon sürecinin riskli/pahalı uğraşları kapsadığı düşünüldüğünde ve buna ek olarak yükselen ürün karmaşasına, müşteri ihtiyaçlarındaki hareketliliğe ve yeni ürün geliştirme yapılarındaki uluslararasılaşma ve dağınıklaşmaya dönüşen teknolojik ve yönetsel engeller göz önünde bulundurulduğunda, yaşamsal ve kaçınılmaz olduğu ileri sürülmektedir⁷⁴⁶. Bu inovasyon modeli, çeşitli kaynaklarda altıncı kuşak veya açık inovasyon modeli olarak da adlandırılmaktadır.

2.3.3. İnovasyonun Önemi, Engeller ve Stratejileri

Bu başlık altında inovasyonun önemi ve önündeki engeller ile inovasyon stratejileri incelenmektedir.

2.3.3.1. İnovasyon Stratejileri

İşletmelerin inovasyon stratejilerini etkileyen unsurlar; örgüt yapısı ve kültürü, hedef pazar, rekabet, finansal durum, insan kaynakları ve dış çevre olarak sıralanmaktadır⁷⁴⁷. Bu faktörlerin etkisi yanında, kurumsal, büyüme ve rekabet stratejileriyle bağlantılı olarak işletmelerin izledikleri inovasyon stratejileri⁷⁴⁸ aşağıda sıralanmaktadır.

Saldırgan ve Savunmacı İnovasyon Stratejileri: Pazarda öncü olmak, yeni ürünleri rakiplerden önce pazara sunmak ve rekabet şiddetlenmeden yüksek bir pazar payı yakalamak için izlenen bu stratejiyi benimseyen işletmeler, arge ve yeni ürünün tanıtımına önem vermekte ve gerekli kaynakları ayırmaktadırlar⁷⁴⁹. Bu stratejinin başarıyı yakalayabilmesi için gereken bir diğer önemli konu da iletişimin hızı ve etkinliğinin

⁷⁴⁵ Michael Hobday, Anne Boddington, Andrew Grantham, “Policies for design and policies for innovation: contrasting perspectives and remaining challenges”, **Technovation**, Vol. 32, No.5, 2012, pp.272–281

⁷⁴⁶ Koray Altun, Computer-Aided Innovation For Improving Industrial Innovation Intelligence, **Phd Thesis**, University Of Gaziantep Graduate School Of Natural & Applied Sciences, Gaziantep, 2015, s.3

⁷⁴⁷ Karlos Artto, Miia Martinsuo, Perttu Dietrich, Jaakko Kujala, “Project Strategy: Strategy Types and Their Contents in Innovation Projects”. **International Journal of Managing Projects in Business**, Vol.1, No.1, 2008, pp. 49-70, p.56

⁷⁴⁸ V.S.P. Rao, **Strategic Management**, New Delhi: NMIMS, 2015, p.14.

⁷⁴⁹ Paul Trott, **Innovation Management and New Product Development**, (3. Ed.), England: Pearson Education, 2005, s.200

(örgüt içinden ve dışından düzenli olarak hızlı ve yerinde bilgi akışının) sağlanmasıdır⁷⁵⁰. Büyük emek ve masraf gerektiren saldırgan stratejiye göre daha az risk barındıran **savunma stratejisini** izleyen işletmeler, ilk üreticilerin yaptığı hata ve yanlışlardan kendilerine ders çıkartarak üretim yapmayı tercih etmektedirler. Bu stratejiyi izleyenler tamamen yeni ürünler yerine mevcut olan ürün, hizmet ya da süreci iyileştirmeye ve geliştirmeye daha çok önem verdiklerinden⁷⁵¹, iyi bir arge ve teknoloji alt yapısına sahip olmalarının yanında, eğitime gereken önemi vermeli ve teknik, danışmanlık, pazarlama gibi alanlarda hizmet satın alma yoluna gitmelidirler⁷⁵².

Taklitçi ve Bağımlı İnovasyon Stratejileri: Savunmacı stratejide amaç, öncü rakibin eksiklerini gidererek ve ürünü geliştirerek farklılaşmış ürünlerle piyasaya çıkmakken⁷⁵³ taklitçi stratejide daha çok arge, teknoloji, patent gibi masraflardan kaçınarak maliyetleri avantajı yakalamaktır⁷⁵⁴. Böylece rakiplerden daha düşük fiyatla piyasaya çıkabilirler ve “*yeni pazarlar bulabilirlerse taklit ettikleri yeniliklerden daha fazla kâr*” elde edebilmektedirler⁷⁵⁵. Çoğu Güney Asya ülke işletmesi bu stratejiyi kullanmaktadır⁷⁵⁶. **Bağımlı İnovasyon Stratejisinde** ise güçlü bir işletmenin uydusu veya taşıronu rolünü benimseyen bağımlı işletme⁷⁵⁷, ana işletmeden (müşterilerinden) belirgin bir istek, eleştiri ve tavsiye gelmedikçe ürünlerinde teknik değişiklik girişiminde bulunmaz⁷⁵⁸. Yedek parça ve ürün üreten sermaye yoğun küçük işletmelerin pek çoğu bu kategoridedir⁷⁵⁹.

⁷⁵⁰ Chris Freeman ve Luc Soete, **The Economics of Industrial Innovation**, Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1997, pp.271-276; Tony Morden, **Business Strategy and Planning**, New York: McGraw-Hill, 1993, p.151

⁷⁵¹ Hasan Bardakçı, Büyük Ölçekli İşletmelerde Öz Yetenek Oluşturma Stratejisi Olarak İnovasyonun Önemi: BİST 500 Şirketleri Üzerinde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul, 2019, s.97

⁷⁵² K. Scott Swan ve Brent B. Allred, “A Product and Process Model of the Technology Sourcing Decision”, **Journal of Product Innovation and Management**, Vol.20, No.6, 2003, p.487

⁷⁵³ Chi Jyun Cheng ve Eric Shiu, “Re-Innovation: The Construct, Measurement, And Validation”, **Technovation**, Vol.28, No.10, October 2008, p.662

⁷⁵⁴ Dennis A. Pitta, “Providing The Tools To Build Brand Share of Heart: Gydget.com”, **Journal of Product and Brand Management**, Vol.17, No.4, July 2008, p.283

⁷⁵⁵ Onur Gökçek, Yenilik Yönetimi Süreci ve Yenilik Stratejileri: Otomotiv Sektöründe Bir Alan Araştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007, s.74

⁷⁵⁶ Jiajia Liu ve Andrew Tylecote, “How Variations in Business Systems Affect the Innovativeness of Chinese Firms”, **Changing Asian Business Systems: Globalisation, SocioPolitical Change, and Economic Organisation**, Richard Whitley ve Xiaoke Zhang (Eds.), London: Oxford University Press, 2016, pp.333-358

⁷⁵⁷ Chris Freeman ve Luc Soete, a.g.e., pp.271-276

⁷⁵⁸ Robert M. Grant, **Contemporary Strategy Analysis**, (6. Ed.), Oxford: Blackwell, 2008, s.37

⁷⁵⁹ Sofie Van den Waeyenberg ve Luc Hens, “Crossing The Bridge To Poverty, With Low-Cost Cars”. **Journal of Consumer Marketing**, Vol.25, No.2, 2008, pp.439-445, p.441

Geleneksel ve Fırsatçı İnovasyon Stratejileri: Bağımlı stratejide ana firmadan gelen talep doğrultusunda üründe ciddi anlamda değişiklikler yapılabilirken⁷⁶⁰, geleneksel stratejide yalnızca moda uygun tasarım değişikliği söz konusudur ve rekabet bunun üzerinden şekillenir⁷⁶¹. Pazarın durağan, rekabetin ve müşterilerin yenilik beklentilerinin düşük olduğu az gelişmiş ekonomilerde ve tekel durumlarında izlenen bir stratejidir⁷⁶².

Fırsatçı Stratejiye rakibin zayıf, pazarın keşfedilmemiş yönlerini bularak ve insanların fark edilmemiş ihtiyaçlarını fırsata çevirerek buna yönelik ürün ve hizmetler geliştirmektedir⁷⁶³. Bu strateji, potansiyeli yüksek yeni fikirlerin diğerlerinden önce fark edilmesine, yüksek girişimciliğe, doğru zamanlamaya (saldırmak için düşmanın zayıf noktalarını arayan ve onun boş bulunduğu zamanı kollayan askeri stratejiye benzer) ve büyük rakipleri tarafından önemsenmeyen fırsatların değerlendirilmesi esasına dayanır⁷⁶⁴.

Mavi Okyanus Stratejisi: Bu stratejide rekabet hiçbir zaman ölçüt kabul edilmemiştir⁷⁶⁵. Bunun yerine, **değer yenileme** denilen pazarı müşteriye yeni belirgin faydalar sağlayacak şekilde yeniden tanımlama mantığı izlenmiştir⁷⁶⁶. Yalnızca değer üretmeye odaklanarak, inovasyon yapılmaksızın değer yaratılabilir fakat bu değer, pazarda yer almanız ve öne çıkmanız için yeterli değildir. Aynı şekilde değer üretmeden yapılan inovasyonlar beklenen talep, satış, karlılık, vb. performans ölçülerinin yakalanmasında başarılı olamayacaklardır. Bu nedenle değer yenileme, değeri ve

⁷⁶⁰ John Dolliver Freeman ve Jerome S. Engel, “Models of Innovation: Startups and Mature Corporations”, **California Management Review**, Vol.50, No.1, 2007, pp.54-119

⁷⁶¹ B. Bowonder, Anirudha Dambal, Shambhu Kumar ve Abhay Shirodkar, “Innovation Strategies for Creating Competitive Advantage”, **Research Technology Management**, Vol.53, No.3, 2010, p.23

⁷⁶² Christoph Grimpe, “Successful Product Development after Firm Acquisitions: The Role of Research and Development”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.24, No.6, 2007, p.618

⁷⁶³ Olga A. Shvetsova, “Innovation Strategies in Global Environment”, **Proceedings of 137th The IIER International Conference**, Seoul, 18th -19th November 2017, pp.43-49

⁷⁶⁴ Rıfat İraz, **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler**, Konya: Çizgi Kitabevi, 2005, s.111

⁷⁶⁵ W. Chan Kim ve Renee Mauborgne tarafından, şirketlerin stratejik davranışlarının incelenmesiyle ortaya çıkan bu strateji, hem maliyet etkinliğinin hem de müşteri değerinin artırılması üzerinde durur. Şöyle ki Kim ve Mauborgne’nin araştırmalarına konu olan 108 şirketin sadece % 14’ünün yeni girişimleri, yeni pazarlarda gerçekleşmiş % 86’lık kısmı ise işletmenin var olan işi ile ilgili alanda (kırmızı okyanus: yoğun rekabet ortamı) gerçekleşmiştir. Bununla birlikte mavi okyanusu da temsil eden % 14’lük (rekabet dışı) kısmın gelir içindeki payı % 38 iken toplam karlılıktaki payı % 62 olmuştur ve bu da mavi okyanus stratejisinin başlangıç noktası olmuştur. Bakınız: Sema Yiğit, “Değer İnovasyonu: İnovasyonla Değer Oluşturmak”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.11, Sayı.1, 2015, s.229

⁷⁶⁶ Rekabetin dışına çıkıp onu devre dışı bırakan bu yöntemde, mavi okyanuslar yaratmak için pazar sınırları yeniden şekillendirilir, büyümeye odaklanılır ve hedef, rakipleri yenmek değil, rakipsiz bir ortamda fırsatları maksimum düzeyde değerlendirmek olarak belirlenir. Yeni değerler yaratmak, ürün ve hizmetleri, iş modellerini rakipsiz hale getirmek temel ve ilk amaçtır. İnovasyonda mavi okyanus stratejisi, değer inovasyonul üzerine konumlandırılmaktadır. Bakınız: Zümrüt Ecevit Satı, **İnovasyonu Yönetmede Kesitler**, Ankara: Nobel Yayıncılık, 2013, s.322

inovasyonu eşit ölçüde vurgular⁷⁶⁷. Düşük maliyetleriyle başarılı olan Ford T Modeli; donanma, hava kuvvetleri ve kara kuvvetlerinin kullanabileceği savaş uçakları geliştirmeyi başaran Joint Strike; “uçarken kazanın” sistemini dünyada ilk uygulayan şirket Lufthansa Airlines – Shop & Miles; glikoz şurubu yerine şeker pancarı kullanarak ürünlerini üreten Torku-Konya Şeker; Türkiye’de ilk meyveli maden suyunu üreten Freşa Doğal Maden Suları örnek olarak verilebilir⁷⁶⁸.

Diğer Stratejiler: Yukarıda bahsedilenler dışında; Proaktif İnovasyon Stratejisi⁷⁶⁹, Keşifsel İnovasyon Stratejisi⁷⁷⁰, Farklılaştırma İnovasyon Stratejisi⁷⁷¹, Elde Etme İnovasyon Stratejisi⁷⁷², Gelecek Odaklı (Fütürist) İnovasyon Stratejisi⁷⁷³, Artımsal İnovasyon Stratejisi⁷⁷⁴ gibi sınıflandırmalar da söz konusudur.

2.3.3.2. İnovasyonun Önündeki Engeller ve Doğru Bilinen Yanlışlar

Pazar payını arttırmak isteyen işletmeler yoğun rekabet içinde faaliyetlerini sürdürürken inovatif düşünce önem kazanmakta ve bu alana olan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum firmalar için inovasyonun finansmanını gerekli hale getirirken, risk sermayesi kavramının öneminin daha da artmasına ve yaygın kullanımını sağlamıştır⁷⁷⁵. **Finansal bariyerler**, firmaların inovasyon yapma istekleri üzerinde zorlayıcı veya engelleyici olma yönünde etkiler yaratabilmekte ve firmaları büyüklüğüne ve çok ulusluluğuna göre sınıflandırmak, finansal engeller göz önüne alındığında belirleyici olmaktadır⁷⁷⁶.

⁷⁶⁷ W. Chan Kim ve Renee Mauborgne, **Mavi Okyanus Stratejisi**, Şükrü Alpagut (çev), İstanbul: CSA Yayın Ajansı, 2014, s.12-13

⁷⁶⁸ Süleyman Ağraş, Fırat Atbaş ve Enes Şeyba, “Mavi Okyanus Stratejisi: Dünyadan ve Türkiye’den Örnekler”, **Yönetim, Ekonomi, Edebiyat**, Cilt.2, Sayı.2, Aralık 2017, s.134-137

⁷⁶⁹ Cornelia Droge, Roger Calanton ve Nukhet Harmancioglu, “New Product Success: Is It Really Controllable By Managers in Highly Turbulent Environments?”, **Journal of Product Innovation Management**, May 2008, Vol.25, No.3, p.274-275

⁷⁷⁰ Christopher M. McDermott ve Gina Colarelli O’Connor, “Managing Radical Innovation: An Overview of Emergent Strategy Issues”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.19, No6, November 2002, p.424-429

⁷⁷¹ Ruud T. Frambach, Jaideep Prabhu ve Theo M.M. Verhallen, “The Influence of Business Strategy on New Product Activity: The Role of Market Orientation”, **International Journal of Research in Marketing**, Vol.20, No.4, December 2003, p.381; Hayri Ülgen ve Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, İstanbul: Literatür Yayınevi, 2004, s.264

⁷⁷² Scott Ellison, “Hard-Wired For Innovation? Comparing Two Policy Paths Toward Innovative”, **International Education**, Vol.39, No.1, Fall 2009, p.33

⁷⁷³ Hüseyin Yılmaz, **Stratejik İnovasyon Yönetimi**, İstanbul: Beta, 2015, s.528

⁷⁷⁴ Alessandro Muscio, “Patterns of Innovation in Industrial Districts: An Empirical Analysis”, **Industry and Innovation**, Vol.13, No.3, September 2006, p.293

⁷⁷⁵ A. Kadir Tuna ve İlayda İsabetli, “İnovasyonun Finansmanı ve Risk Sermayesi”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, Cilt.64, Sayı.1, 2014, s.27

⁷⁷⁶ Hülya Ünlü, Financial Constraints To Innovation Activities: Revealed Barriers Versus Detering Barriers, **PhD Thesis**, The Institute Of Social Sciences Of Yıldırım Beyazıt University, Ankara, 2016, s.74-76

Tablo 5: İnovasyon Engelleri

İnovasyon Yapmaya Engel Olan veya Olabilecek Faktörler	Maliyet faktörleri
	Riski yüksek görme Maliyetlerin çok fazla olması
Bilgi Faktörleri	Girişim bünyesindeki yetersiz sermaye
İnovasyon çalışmalarının yetersizliği	İşletmedeki dışsal sermayenin yetersiz oluşu
Kalifiye çalışan yetersizliği	Pazar Faktörleri
Teknoloji yetersizliği	İnovasyonel ürünlerdeki talebin belirsizliği
Pazarı tanıma güçlüğü	Pazar hâkimiyeti kurulmuş piyasa
Dışardan bilgi-hizmet tedarikinde yetersizlik	Kurumsal Faktörler
Süreç inovasyonundaki eksik işbirliği	Tesis donanım yetersizliği
Pazarlama dağıtım faaliyetindeki yetersizlik	Patent ve lisansların eksikliği
İnovasyonda çalışanların uyumsuzluğu	Yasal otorite düzenlemeleri ve kapsamı
Yönetimin inovasyonu istememesi	Diğer Faktörler
Girişimcinin idari fonksiyonu	Mevcut süreçlerin yeterli görülmesi
Çalışanları üretime yönlendirmede kusur	İnovasyonel ürünlerin talebinin yetersizliği

Kaynak: Erhan Aktaş, İnovasyon Yönetimi ve İşletmelerde İnovasyon Yönetimine Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.27-28

İnovasyonun önündeki diğer engeller ve başarısız olma nedenleri ise bireysel, örgütsel ve toplumsal olabilir (üst yönetimin tutumu, farklılıklara ve hatalara hoşgörüsüzlük, kariyer, statü ve becerilerin tehdidi, riskten kaçınma, aşırı bürokratik ve merkezi yapılar, ekonomik, psikolojik ve sosyal nedenler, belirsizlik, bilgi ve güven eksikliği)⁷⁷⁷.

İnovasyonla ilgili sık bilinen yanlışlar ise aşağıdaki gibidir⁷⁷⁸:

1. Sadece teknolojiyi kapsar.
2. Sadece büyük şirketlere uygundur.
3. İnovasyon pahalıdır, ucuzluk getirmez.
4. Hammaddelerde inovasyon mümkün değildir.
5. Sadece gelişmiş ülkeler başarabilir.
6. Şirketi zora sokacak riskler içerir.

2.3.3.3 İnovasyonun Önemi

İnovasyonun kişiler, örgütler ve ülke ekonomisi açısından önemi aşağıda açıklanmaktadır.

2.3.3.3.1. İnovasyonun İşletmeler Açısından Önemi

İşletmeler müşteri sadakati, pazar payı, toplam gelir, karlılık, maliyet minimizasyonu, rekabet gücü gibi somut performans göstergeleri üzerinde yaptığı olumlu

⁷⁷⁷ Teresa Amabile ve Mukti Khaire, "Creativity and the Role of the Leader", **Harvard Business Review**, Vol.86, No.10, 2008, pp.100-109; Gary P. Pisano, "The Hard Truth About Innovative Cultures", **Harvard Business Review**, January–February 2019, pp.62–71

⁷⁷⁸ Joe Tidd ve John R. Bessant, a.g.e., 2005

katkılarından dolayı inovasyona büyük önem vermektedirler. İnovasyona dayalı rekabette ürün ve süreç kalitesi, teknoloji ve arge faktörü gibi unsurlar önem kazanmaktadır⁷⁷⁹.

Ul Haque'nin Türkiye ve Almanya örnekleminde gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre, her iki ülkenin müşterilerinin çoğunun inovatif şirketlere sadık oldukları ve onlar tarafından sunulan kalitenin ve istenilen paranın karşılığı hakkında olumlu algıları olduğu tespit edilmiştir. Şirketlerin hem teknik hem de teknik olmayan inovasyon yetenekleri müşterilerin entelektüel ve duygusal deneyimlerinin her ikisini de etkilediği için, müşteri sadakati ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Müşteriler inovatif şirketlerin daha güvenilir ve saygın olduklarını bildirmişlerdir⁷⁸⁰.

İnovasyon yapma nedenleri⁷⁸¹;

1. Üretim Süreçlerini Farklılaştırmak	13. Bilişim Teknolojisinin Artan Etkisine Uyum Sağlamak
2. Ürünleri Farklılaştırmak	14. Teknolojinin Yüksek Değişim Hızına Uyum Sağlamak
3. Ürünlerin Sunumunu Farklılaştırmak	15. Ürün Kalitesini Arttırmak
4. Ürünlerin Satış Yöntemini Farklılaştırmak	16. Ürün Fonksiyonelliğini Arttırmak
5. Yeni Pazarlara Girmek	17. İnovatif Bir İşletme Olarak Tanınıp İşletme İmajını Arttırmak
6. Pazar Payını Korumak veya Arttırmak	18. İşletme Karlılığını Arttırmak
7. Maliyetleri Azaltmak	19. Yeni Üretim Yöntemlerine Ulaşmak
8. Üretkenliği Arttırmak	20. Daha Çevreci Ürün veya Üretim Süreçleri Geliştirmek
9. Dağıtım Performansını Arttırmak	21. Müşteri Portföyünü Genişletmek
10. Pazarlama Performansını Arttırmak	
11. Sahip Olunan Ürün Çeşitliliğini Arttırmak	
12. Yeni Ürünlerin Pazara Çıkış Süresini Kısaltmak	

Tüm bu hedeflere ulaşabilmek için işletmelerin inovasyon yeteneğine sahip olmaları gerekmektedir.

İnovasyon yeteneği, ulusal ve uluslararası pazarlardaki ileri rekabetçiliğin başarılması için KOBİ'leri yönlendiren en önemli dinamiklerden biri, firmanın özgün bir değeri olarak değerlendirilmektedir. İnovasyon yeteneği, kısaca, firma ve paydaşlarına

⁷⁷⁹ Çiğdem Yaşın, İnovasyona Dayalı Rekabette Rol Oynayan Faktörlerin Araştırılması ve İmalat Sektöründe Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.44-51

⁷⁸⁰ Mirza İmran Ul Haque, An Examination Of The Role Of Technical And Non-Technical Innovation On The Customer Loyalty, **MBA Thesis**, Aydın University Institute Of Social Sciences, İstanbul, 2018, s.101-102

⁷⁸¹ Hüseyin Kaplan, İşletmelerin İnovasyon Yapma Nedenleri ile Sahip Oldukları İnovasyon Çıktıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010, s.41-47

fayda oluşturmak için sürekli bir şekilde bilgi ve fikirleri, ürünlere, süreçlere ve sistemlere dönüştürme yeteneğidir⁷⁸². Yapılan araştırmalar, bilgi paylaşımının, inovasyon yönetimi açısından büyük önem taşıdığını ve firma inovasyon yeterliliğine pozitif olarak etki ettiğini ortaya koymaktadır⁷⁸³. Ayrıca, işletmenin inovasyon yeteneğiyle, örgütteki inovasyon niyeti ve inovasyon iklimi arasında doğrusal bir ilişki vardır.

İnovasyon niyeti kavramı, “mevcut bir organizasyon içinde alışılmışın dışındaki yeni alışkanlıklarla ilgili davranışları önceden isteyip düşünme eğilimlerinin sergilendiği davranışlar bütünü” olarak tanımlanmaktadır⁷⁸⁴.

İnovasyon iklimi ise yaratıcı çalışma yaklaşımlarını kullanabilmek için, risk alma davranışını teşvik eden, yeterli kaynağı tahsis eden ve mücadelecili çalışma imkânı sağlayan örgütlerin iş ortamı hakkında çalışanların sahip olduğu algıların toplamı olarak tanımlanabilir⁷⁸⁵.

İnovasyon iklimini açıklayan iki faktör bulunmaktadır. Bunlardan biri bireylerin organizasyonu ne derece değişime açık gördükleri, çalışanların yeni fikirlerini ve çalışan çeşitliliğini ne derece desteklediklerini açıklayan **inovasyon desteğidir**. Diğeri ise, örgüt içindeki hangi kaynağın inovasyon için yeterli olarak algılandığını açıklayan **kaynak desteğidir**⁷⁸⁶.

Yapılan araştırmalar, inovasyon ikliminin öğrenme kültürü ve kurumsal dayanıklılıkla pozitif ilişkili olduğunu ve marka değeriyle şirket performansını olumlu etkilediğini göstermektedir. Bir şirketin piyasa, öğrenme ve girişimcilik odaklı olmasının o şirketin inovasyon kültürüne sahip olmasını belirleyen unsurlar olduğu belirtilmektedir⁷⁸⁷.

⁷⁸² Eyüp Çalık, KOBİ’lerin Yaptıkları İşbirliklerinin ve Aldıkları Desteklerin İnovasyon Yetenekleri ve Performansları Üzerindeki Etkileri, **Doktora Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.12

⁷⁸³ Ezgi Utku Ünal, Effects of Some Behavioral Properties of Firms on Firm Innovation Capability: An Empirical Study On Micro And Small Sized Software Firms In ODTÜ Teknokent, **Degree Of Master Of Science**, Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2015, s.77-78; Levent Atahan, An Empirical Study On Factors Affecting Firm Innovation Capability and Knowledge Sharing, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2012, s.41-43

⁷⁸⁴ İç girişimcilik, kurumsal girişimcilik gibi kavramlarla eş anlamlı olarak kullanılır.

⁷⁸⁵ Neeraj Kumar Jaswal ve Rajib Lochan Dhar, “Transformational Leadership, Innovation Climate, Creative Self Efficacy and Employee Creativity: A Multilevel Study”, **International Journal of Hospitality Management**, Vol.51, October 2015, s.32

⁷⁸⁶ Halil Aslan Kılıç, Çift Yetenekli Liderliğin Takım İnovasyonu Üzerindeki Etkisinde İnovasyon İklimi, İnovatif Davranışlar ve Öz Yeterliliğin Rolü, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.28

⁷⁸⁷ Alev Özer, Organizational Learning Culture, The Climate For Innovation, and Organizational Resilience, **Doctor of Philosophy in Management**, Boğaziçi University Institute For Graduate Studies in Social Sciences, İstanbul, 2017, s.169-172; Cenk Laçın Arıkan, Evaluating The Dynamics Of Innovation In Turkey: The Impact Of Innovation On

2.3.3.3.2. İnovasyonun Ülkeler Açısından Önemi

Schumpeter ekonomik büyümedeki değişimi; teknolojik araştırma ve geliştirme olgusuna bağlamaktadır. Sürdürülebilir büyüme için arge sektörü önemlidir. İnovasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen literatürde birçok çalışma bulunmaktadır⁷⁸⁸.

İktisatçılar, ekonomik büyümenin yaklaşık üçte birinin teknolojik değişim tarafından etkilendiğini tespit etmişlerdir⁷⁸⁹. Günümüzün önde gelen stratejik yönetim düşünürlerinden biri olan Porter, ABD, Birleşik Krallık, Almanya, İtalya, İsviçre, İsveç, Japonya gibi gelişmiş ve Güney Kore, Singapur gibi ülkeleri inovatif özellikleri açısından kıyaslamış ve yeniliğin, ülkelerin uluslararası alanda söz sahibi olmalarında temel faktör olduğunu ileri sürmüştür⁷⁹⁰. Bunun yanı sıra, teknoloji açığı ve ürün dönemleri gibi teoriler, inovasyon faaliyetleriyle ihracat arasındaki doğru orantıyı göstermektedir. Bir başka deyişle, bir ülkenin inovasyon faaliyetlerinin sürekliliği, piyasa gücü ve üretim-maliyet avantajı yaratarak ihracat faaliyetlerinin sürekliliğini etkilemektedir⁷⁹¹.

Yapılan araştırmalar, inovasyonun kalkınmayı pozitif yönde etkilediğini ve ülkelerin gelişmişliğinin inovasyon göstergeleri dâhilinde ortaya konabileceğini göstermektedir⁷⁹². Avrupa Komisyonu bulgularına göre 1988-2001 yılları arasında, Avrupa'daki büyük işletmeler iş kaybederken, yeni işlerin çoğu mikro işletmeler tarafından yaratılmıştır. Dolayısıyla Türkiye ekonomisini beklenen seviyeye taşıyacak olan faktörler, inovasyon ve girişimcilikle yakından ilgilidir⁷⁹³.

Business Performance, **Doctor of Philosophy in Management**, Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in the Social Sciences, İstanbul, 2008, s.108-114; Gözlem Güçer Uçar, Innovation Attributes and Service Brand Equity In The Context of Information Technology Innovations, **Doctor of Philosophy in Management**, Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in Social Sciences, 2015, s.117-120

⁷⁸⁸ Ayrıntılı bir değerlendirme için bakınız: Hüsamettin Samet Akça, Ekonomik Büyüme ve İnovasyon İlişkisi: Seçilmiş OECD Ülkeleri Üzerine Panel Veri Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2018, s.64-67

⁷⁸⁹ Marvin Tanga, İnovasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: BRICS ve Türkiye Üzerine Bir Analiz, **Yüksek Lisans Tezi**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2016, s.33

⁷⁹⁰ Michael E. Porter, **Competitive Advantage of Nations**, New York: Free Press, 1998

⁷⁹¹ M. V. Posner, "International Trade and Technical Change", **Oxford Economic Papers New Series**, Vol.13, No.3, 1961, pp.323-341; Raymond Vernon, "International Investment and International Trade in the Product Cycle", **The Quarterly Journal of Economics**, Vol.80, No.2, 1966, pp.190-207

⁷⁹² Aslı Tuncay, Evaluation Of Innovativeness Of Turkey with Respect To European Union Integration, **Master Thesis**, Işık University Social Sciences Institute, İstanbul, 2003, s.107

⁷⁹³ Serkan Atmaca, Adaptation Of Turkey To The European Union Research and Innovation Policies During The Accession Period, **The Degree Of Master Of Science**, METU Graduate School of Social Sciences, 2006, s.128; Ömer Aydın, European Innovation and Entrepreneurship Strategy: Implications for Turkey, **MBA Thesis**, Yeditepe University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2006, s.81

Sahip olduğu nüfus özellikleri, jeo-politik ve kültürel yapısı, ticaret yolları üzerinde bulunması ve kaynaklarının çeşitliliğini etkin olarak kullanması; Türkiye'nin hedeflerine ulaşmasında avantaj sağlayabilecek özellikleridir⁷⁹⁴. Yabancı yatırımlar yoluyla teknoloji ve know how transferi, iş gücünün eğitimi gibi sonuçlar elde edilmek isteniyorsa, jeopolitik risklerin en aza indirilmesi gerekmektedir⁷⁹⁵.

2.3.3.3.3. İnovasyon Sistemleri

Dar anlamda inovasyon sistemleri; öncelikle “üniversitelerin, kamu ve özel sektör araştırma enstitüleri ve kuruluşlarının arge fonksiyonlarını birleştiren ve üçlü sarmal yaklaşımı olarak nitelendirilen inovasyonun doğrusal (lineer) modelini” yansıtmaktadır.

Geniş anlamda ise; “öğrenmeyi, araştırmayı ve keşif yapmayı etkileyen iktisadi yapı ve kurumsal örgütlenmenin tüm bölümlerini ve yönlerini” içermektedir⁷⁹⁶. Bir diğer deyişle, **inovasyon sistemleri** genel olarak, teknolojik, ekonomik ve sosyal fayda sağlayacak bilginin çeşitli türlerinin üretildiği, dağıtıldığı ve uygulandığı süreçleri, oyuncularını, yararlanılan düzenekleri ve aralarındaki kompleks ilişkileri çevreleyen bir yapıdır⁷⁹⁷.

İnovasyon sisteminin yapıtaşları;

- 1) Özel sektör (firmalar),
- 2) Destekleyici kuruluşlar (üniversiteler, araştırma kuruluşları, kamu kuruluşları, sektöre özgü faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlar, bölgesel aktörler) ve
- 3) Resmi ve resmi olmayan kurumlardan oluşmaktadır⁷⁹⁸.

⁷⁹⁴ İkbâl Sinemden Oylumlu, Innovation Model Generation Based on Triple Helix Collaboration: Case of Turkey, **Master of Business Administration**, Yeditepe University Institute Of Social Sciences, İstanbul, 2015, s.120-121

⁷⁹⁵ **Jeopolitik riskler:** Önem arz eden devletlerin çökmesi; nükleer, kimyasal, biyolojik ve radyolojik teknolojilerin ve materyallerin kontrol edilememesi ve buna bağlı olarak tahrip gücü yüksek silahların yayılması; organize suç örgütleri; uluslararası sorunların diplomatik yollarla çözümündeki başarısızlık ve silahlı çatışmalar; ulusal ve politik çıkarların uzlaştırılmasında global kurumların, anlaşmaların ve kuruluşların yetersiz ve zayıf olmaları; rüşvet; terörist faaliyetler; dış ticaret yasakları ve millileştirme; yasadışı ticaret, vb. Bkz: Y. Kemal Çuhacı, “Global Riskler”, **Reasürör**, Sayı.84, Nisan 2012, s.10; Özge Taryan, Impact of Geopolitical Risk on Innovative Activities, **Master's Degree**, İstanbul Bilgi University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2019, s.48-50

⁷⁹⁶ Nihat Işık ve Efe Can Kılınç, “İnovasyon Sistemi Yaklaşımı ve İnovasyonun Coğrafyası: Türkiye Örneği”, **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi**, Cilt.7, Sayı.1, 2012, s.170

⁷⁹⁷ Bengt-Åke Lundvall, **Product Innovation and User-Producer Interaction**, Industrial Development Research Series No.31, Denmark: Aalborg University Press, 1985; Bengt-Åke Lundvall, **National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning**, London: Pinter Publishers, 1992

⁷⁹⁸ Kurumlar; 1. İnovasyon sürecinde kullanılan ve ortaya çıkan bilginin sahiplenilmesi sorununu düzenleyen kurumlar (patent sistemi), 2. İnovasyonun finansmanı ile ilgili kurumlar (finansal Kurumlar, bankalar, risk sermayesi, iş

Bilgi Yoğun İş Hizmetleri (BYİH), inovasyon sistemlerinin anahtar parçası ve bilgi iletişiminin anahtar taşıyıcısı olarak “Ulusal İnovasyon Sistemine” katkı sağlar ve ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkiler yaratırlar⁷⁹⁹.

İnovasyon sistemleri yaklaşımında ölçek ve kapsama göre; küresel⁸⁰⁰, ulusal⁸⁰¹, bölgesel⁸⁰², sektörel⁸⁰³ ve teknolojik⁸⁰⁴ sistemlerle; bütünlük inovasyon sistemi yaklaşımı⁸⁰⁵ ve sanayi kümeleri⁸⁰⁶ sınıflandırması yapılmaktadır⁸⁰⁷. Bunların yanı sıra çok katmanlı yaklaşım ve sosyo-teknik rejimler, inovasyon ekosistemi ve diğer inovasyon sistem yaklaşımları ele alınmaktadır⁸⁰⁸.

Türkiye İnovasyon Sisteminin Paydaşları

Ülkemizdeki ulusal inovasyon sistemi içerisinde yer alan ve bilim, teknoloji ve inovasyona dönük politikalarda rol oynayan bileşenler, sistem içerisindeki işlevlerinin ayırt edilebilmesine yardımcı olabilmek amacıyla; temel kurumlar, destekleyici (işbirlikçi) aktörler, finansmana yönelik kurum, kuruluş ve faaliyetler ve inovatif firmalar şeklinde gruplandırılabilir⁸⁰⁹.

1) Temel Kurumlar: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK), Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi

melekleri), 3. Farklı endüstriyel ilişki biçimlerinde insan kaynaklarını düzenleyen kurumlar (emek piyasası düzenlemeleri, eğitim sistemi) olarak incelenebilir. Bkz: Cem Okan Tuncel, İnovasyon Sistemleri ve Ekonomik Gelişme: Bursa Bölgesi İmalat Sanayinde İnovasyon Süreçleri Üzerine Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2011, s.106-107

⁷⁹⁹ BYİH, tanımlanmasında birçok farklı yorum olmasına rağmen genel olarak “beşerî sermaye ve beşerî yaratıcılığın yoğun bir şekilde kullanılması” olarak ifade edilmektedir. Bkz: Mehmet Tahsin Şahin, Bilgi Yoğun İş Hizmetlerinin Yer Seçim Tercihleri ve İnovasyon Dinamikleri: Ankara Metropol Kent Örneği, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2018, s.5-6

⁸⁰⁰ Stuart S. Brown ve David H. Levey, “The Global Innovation System: A New Phase of Capitalism”, **International Journal of Business, Humanities and Technology**, Vol.5, No.1, 2015, pp.6-10

⁸⁰¹ Benoît Godin, “National Innovation System: The System Approach in Historical Perspective”, **Science, Technology, & Human Values**, Vol.34, No.4, 2009, pp.476-501

⁸⁰² David Doloreux ve Saeed Parto, **Regional Innovation Systems: A Critical Synthesis**, UNU-INTECH Discussion Paper Series 17, United Nations University – INTECH, 2004

⁸⁰³ Cem Okan Tuncel, “Sektörel İnovasyon Sistemi, Endüstri 4.0 ve Türk Takım Tezgâhları Sanayisinin Durumu”, **TESAM Akademi Dergisi**, Cilt.6, Türkiye Ekonomisi Özel Sayısı, Haziran 2019, s.77-82

⁸⁰⁴ Nahide Özkan, “Toplum Sağlığının Hizmetinde Bilim ve Teknoloji: Küba’da Biyoteknoloji Deneyimi”, **Madde, Diyalektik ve Toplum**, Cilt.2, Sayı.1, Şubat 2019, s.11

⁸⁰⁵ Cem Okan Tuncel, 2011, s.122

⁸⁰⁶ Dilşad Türtük Yünel, Agglomeration As Innovation Dynamics: A Case Study In Adana and Mersin, **The Degree Of Master Of Science In The Department Of Economics**, Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2010, s.73-74

⁸⁰⁷ Hacı Ahmet Yavuz, Türkiye’de Tarımsal Biyoteknoloji İnovasyon Sistemi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.19-26; Cem Okan Tuncel, s.110-122

⁸⁰⁸ Eyüp Serdar Gökpinar, Türk Savunma Sanayinin Bir İnovasyon Sistemi Olarak İncelenmesi, **Doktora Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2013, s.52-56

⁸⁰⁹ Oğuz Karadeniz, Türkiye’de İnovasyon ve Kamu Politikası, **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2016, s.73-77

Merkezi (ULAKBİM), Ulusal Metroloji Enstitüsü (UME), Yükseköğretim Kurulu⁸¹⁰ (YÖK), Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA), Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK), Türk Patent Enstitüsü (TÜRKPATENT)

2.Destekleyici (İşbirlikçi) Aktörler: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri⁸¹¹ (TGB), Üniversite ve Kamu Kurumları Araştırma Merkezleri, Teknoloji ve İşletme Geliştirme Merkezleri (TEKMER)

⁸¹⁰ **İnovasyon ve Üniversite-Sanayi-Devlet İşbirliği:** Özel sektör ile üniversite araştırma merkezleri veya kamusal arge laboratuvarları arasında iki ya da daha fazla örgüt ya da kurumun büyük bir girişimde işbirliğine gitmeleri, kaynakları tek başlarına teknolojik değişimi yönlendirmeye yetmeyeceği için; araştırma personeli, donanım ve telif haklarını paylaşmak amacıyla yapılan çok yönlü yasal anlaşmalar üniversite-sanayi işbirliği olarak tanımlanmaktadır. Bkz: Işıl Çekçi, Ulusal İnovasyon Sistemleri İçerisinde Sağlık Ekosisteminin Tanımlanması: Üniversite Hastanelerinin Yeri ve Önemi, **Yüksek Lisans Tezi**, Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2017, s.34; Ali Akgün, Halit Keskin ve Ayşe Günsel, “Üniversite-Sanayi İşbirliği: Bir Literatür Taraması”, **Mühendislikte Mimarlıkta ve Planlamada Ölçü**, Aralık 2005, Cilt.5, Sayı.1, s.3. Bir ülkenin inovasyonda yetkinlik kazanması ve inovasyon sürecinin başarıyla işleyebilmesi için, “ülkenin bilim ve teknoloji sistemiyle (temel araştırmaları yapan üniversitelerin ve uygulamalı araştırmaları yapan büyük ölçekli kamu araştırma laboratuvarlarının oluşturduğu sistem) üretim sistemi arasında bir etkileşim-iletişim ortamının yaratılması” gerekmektedir. Japonya ve G. Kore, bu işbirliğinin başarılı örneklerindendir. Bkz: Gülten Yılmaz, Üniversitelerin İnovasyona Katkıları: Gelişmiş Ülkeler ve Türkiye Karşılaştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2009, s.39

⁸¹¹ **Teknopark (Teknokent):** “Temel amacı ilgilendiği iş dallarında ve bilgi temelli kuruluşlarda yenilikçilik (inovasyon) ve rekabetçilik kültürünü geliştirerek toplumun değerini artırmak olan özelleşmiş profesyoneller tarafından yönetilen bir organizasyondur”. Bkz: Murat Kemal Keleş ve Mustafa Zihni Tunca, “Türkiye’deki Teknokentlerin Mevcut Durumun İncelenmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.1, Sayı.11, 2010, s.3. Teknoparklar, “teknoloji yoğun sanayi kollarının bulundukları yerlerde güçlendirilmesi, yeni bölgelerde sanayinin gelişiminin desteklenmesi, yenilikçi çalışmaların gerçekleştirilmesi, eğitimin yanı sıra daha etkin çalışma koşullarıyla verimliliğin artırılması ve uluslararası alanda rekabet gücünün yükseltilmesi amacıyla” kurulmaktadır. Bkz: Gül Kayalidere, “Türkiye’nin Teknoloji Politikalarında Teknoparkların Önemi ve Teknoparklara Yönelik Vergi Avantajları”, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.1, Sayı.1, 2014, s.81-82. Bugün bütün dünyanın bildiği ve kabul ettiği en büyük teknoloji parklarından birisi olan ‘Silikon Vadisi’ dünyanın en gelişmiş inovasyon merkezidir. Dünyanın her yerinde merkezleri olan Google, Intel, VeriSign, Yahoo ve Adobe System gibi yüzlerce firma bu teknoloji kümesinin içerisinde yer almaktadır. Bkz: Mustafa Güler, Türkiye’deki Teknoloji Transfer Ofislerinin İnovasyon Odaklı Fikri Sınai Mülki Haklara ve Girişimcilğe Artırıcı Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.14. Türkiye’de ise bu konu ile ilgili çıkan ‘4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu’nda, teknoparklar için ‘Teknoloji Geliştirme Bölgesi’ kavramını kullanmaktadır. Bkz: Haktan Sevsay Mustafa Mıynat ve Hüseyin Aktaş, “Teknoloji Geliştirme Bölgesi Yatırımları Finansman Modellerinin İncelenmesi”, **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt.24, Sayı.2, 2017, s.448

Teknoloji Geliştirme Bölgesi ise “yüksek/ileri teknoloji kullanan ya da yeni teknolojilere yönelik firmaların, belirli bir üniversite veya yüksek teknoloji enstitüsü ya da AR-GE merkez veya enstitüsünün olanaklarından yararlanarak teknoloji veya yazılım ürettikleri/geliştirdikleri, teknolojik bir buluşu ticari bir ürün, yöntem veya hizmet haline dönüştürmek için faaliyet gösterdikleri ve bu yolla bölgenin kalkınmasına katkıda bulundukları, aynı üniversite, yüksek teknoloji enstitüsü ya da AR-GE merkez veya enstitüsü alanı içinde veya yakınında; akademik, ekonomik ve sosyal yapının bütünleştiği siteyi” veya bu özelliklere sahip teknoparktır. Bkz: Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 4691 Numaralı “Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu”, **Resmî Gazete**, Cilt.40, Sayı.24454, 6.7.2001, s.8015.

Mekânsal İnovasyon Modelleri kavramı, “yerel kurumsal dinamiklerin önemli rol oynadığı ve buna vurgu yapılan tüm bölgesel inovasyon modellerini ifade etmek için kullanılan” bir kavramdır. Bu noktada, “Fransız GREMI grubu tarafından ortaya atılan inovatif çevre ve endüstriyel bölge kavramı, geleneksel mekânsal inovasyon modellerinin ilk dalgası” olarak görülmektedir. Bunun dışında; “kümelermeler, yeni sanayi odakları, bölgesel inovasyon sistemleri ve öğrenen bölge kavramları” da Mekânsal İnovasyon Modeli olarak değerlendirilmektedir. Bkz: Murat Ali Dulupçu, Onur Sungur, Hidayet Keskin, Aykut Sezgin ve Onur Demirel, “Bölgesel Kalkınmada Yeni Bir Kavram Olarak Bilgi Dinamiklerinin Rolü”, Ankara Üniversitesi **6. Ulusal Coğrafya Sempozyumu**, 3-5 Kasım 2010, Ankara, s.203.

Öğrenen örgütlerin ekonomik bir sistem içerisinde artarak bilgi çoğalmaları neticesinde öğrenen ekonomi var olmaktadır. Bkz: Önder Şuğul, s.45. Bilgiyi yoğun bir şekilde öğrenerek biriktiren, yenileyen, kullanan ve yenilikler ortaya çıkaran ekonomilere, **öğrenen ekonomiler** denilmektedir. Bkz: Mesut Albeni ve Murat Karaöz, “Bölgesel

3.Finansmana Yönelik Kurum, Kuruluş ve Faaliyetler: TÜBİTAK Destekleri, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri (Sanayi Tezleri Programı/SAN-TEZ, Tekno-girişim Sermaye Desteği, Kalkınma Ajansı Destekleri

4.İnovatif Firmalar: Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) "Yenilik Araştırması" sonuçlarına göre, 2014-2016 yıllarında 10 ve daha fazla çalışanı bulunan girişimlerin yüzde 61,5'i inovasyon faaliyetinde bulundu. Sanayi sektöründe inovatif girişimlerin oranı yüzde 64,5 iken hizmet sektöründe yüzde 57,7 oldu. Girişimlerin %47,3'ü ürün ve/veya süreç yeniliği, %50,8'i organizasyon ve/veya pazarlama yeniliği faaliyetinde bulundu⁸¹².

Küresel inovasyon sistemiyle *“etkili iletişim ve etkileşim halinde dinamizm kazanacak olan ulusal inovasyon sistemlerinin, kendi etkinliklerini artıracak bölgesel ve sektörel inovasyon sistemlerinin kurulmasına ve dinamik bir şekilde işlemesine zemin hazırlayacak bir yapıya sahip olması”* oldukça önemlidir. Çünkü ulusal inovasyon sistemi içerisinde oluşacak bölgesel ve sektörel inovasyon sistemleri, *“bölgelerin ve sektörlerin özel sorunlarını çözmeye ve bölgesel gelişmeyi tetiklemede”* önemli işlevleri yerine getireceklerdir⁸¹³.

Çok Katmanlı Yaklaşım ve Sosyo-Teknik Rejimler: Sosyo-teknik çok düzeyli perspektif kuramı, kısa ve uzun dönem süreçleri birlikte dikkate alarak, toplumun ve teknolojinin birlikte gelişimine dayalı olan çok boyutlu çerçevede geçişin bileşenlerinin ve etkileşimlerinin sistematik uzun dönem analizine olanak sağlayan bir

Kalkınmada Öğrenme, Bilgi Birikimi ve Yenilik: Türkiye İçin Bir Perspektif”, **Süleyman Demiral Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt.8, Sayı.2, 2003, s.162. **“Öğrenen bölge” kavramı;** “öğrenen ekonomi” yaklaşımının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Öğrenen bölge kavramı “yenilik iktisadi ve ekonomik coğrafya disiplinleri bağlamında, öğrenmenin ve yenilikçiliğin ortaya çıktığı coğrafi bir alana atıf yapılarak” tanımlanmaktadır. Bkz: Cem Okan Tuncel ve Hasan Bakır, “Yenilik Temelli Bir Bölgesel Gelişme Sürecinde Kalkınma Ajanslarının Yeri”, **İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.4, 2010, s.24.

⁸¹² Türkiye İstatistik Kurumu, “Yenilik Araştırması 2016”, **Haber Bülteni**, Sayı.24864, Ankara: TÜİK, 05 Aralık 2017, <http://www.tuik.gov.tr/> (21.07.2019)

⁸¹³ Cevahir Uzkurt, “İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?”, **Dosya**, Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, Temmuz-Ağustos 2010, s.40

yaklaşımıdır⁸¹⁴. **Teknolojik rejim** kavramı, teknolojik paradigma⁸¹⁵ kavramı ile benzerlik göstermekle birlikte daha çok sektöre özgü teknolojik bilginin niteliği üzerinde durmaktadır. Teknolojik rejim; inovasyonun ortaya çıkmasında ve öğrenme sürecinde etkili olan teknolojinin doğasını, kaynaklarını ve politika çerçevesini oluşturan unsurların bileşimi olarak tanımlanabilir⁸¹⁶. Teknolojik rejim, karmaşık mühendislik uygulamaları, üretim süreç teknolojileri, ürün özellikleri, beceri ve prosedürler, ilgili nesne ve kişilerin kullanımı, sorun tanımlama yöntemine (bunların hepsi kurumlar ve alt yapılara gömülü olarak) gömülü kurallar seti ya da gramerdir⁸¹⁷. Örneğin bu kurama göre II. Dünya Savaşı sonrası genişleme döneminde baskın olan teknolojik rejim “*düşük maliyetli petrole ve enerji yoğun malzemelere*” dayanan bir rejimdir ve bu rejimde işletme düzeyinde ideal üretim örgütlenme biçimi “*standart ürünlerin büyük ölçüde üretimine dayanan seri, montaj-hattı tipi*” sistemlerdir⁸¹⁸.

İnovasyon Ekosistemi: Ekosistem kavramı, “*belirli bir yerde bulunan canlılar ile bunları saran cansız çevrelerinin karşılıklı ilişkileri ile meydana gelen ve süreklilik arz eden sistemler*” olarak özetlenebilir⁸¹⁹. Ekonomi ve işletme literatüründe, net istihdam artışı sağlayan yüksek potansiyelli inovatif şirketlerin içerisinde gelişip büyüebildiği, sürdürülebilir bölgesel oluşumlarla ilgili ekosistem kavramı çerçevesinde nitelendirilen farklı yaklaşımlar vardır. Bunlar arasında iş ekosistemi, işletme ekosistemi,

⁸¹⁴ Gülsüm Akarsu, “Türkiye’de Elektrik Sektöründeki Yeniden Yapılanmanın Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırmalı ve Çok Düzeyli Perspektif ile Analizi”, **Yerelden Globale Stratejik Araştırmalar III**, Silvius Stanciu, Ali Rıza Gökbnar ve Turan Gündüz (der.), Londra: IJOPEC Publication, 2018, s.161

⁸¹⁵ **Teknolojik (teknö-ekonomik) paradigma** ifadesi, anlam olarak, “teknik açıdan gerçekleştirilebilir bir dizi yenilik arasından ekonomik seçim yapma” sürecini içerir. Bkz: Christopher Freeman, Yeni Teknoloji ve Yetiştirme Sorunu, Aykut Göker (çev.), Ankara: Bilim, Teknoloji, İnovasyon Politikaları Tartışma Platformu, 2004, s.7; Teknolojik paradigmadaki kaymalarla, “insanın doğa ve evren algısı değişir. Bilim ve teknolojiye yeni yöntemler devreye girer; ekonomik ilişkiler daha üst düzeylere taşınır”. Bkz: Hüsnü Erkan, “Temel Teknolojik Paradigmal Kaymalardan Sosyal Bilimlere Yansımalar”, **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi**, Sayı.45, Ocak 2012, s.139

⁸¹⁶ Cem Okan Tuncel, 2019, s.78

⁸¹⁷ Eyüp Serdar Gökpinar, s.53

⁸¹⁸ Mesut Sert, “Düzenlemenin Seyri”, **Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.2, Sayı.23, 2011, s.72;

⁸¹⁹ Arif Cem Gündoğan ve Melis Bitlis, **Dönüşen Dünyada Fırsatları Yakalamak: Sürdürülebilir Finans Görünümü**, İstanbul: Escarus, 2018, s.56; Bu anlamda bir ekosistem kabaca sınırlı bir bölgede birbirleriyle etkileşim sağlayan türler seti olarak da tarif edilebilir. Bkz: Eyüp Serdar Gökpinar, s.54-55. Aslında kavram, canlı organizmalardan oluşan bir topluluğun ve onun fiziksel çevresinin (ekolojinin temel bir birimi olarak, atomdan evrene kadar uzanan bir fiziksel sistem hiyerarşisi içinde) entegrasyonunu tanımlamak için ortaya konmuştur. Ancak kökeni canlı organizmalar topluluğu olan bu kavram sonrasında içindeki dinamizm boyutu nedeniyle bileşenlerinin birlikte değiştiği, uyum gösterdiği veya geliştiği diğer toplulukları anlatmak için de kullanılmıştır. Bkz: Sema Yiğit, “Türkiye’nin Ulusal İnovasyon Ekosistemi”, **Girişimcilik, İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, Cilt.2, Sayı.4, 2018, s.126. Böylelikle sanayi toplumundaki “iş ortamı” kavramı bilgi toplumuna dönüşümle birlikte yerini biyoloji biliminden aldığı ekosistem kavramına bırakmıştır. Bkz: Mehmet Cansız ve M. Demet Ulusoy, “Teknoloji Tabanlı Girişimcilerin Başarısında Yapısal, Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Beşerî Sermayenin Etkileri: Türkiye Örneği”, **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi**, Sayı.56, 2017, s.127.

girişimcilik ekosistemi (yapısal sermaye), dijital iş ekosistemleri, platformlar, endüstriyel ekosistemler, yazılım ekosistemleri, bilgi ekosistemleri, başlangıç ekosistemleri ve inovasyon ekosistemi gibi ekosistemler yer almaktadır⁸²⁰.

İnovasyon ekosistemi yaklaşımına göre farklı kaynaklar ve teorik argümanlar, biyolojik yenilik ile teknolojik inovasyon tarafından oluşturulan örüntüler arasında temel bir takım ortak özellikler olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca teknolojik yaratımların yükseliş ve düşüşleri, bazı canlı organizma gruplarında görülen ortaya çıkma ve soy tükenmelerini yansıtır. Ekosistem, yaşayan toplulukların hayatta kalabilmeleri için gerekli olan enerji ve besinleri aktarmak için birlikte çalıştıkları, birbirleriyle ve çevreleriyle dinamik biçimde etkileşimleridir.

İnovasyon ekosistemlerinde birlikte çalışan organizmalar, bilim adamlarını, ürün geliştirenleri, iş adamlarını, hizmet sağlayanları ve müşterileri içerir. İnovasyonun gelişmesi için çevrenin de uygun olması gerekir. Liderlik biçimi, yeterli fonlama ve politikalar inovasyon sürecini desteklemek için düzenlenmelidir.

Bilim ve teknoloji temelli coğrafi yoğunlaşmalara örnek oluşturan teknokentler; üniversiteler, araştırma merkezleri, şirketler, girişimciler ve yatırımcıların bir araya geldikleri alanlardır. Böyle bir mekânsal yığılma örneği, ileri teknoloji ürünlerin ve ticarileşebilecek keşiflerin desteklendiği bir inovasyon ekosistemi yaratmaktadır⁸²¹. Bunun yanı sıra geliştirilen fikri mülkiyet hakları ortaklıkları, özellikle inovasyon geliştirme konusunda yeterli kapasiteye sahip olamayan küçük firmalara sunulan stratejik patent hizmetleri aracılığıyla firmaları ticarileştirilen ortaklar olarak önemli merkez konumuna gelebilirler. Böylelikle fikri mülkiyet hakları ortaklıkları hem üniversite hem de sanayi için stratejik bir kazan-kazan rolü üstlenebilir. Sonuç itibarıyla yeni bir bölgesel inovasyon ekosistemi oluşturulmaktadır⁸²².

⁸²⁰ Hakan Duman ve Selim Takur, “Türkiye’de Katılım Bankacılığının Girişimcilik Ekosistemleri Üzerine Etkisi”, **Journal Of Institute Of Economic Development And Social Researches**, Vol.5, No.6, 2019, s.34

⁸²¹ Tuğba Gürçaylılar Yenidoğan ve Seda Aslı Yavuz, “Mekâna ve Firmaya Özgü Yetkinliklerin İnovasyon Performansı Üzerine Etkileri: Antalya Teknokent Örneği”, **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**, Cilt.8, Sayı.1, Haziran 2019, s.51

⁸²² Sibel Aybarç, “Bölgesel Kalkınma Dinamikleri: Üniversite-Sanayi İşbirliği Stratejileri”, **International Journal of Human Sciences**, Vol.15, No.1, 2018, s.585

Diğer inovasyon sistem yaklaşımları arasında, kara kutu⁸²³, gelişme blokları⁸²⁴, elmas modeli⁸²⁵ ve yetkinlik blokları⁸²⁶ sayılabilir.

2.4. Girişimcilik, Yaratıcılık, Sosyal Sermaye ve İnovasyon İlişkisine Dair Kavramsal Bağlantılar

Girişimcilik, yaratıcılık ve yenilik (inovasyon) kavramları, farklı anlamlar taşımakla beraber, birbirlerinden bağımsız değerlendirilemeyecek derecede önemli ve birbirine bağımlıdır. Günümüz bilgi toplumlarında yenilik ve icatlara duyulan ihtiyaç, “üretim faaliyetlerinde yaratıcılık ve zihinsel kaynak kullanımını” artırmaktadır⁸²⁷. Aşağıda önce yaratıcılık ve inovasyon ilişkisine dair açıklamalara yer verilerek ardından yaratıcılık-inovasyon ilişkisini ele alan araştırmalardan örnekler verilmektedir. Sonrasında girişimcilikle yaratıcılık ve inovasyon ilişkisi açıklanarak geçmiş araştırmalardan bazıları özetlenmektedir.

2.4.1. Yaratıcılık ve İnovasyon (Yenilik) İlişkisi

Günümüz insanından beklenen, yalnızca yaratıcı düşünme değil, aynı zamanda düşüncelerini uygulayabilme becerisine sahip olmaktır. İnsanlar, yaratıcı düşüncelerinin ürünlerini paylaşmakla topluma katkılarını artırır⁸²⁸. Yeniliğin başlangıcı olarak yaratıcılık, yalnızca pazara sunulan ürün ve hizmetler değil, aynı zamanda yeni düşünce sistemleri ve örgütsel konularda somut çıktılar geliştirilmesi ve üretilmesini sağlar. Bu bakımdan yaratıcılık, kurumsal başarıyı arttıracak yönetim sistemlerinin geliştirilmesinde kayda değer bir işleve sahiptir⁸²⁹.

Yaratıcılık ve inovasyon kavramları genellikle birbirinin yerine kullanılsa da yaratıcılık farklı görüş ve düşüncelerin üretilmesiyken inovasyon bunların mal ve

⁸²³ Harun Çalhan, İnovasyon, Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü ve İşletme Performansı İlişkisi: İstanbul'da Faaliyet Gösteren Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 2015, s.26

⁸²⁴ Sedat Acar, Ulusal Teknoloji Politikalarındaki Yeni Gelişmeler Işığında Türkiye'nin Teknoloji Politikasının Bir Değerlendirmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2008, s.69

⁸²⁵ Murat Koç ve Onur Başar Özbozkurt, “Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme”, **İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi**, Cilt.2, Sayı.3, 2014, s.87

⁸²⁶ Eyüp Serdar Gökpınar, s.57

⁸²⁷ Hüsnü Kapu ve Faruk Baştürk, “Yaratıcılık Tekniklerinin İşletme Eğitimindeki Yeri ve Önemi”, **Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.8, Sayı.16, 2009, s.524; İlder Akat, Gönül Budak ve Gülay Budak, **İşletme Yönetimi**, 4.Baskı, İzmir: Barış Yayınları, 2002, s.369

⁸²⁸ Serkan Keleşoğlu, Öğretmen Eğitiminde Yaratıcı Düşünme ve İnovasyon Eğitim Programının Tasarımı, Denenmesi ve Değerlendirilmesi, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017, s.51

⁸²⁹ Julian Birkinshaw, Gary Hamel ve Michael J. Mol, “Management Innovation”, **The Academy of Management Review**, Vol.33, No.4, 2008, pp.825-845

hizmetlere dönüştürülerek pazarla buluşturulmasıdır. Yaratıcılık; belirli bir görev alanında kullanışlı ve yeni fikirler üretmekten inovasyon yaratıcı düşüncelerin başarılı uygulamalarıdır. Yeniliğin tohumu olarak yaratıcılık genellikle bireyselken, inovasyon daha çok bir ekip çalışmasıdır⁸³⁰.

Yenilikler yaratıcı süreçlerin bir sonucudur. Yeniliklerin ortaya çıkması için yaratıcı faaliyetlerin (verimliliği ve etkinliği artıran fikirlerin) gerçekleştirilmesi gerekir. Bu bağlamda işin fikir üretme ve teorik tarafını yaratıcılık ifade ederken inovasyon uygulama tarafını ifade etmektedir. İşletme yöneticileri yaratıcılığa, işletmelerde yeniliğe yol açtığı için önem verirler; yaratıcılık inovasyona, yeni ürünlerin üretilmesine, yeni işletmelerin kurulmasına ve rekabet üstünlüğü yol açarak faaliyetlerini daha güçlü sürdürmelerine olanak sağlar⁸³¹.

Yaratıcı birey ve örgütler, yeni fikirler üretebilmenin yanı sıra, mevcut fikirleri birleştirme, değiştirebilme ve sentezleyebilme yeteneğine sahiptir. Verili doğruları olduğu gibi kabul etmeyen, ezbercilik ve sabit fikirlerden uzak duran yaratıcı insanlar sermaye sorunları ve finansal güçlüklerle rağmen işletme kurabilirler. Örgütler açısından yalnızca girişimci ve yöneticiler değil, çalışanların da uygulanabilir yaratıcılık sürecinin inovasyonla devam etmesi için gösterdikleri çabalarla örgütsel etkinliğe katkı gerçekleştirir⁸³². Bu açıdan bir işletmenin ürün yeniliklerine adanmışlığını gösteren yenilikçilik birey kadar işletmenin de yetkinliği olabilmektedir⁸³³. Samur, yenilikçi davranışların, kurumsal girişimciliğin firma performansına etkilerini ne yönde değiştirebildiğini analiz etmeyi amaçlayan çalışmasında, yönetim desteği ve inovasyon performansına bağlı olarak yürütülen etkin ödül sisteminin, çalışanların erdemiyle birleştiğinde, yenilikçi davranışlara yol açtığı sonucuna ulaşmıştır⁸³⁴.

⁸³⁰ Teresa M. Amabile, Regina Conti, Heather Coon, Jeffrey Lazenby ve Michael Herron, "Assessing the Work Environment for Creativity", **The Academy of Management Journal**, Vol.39, No.5, October 1996, p.1155; Yılmaz Ürper, "Girişimcilikte Yaratıcılık", **Girişimcilik**, Yavuz Odabaşı (ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004, s.43; Michael E Gerber, **Girişimcilik Tutkusu: Küçük İşletmeler Niçin Batar, Nasıl Büyür?**, 5.Baskı, Tayfur Keskin (çev.), İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2011, s.124

⁸³¹ Stephen Ko ve John E. Butler, "Creativity: A Key Link to Entrepreneurial Behavior", **Business Horizons**, Vol.50, No.5, September 2007, p.365; Cem Cüneyt Aslantaş, "Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilikçilik", **Yönetim Dergisi**, Yıl.12, Sayı.38, Ocak 2001, s.19; Serkan Keleşoğlu, s.51

⁸³² Dana A. Lupşa-Tătaru, "Entrepreneurship and Creativity. A Comparative Study", **Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences**, Vol.7 (56), No.2, 2014, p.139; M. Şerif Şimşek ve Adnan Çelik, **Yönetim ve Organizasyon**, Konya: Eğitim Kitabevi, 2010, s.320

⁸³³ Ahmet Murat Fiş ve S. Arzu Wasti, "Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi", **ODTÜ Gelişme Dergisi**, Cilt 35, Muhan Soysal Özel Sayısı, 2009, s.131

⁸³⁴ Seray Begüm Samur, The Mediating Role Of Innovative Work Behaviors Between Intrapreneurial Climate and Organizational Innovativeness: An Empirical Study, **Master Of Business Administration Thesis**, Yaşar University Graduate School Of Social Sciences, İzmir, 2011, s.68-72

Bir tür yaratıcılık olarak girişimcilik, kurulan yeni işletme aracılığıyla fayda üretir. Girişimcilik ve yaratıcılık birbirini tamamlayan bir yapıya sahiptir. Yaratıcı fikirlerin gerçekleştirilmesi için girişimciliğe, girişimlerin başarılı olabilmesi için yaratıcılığa ihtiyaç duyulur. Piyasa ekonomisinin gelişmesi ve ekonomik büyümenin sağlanmasında kilit faktör olan dinamik girişimcilerin yaratıcı düşünceleri inovasyona dönüştürmeleri ve risk alarak bunları pazarla buluşturmaları gerekmektedir. Böylece inovasyon firmaya kâr olarak geri döner ve girişimci ticari bir başarıya imza atar⁸³⁵.

2.4.2. Girişimcilik, Yaratıcılık ve İnovasyon İlişkisi

Girişimcilikle yenilikçi davranış daha uzun süre bir arada anılsa da son yıllarda yaratıcılık da literatürde oldukça geniş yer bulmaya ve yaratıcı bireylerin girişimci olma eğilimlerinin daha yüksek olduğu yönünde giderek güçlenen bir inanç oluşmaya başlamıştır. Kar elde etmek amacıyla yenilikçi bir ürün ya da iş modeli kurmak için emeğini, vaktini ve sermayesini riske atan girişimciler, yaratıcılık ve inovasyon olgularına değer vermektedirler. Değişim ve riske eğilimli, ileri görüşlü, proaktif, kendine özgü, esnek, yetenekleri ve hayal gücü yüksek olan kişiler yenilikçi girişimcilerdir. Mevcut olan bir hizmetin, yeni bir fikir veya buluşun; tasarım, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirilerek pazara tekrar sunulması, **yenilikçi girişimcilik** olarak ifade edilmektedir⁸³⁶.

Amabile yaratıcılığı, yeniliğin ilk adımı olarak ifade etmekte ve “işletmelerin uzun dönemdeki başarısı için hayati bir olgu olduğunu” belirtmektedir⁸³⁷. Ürün yeniliği ve teknolojik liderliğe doğru eğilimin sıklığı ve büyüklüğü olarak da ifade edilen yenilikçilik, örgütün bir işlevi olup girişimci yönelim tarafından yönlendirilmektedir. AB Komisyonu 2008 Raporuna göre girişimcilik kavramı, hedeflere ulaşmada projeleri planlama ve yönetme yeteneğinin yanı sıra, yaratıcılık, yenilik ve risk almayı da kapsar⁸³⁸. Buna paralel pek çok kaynakta kurumsal girişimciliğin toplam bileşenleri, risk alma, pro-aktivite ve saldırgan rekabetçiliğin yanı sıra, inovasyon olarak da

⁸³⁵ Sam Youl Lee, Richard Florida ve Zoltan Acs, “Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation”, **Regional Studies**, Vol.38, No.8, 2004, p.882; Rona Turanlı ve Ercan Sarıdoğan, **Bilim Teknoloji İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum**, İstanbul: İTO Yayınları, 2010, s.43

⁸³⁶ Yusuf Kurt, “İşletme ve Ekonominin Dinamikleri”, **İşletme 4B**, O.C. Ferrell, Geoffrey A. Hirt, Linda Ferrell, Ulaş Akküşük (çev.), Ankara: McGraw Hill-Nobel, 2017, s.17; Seyfi Top, **Girişimcilik Keşif Süreci**, İstanbul: Beta, 2006, Orhan Küçük, a.g.e., s.46

⁸³⁷ Teresa M. Amabile, “Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love And Loving What You Do”, **California Management Review**, Vol.40, No.1, 1997, p.40

⁸³⁸ **European Commission**, “Entrepreneurship in Higher Education, Especially Within Non-Business Studies”, Final Report of the Expert Group, Directorate-General for Enterprise and Industry, 2008, s.10; Gültekin Altuntaş ve Dilek Dönmez, s.54

açıklanmaktadır⁸³⁹. İnovasyon eğilimi kurumsal girişimciliğin en önemli, hatta olmazsa olmaz ögesidir. Özellikle hızlı büyüyen işletmelerin yenilikçi girişimcilere sahip olması ve beklenmeyen durumlardaki problemleri çözebilme yeteneğiyle ilgisi açısından yenilikçilik, girişimcilik açısından önemli bir özelliktir⁸⁴⁰.

Fransız iktisatçı J.B. Say, 1800’lerde girişimciyi, “ekonomik kaynakları düşük verimliğe sahip alanlardan, daha geniş ve daha yüksek verimliliğe sahip alanlara kaydıran kişi” olarak tanımlar. Say gibi girişimcinin inovatif yönüne vurgu yapan diğer yazarlar arasında, Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Weber sayılabilir⁸⁴¹. Say’ın düşünce sistemine göre girişimci, düşünce sistemini sarsan, bozan kimseydi. Girişimcilik eğilimi, “şirketin yeni ürünlerle, hizmetlerle ya da teknolojik süreçlerle sonuçlanabilecek yeni fikirler üretme, yenilik, deney ve yaratıcı süreç ya da araştırma ve geliştirme faaliyetlerine katılma eğilimi” olarak da tanımlanmaktadır⁸⁴². Joseph Schumpeter’in formüle ettiği gibi, girişimcinin görevi, yaratıcı yıkımdır⁸⁴³.

20. yüzyılın önemli iktisatçılarından olan Schumpeter⁸⁴⁴, *The Theory of Economic Development*⁸⁴⁵, *Capitalism, Socialism and Democracy*⁸⁴⁶ ve *Business Cycles*⁸⁴⁷ adlı çalışmaları ile “ekonomik sistemin dinamik mekanizmasını” ortaya koymaya çalışmış ve bunu yaparken de “girişimciye ve girişimci aracılığı ile de

⁸³⁹ Dennis P. Slevin ve Jeffrey G. Covin, “Juggling Entrepreneurial Style and Organization Structure: How to Get Your Act Together,” *Sloan Management Review*, Vol.31, No.2, 1990, p.43; G. T. Lumpkin ve Gregory G. Dess, “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance,” *Academy of Management Review*, Vol.21, No.1, 1996, p.137; Hilton Barrett ve Art Weinstein, “The Effect of Market Orientation and Organizational Flexibility on Corporate Entrepreneurship,” *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Fall 1998, p.59; Shaker A Zahra and Donald O Neubaum, “Environmental Adversity and the Entrepreneurial Activities of New Ventures,” *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol.3, No.2, Fall 1998, p.123-124; Bruce R. Barringer ve Allen C. Bluedorn, “The Relationship between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management,” *Strategic Management Journal*, Vol.20, 1999, p.422; Johan Wiklund, “The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship,” *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol.24, No:1, Fall 1999, p.38

⁸⁴⁰ Çağrı Bulut, Ahmet Murat Fiş, Bora Aktan, Senem Yılmaz, “Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma”, *Journal of Yaşar University*, Vol.3, No.10, 2008, s.1402; Ayşe İrmış ve Lutfiye Özdemir, “Girişimcilik ve Yenilik İlişkisi”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt.9, Sayı.1, 2011, s.139

⁸⁴¹ Sven Ripsas, “Towards An Interdisciplinary Theory Of Entrepreneurship”, *Small Business Economics*, Vol.10, 1998, p.106; Albert N. Link ve Donald S. Siegel, *Innovation, Entrepreneurship, And Technological Change*, Oxford: Oxford University Press, 2007, s.26

⁸⁴² Dilşad Tekin, Tekno-Girişimlerde Girişimci Pazarlama, Girişimcilik Eğilimi ve İşletme Performansı İlişkisi, *Doktora Tezi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2018, s.12

⁸⁴³ Peter F. Drucker, *Innovation and Entrepreneurship*, 17.Edition, Harpercollins: New York, 2009, s.21, 26

⁸⁴⁴ Schumpeter inovasyonla girişimciliği en başarılı şekilde birbirine bağlayan iktisatçı olarak kabul edilir. Bkz: Lai, Kim Piew Lai, Robert Jeyakumar Nathan, Khong Sin Tan, ve Boon Bun Chan, “Effect of Innovation to the Success of Female Entrepreneurs”, *Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprises*, IBIMA Publishing, Vol.2010, 2010, p.3

⁸⁴⁵ Joseph A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard University Press, 1934

⁸⁴⁶ Joseph A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism, and Democracy*, Third Edition, New York: Harper and Brothers Publishers, 1950

⁸⁴⁷ Joseph A. Schumpeter, *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis or the Capitalist Process*. New York: McGraw Hill Book Company, 1939

inovasyona” ayrı bir önem atfetmiştir⁸⁴⁸. Schumpeter, yeni kurmaya çalıştığı iktisadi kalkınma teorisinde, yeni kombinasyonların yapılmasına “**girişim**”, onun fonksiyonunu yapacak bireye ise “**girişimci**” adını vermiştir. İnovasyon ise “*üretimin yeni metotlar ile yapılması, yeni mallar, organizasyonların yeni bir form kazanması, yeni arz kaynakları, yeni ticari yollar ve yeni piyasalar*” olarak tanımlanmaktadır⁸⁴⁹.

Schumpeter girişimcilik tanımına inovasyonu gerçekleştiren anlamı yüklediği için sürekli bir statü olarak değil, yenilik yaptığı sürece kapsamı içerisinde kalınabilen bir kavram olarak değerlendirmektedir. Bu girişimcilerin yalnızca belli bir gelişme seviyesine ulaşıldığında çalışabilme ve insanları değişime ve gelişmeye hazırlama gibi özellikleri vardır. Girişimciler, yeni ürünler yaratarak veya eski ürünleri yeni bir şekilde bir araya getirerek refahın artmasına yardımcı olurlar. Bunu yaparken geçici tekeller kurarlar. Schumpeter buna yaratıcı yıkım demektedir.

Yaratıcı yıkım, yeni ve daha iyi ürünleri üreten firmaların eski ürünleri ve onları üreten firmaları tasfiye etmesi, bu yolla yeni teknolojilerin üretim sürecine dâhil edilmesi ve yaygınlaştırılmasıdır⁸⁵⁰. Girişimcilik, kurumlar ve eğitim ağının yardımıyla, bireysel, örgütsel, çevresel ve süreç boyutlarıyla inovasyon ve yeni bir teşebbüs sürecidir⁸⁵¹ ve yaratıcı ekonomileri oluşturur.

Yaratıcı ekonomi, en basit tanımıyla yaratıcı şehirlerde ve sektörlerde, yaratıcı sınıf aracılığıyla kültürel ve yaratıcı ürünler üreten ve dolaşımı, dağıtımı ve tüketimiyle bir bütün olan, kalkınma sağlayan bir ekonomidir. Farklılıkları açısından, sanayi kümeleri her sektörü içinde barındırabilirken; **yaratıcı endüstri kümeleri** özellikle moda, mimarlık, tasarım, medya, müzik, televizyon, film, animasyon, reklam, sahne ve performans sanatlarına yönelik sektörel birimlerden oluşur. Bu birimler yaratıcı şehirlerde ilişki kurmalarını kolaylaştıracak şekilde konumlandıklarında, işletmeler faaliyet çevrimleri kapsamında birbirini tamamlayan hizmetlerin avantajlarından yararlanırlar⁸⁵². Girişimcilik ve yenilikçilik seviyesi yüksek coğrafi bölgeler, sistem

⁸⁴⁸ Perihan Hazel Er, “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.29, 2013, s.76

⁸⁴⁹ Endüstrinin yeniden yapılandırılması da bu kapsamda değerlendirilmektedir: Joseph A. Schumpeter, 1934, p.68

⁸⁵⁰ Joseph A. Schumpeter, 1950, s.82-85

⁸⁵¹ Seyfi Top, s.12-14; İbrahim Aksel, s.13

⁸⁵² Peter Hall, “Creative Cities and Economic Development”, **Urban Studies**, Vol.37 No.4, 2000, pp.639-649; David Emanuel Andersson, Ake E. Anderson ve Charlotta Mellander, **Handbook of Creative Cities**, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Ltd., 2011; Allen J. Scott, **The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries**, London: SAGE, 2000; Andy C. Pratt, “Creative Cities: The Cultural Industries And The Creative Class”, **Geografiska Annaler: Series B- Human Geography**, Vol.90, No.2, 2008, pp.107-117; Andy C.

farklılıkları ve entelektüel sermayeye sahip olma ve çekebilme avantajıyla uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğü elde ederek ekonomik başarılarını artırabilirler⁸⁵³.

Temelini yaratıcı yetiye sahip bireylerden oluşturan yaratıcı endüstriler, tüm ülkelerde istihdamı, toplumsal bütünlüğü ve ekonomik büyümeyi canlandırmak için önemli bir araç olarak görülmektedir. Bu yaratıcı endüstriler, kültür, yaratıcılık, teknoloji ve ekonomi arasında etkileşim kurmakta böylece ihracat gelirlerini ve istihdamı artırarak, toplum ve insan gelişimine fayda sağlamaktadır. Bu endüstrilerin gelişmesi ile yaratıcı sınıf olarak nitelendirilen yaratıcı iş gücünü ortaya çıkarmıştır⁸⁵⁴.

Yaratıcı girişimcilik, inovatif pazarlama temellerini dikkate alarak, önceden tasarlanmamış ve pazarlanmamış ürünlerin fiyat-kalite farklılaşmalarını öngörmek ve olanakları analiz edip yatırıma dönüştürmek anlamına gelmektedir⁸⁵⁵. Davranış bilimciler tarafından mucit olarak sınıflandırılan bu tür girişimciler, araştırmaya ilgileri, yeterlilikleri ve yenilikçilikleri sayesinde yeni ürünleri icat etmeleriyle ön plandadırlar⁸⁵⁶. Yaratıcı girişimciler, başarılı olabilmek için şirket bütçelerinden büyük bir payı bilgi teknolojilerine ayırmakta ve piyasa araştırmalarının değeriyle müşteri geri bildirimleri üzerine odaklanmaktadır⁸⁵⁷. Bu bağlamda, AB, rekabetin kilit unsurları olarak inovasyon ve girişimciliği desteklemekte ve girişimcilik becerilerinin pekiştirilmesiyle Avrupa'da girişimci ruhun geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Rekabet ve ekonomik büyümenin önemli bir belirleyicisi olarak, inovasyon ve girişimcilik modern ekonomilerde yer alan birçok sanayi için önemli konulardır⁸⁵⁸.

Girişimciler artan rekabet ortamında başarılı olmak ve kâr elde etmek istiyorlarsa yenilikçi olmak (yaptıkları işi her zaman yeni bir tarz ve yeni bir yöntemle yapmanın yollarını araştırmak), yenilikçi olabilmek için de yaratıcı olmak, mükemmeli aramak durumundadırlar. Girişimciler, gerektiğinde radikal kararlar alabilme ve gerekli değişimleri hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmek için de yaratıcı ve yenilikçi olmalıdır.

Pratt, "Creative Cities: Tensions Within And Between Social, Cultural and Economic Development", **City, Culture and Society**, Vol.1, No.1, 2010, pp.13-20

⁸⁵³ Cristina I. Fernandes, João J. M. Ferreira, Carla Marques, "Innovation Management Capabilities in Rural and Urban Knowledge Intensive Business Services", **Service Business**, Vol.9, No.2, 2013, pp.233-256

⁸⁵⁴ Richard Florida, **Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor: Yetenek İçin Küresel Rekabet**, Zeynep Kökkaya Chalar (çev.), İstanbul: MediaCat Kitapları, 2011, s.64-72; Nuran Akşit Aşık, "Yaratıcı (Kreatif) Turizm (Creative Tourism)", **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.7, Sayı.31, 2014, s.787-788

⁸⁵⁵ Erol Tekin, **Girişimcilik ve Sosyal Sermaye**, Konya: Eğitim Yayınevi, 2014, s.4

⁸⁵⁶ Adriana Bujor ve Silvia Avasilcai, "The Creative Entrepreneur: a Framework of Analysis", **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, Vol.221, 2016, pp.21-28; Karina Loera Barcenas, **The Creative Entrepreneur Leading Innovation**, Buffalo States: International Center for Studies in Creativity, 2016

⁸⁵⁷ Darrell M. West ve Jenny Lu, **Comparing Technology Innovation in the Private and Public Sectors**, Washington, DC: Governance Studies at Brookings Institution, 2009, p.2

⁸⁵⁸ Merve Ürkmeven, **Drivers and Incentives of Innovation and Entrepreneurship In EU**, **Master Thesis**, Yaşar University Institute of Social Sciences, İzmir, 2013, s.59

Yaratıcılık ve yenilikçilik girişimcilik söz konusu olduğu bir bütünün iki ayrı parçası gibidir ve girişimcilerin en önemli özellikleridir. Yapılan araştırmalar, girişimcilerin girişimci olmayanlardan daha yaratıcı ve yenilikçi olduğunu göstermektedir. Yaratıcı düşüncelerin beyinde (bir kıvılcım çakması ve üzerinde düşündükçe yeni fikirlerin) oluşmasıyla yenilikçilik ortaya çıkmaya başlar. Girişimci bireylerde yaratıcılık ve yenilikçilik potansiyeli ne kadar yüksekse başarılı olma ihtimali o kadar artar. Girişimcilik ve yaratıcılık ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların önemli bir kısmı aralarında pozitif bir ilişkinin olduğunu ve girişimcilik eğiliminde yaratıcılığın da mutlaka incelenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Hatta girişimcilik yaratıcılığın bir formu olarak kabul edilmeli ve girişimci yaratıcılık olarak adlandırılmalıdır çünkü yeni işletmeler de özgün ve faydalıdır. Yaratıcılık, yeni fırsatların görülmesine, yeni işletmelerin yeni endüstrilerin kurulmasına neden olduğu için girişimsel davranış açısından çok önemli bir unsur olarak ele alınır. ABD’de 2000’li yılların başlarında yeni işlerde meydana gelen artışın kaynağı, yaratıcı girişimsel davranışlardaki artışa da bağlanmaktadır⁸⁵⁹.

Yapılan farklı tanımlama ve çalışmalardan yola çıkılarak girişimcilik faaliyetlerinin temel amacının yeni bir şey yapmak veya var olan şeyleri yeni yöntemler kullanarak ortaya çıkarmak olduğu ifade edilebilir⁸⁶⁰. Öcal, stratejilerin girişimciliği, girişimciliğin ise inovasyon ve kaliteyi önceleyerek stratejik planda bütünleşik değer olarak yönetilmesi gerektiğinin altını çizer⁸⁶¹. Etem, girişimcilik ve inovasyon ilişkisini, iş ekosistemleri⁸⁶²; Eynür ise modern üniversite kavramı, teknoloji transfer süreci, üniversite-sanayi ilişkileri ve işbirlikleri bağlamında ayrıntılı olarak incelemektedir⁸⁶³. Bu bakış açısıyla fırsatların pazarlanabilir fikirlere dönüştürülme süreci olarak inovasyonun baş rolü, hayata geçirilmesinde en önemli katkıyı sağlayan girişimcidir⁸⁶⁴.

⁸⁵⁹ Jacqueline J. Schmidt, John C. Soper ve Tina M. Facca, “Creativity in the Entrepreneurship Classroom”, **Journal of Entrepreneurship Education**, No.15, 2012, p.124; Stephen Ko ve John E. Butler, p.365-366; Hian Chye Koh, “Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics”, **Journal of Managerial Psychology**, Vol.11, No.3, p.16; Atılhan Naktiyok, **İç Girişimcilik**, İstanbul: Beta, 2004, s.167-169

⁸⁶⁰ Helge Berglann, Espen Moen, Knut Røed and Jens Fredrik Skogstrøm, Entrepreneurship: Origins and Returns, **Labour Economics**, Vol.18, No.2, 2011, p.182

⁸⁶¹ Hayri Öcal, Üniversite Stratejik Planlarının İnovasyon, Kalite, Girişimcilik ve Toplumsal Hizmet Değişkenleri Açısından İncelenmesi ve Bir Model Önerisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2018, s.61

⁸⁶² Hatice Etem, Innovation & Entrepreneurship in Business Ecosystems: A Study on the Need for a Paradigm Shift in Turkey, **Master of Business Administration**, Yeditepe University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2015, s.149-150

⁸⁶³ Gökem Eynür, Non-Zero-Sum Oriented University-Industry Convergence: The Case Of EIP (A Platform For Entrepreneurship and Innovation), Yeditepe University Institute of Social Sciences, **Master of Business Administration**, İstanbul, 2014, s.89-90

⁸⁶⁴ Peter F. Drucker, “The Discipline of Innovation”, **Harvard Business Review**, Vol.80, No.8, 2002, pp.95-103

Pazarlama mevcut kaynakların yeni fırsatlar için daha iyi bir şekilde kullanılmasına yönelikken, girişimcilik bunun yanında, yeni ve dış kaynaklarla yeni fırsatların yakalanmasına yöneliktir. Bu bağlamda, girişimcilik, yenilikçilik ve yaratıcılık kavramları birbirlerini tamamlayıcı niteliğe sahiptir. Yaratıcı kişilerin girişimci olması ve yenilikçi girişimcilerin yaratıcı olması sebebiyle, bu üç kavramın birbirinden ayrı düşünülmesi mümkün olmamaktadır⁸⁶⁵. Girişimcinin yenilikçi olma ve yenilikleri takip etmedeki başarısı; girişimlerin hızlı ve istikrarlı bir şekilde büyümelerine olanak sağlamaktadır⁸⁶⁶.

2.4.3. Girişimcilik, Yaratıcılık ve İnovasyon İlişkisini Ele Alan Araştırmalar

Shalley ve diğerleri tarafından, 2004 yılında gerçekleştirilen çalışmada, işyerinde çalışan yaratıcılığını artıran veya boğan kişisel ve bağlamsal özellikler incelenmekte ve yaratıcı çalışanların, örgütsel ürün, uygulamalar ya da süreçlerle ilgili yeni ve faydalı düşünceler ürettikleri ileri sürülmektedir⁸⁶⁷. Aynı yıl, kişinin kendi standart ve hedeflerine uyum sağlama sürecini irdeleyen düzenleyici odaklanma teorisinin, yükselme ve korunma odaklarına dayanarak girişimcilik sürecini ele alan Brockner ve diğerlerine göre, “yaratıcılık sadece çoklu alternatifleri üretmeyi ve değişime açık olmayı içermez, aynı zamanda görünmeyen olanakları ve inovasyon kullanımını ortaya çıkarmayı” da gerekli kılar. Ayrıca, girişimcilik sürecinin belirli yönleri için (örneğin, başarılı olma potansiyeline sahip fikirler üretmek), daha fazla yükselme odağı gerekliken, diğer yönleri için (örneğin, fikirleri tararken seçici olunması), daha fazla korunma odağı gerekir⁸⁶⁸. Topaloğlu’nun 2006 yılında, Denizli ve Bursa illerindeki girişimci (70) ve yöneticilerden (90) oluşan 160 kişilik bir grupta gerçekleştirdiği anket araştırmasında, örneklem tarafından ideal bir girişimcinin en önemli özellik ve nitelikleri,

⁸⁶⁵ Akın Koçak ve Alper Özer, “Küçük İşletmeler Pazarlamanın Neresinde? Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama”, **Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, Cilt.4, No.14, ss.14-26, s.18-19; İlter Akat, Gönül Budak ve Gülay Budak, **İşletme Yönetimi**, 4. Baskı, İzmir: Barış Yayınları, 2002, s.369

⁸⁶⁶ Mary Coulter, **Entrepreneurship In Action**, New York: Pearson Education, 2000

⁸⁶⁷ Christina E. Shalley, Jing Zhou and Greg R. Oldham, pp.933-958

⁸⁶⁸ Joel Brockner, E. Tory Higgins ve Murray B. Low, “Regulatory Focus Theory And The Entrepreneurial Process”, **Journal Of Business Venturing**, Vol.19, No.2, 2004, pp.203-220. Yine aynı yıl Thomas, benzer şekilde, yaratıcı sürecin dört temel aşamasının (hazırlık, kuluçka, aydınlanma ve gerçekleştirme) her birinin usulüne uygun gerçekleşmesinin gerekli olduğunu ileri sürmektedir. Bkz: Neil Thomas, “Creativity and Innovation”, **The John Adair Handbook of Management and Leadership**, Neil Thomas (ed.), London: Thorogood, 2004, pp.58-77, p.61

deneyim/meslek bilgisi, özgüven, azim, risk ve sorumluluk almanın yanı sıra, yaratıcılık ve yenilikçilik olarak belirtilmiştir⁸⁶⁹.

Avşar tarafından 2007 yılında Çukurova Üniversitesi'nde farklı fakültelerde okuyan 265 öğrenciyle gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları, girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyon arasında güçlü bir ilişkiye işaret etmektedir. Girişimcilik eğilimi, girişimci kişilik özellikleri ve demografik bilgileri içeren anketle toplanan verilerden elde edilen bulgulara göre, yaratıcılık eğiliminde en yüksek ortalamalara sahip İİBF ve Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin, aynı zamanda yenilikçilik eğiliminde de en yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmektedir⁸⁷⁰. Yine Cansız tarafından 2007 yılında Süleyman Demirel Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin (400 kişi) girişimcilik özellikleri ve eğilimlerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen araştırmanın (anket) sonuçlarına göre, "bireylerin girişimci olma isteği, yetenek ve yaratıcılığıyla ilgiliyken, fırsatlara bakış açılarıysa işin başlangıcında gerekli olan sermaye miktarıyla" ilgilidir. Yaratıcı ve yeniliklere açık bir girişimcinin özellikleri birçok faktöre (kültürel yapı, kişilik özelliklerinden gelen davranış biçimleri, kontrol odağı) bağlı olarak değişebilmektedir⁸⁷¹.

Duran ve Saraçoğlu tarafından 2009 yılında gerçekleştirilen çalışmada, yaratıcılık ve inovasyon kavramları ve aralarındaki ilişki incelenerek, yenilikçi ve yaratıcı bireylerin kişilik ve düşünce yapılarını karşılaştırmalı olarak değerlendirmek ve inovasyon sürecinin en etkin biçimde nasıl kullanılabileceğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Sonuçlara göre, "yaratıcı ve yenilikçi bireylerin çoğu özelliklerinin birbirine benzediği, ancak yenilikçi bireylerde yaratıcı bireylerden daha fazla sorumluluk ve inisiyatif alma ve dışa dönüklük gibi farklı nitelikler olduğu" görülmüştür. Ayrıca, "yaratıcı bireylerin daha fazla belirsizliğe karşı tolerans gösterme, entelektüel özerklik ve bireysellik gibi özelliklerinin yenilikçi bireylerden farklı olduğu" belirtilmiştir. Buna ek olarak, yenilikçi bireylerde "dikey (derinlemesine) düşünce yeteneği, yaratıcı bireylerde ise yatay düşünce yapısı görüldüğü" üzerinde durulmuştur⁸⁷². Aynı yıl, Gümüşlüoğlu ve İlsev'in, dönüşümcü liderliğin örgütsel inovasyon üzerindeki etkisini araştırmayı ve bağlamsal koşullar olarak inovasyon için iç ve dış desteğin bu etkiyi etkileyip etkilemediğini tespit etmeyi amaçlayan araştırmalarında (bu hipotezleri test etmek için 163 arge çalışanı ve 43 mikro ve küçük ölçekli Türk girişimci yazılım geliştirme şirketinin

⁸⁶⁹ Tayfun Topaloğlu, Girişimcinin Motivasyonel ve Bilişsel Kişilik Özellikleri, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006

⁸⁷⁰ Mustafa Avşar, s.55-56, 59

⁸⁷¹ Emine Cansız, s.93

⁸⁷² Cengiz Duran ve Metin Saraçoğlu, ss.57-71

yöneticilerinden iki ayrı anketle veriler toplanmıştır), çalışanların yaratıcılıklarının organizasyonel yeniliği pozitif etkilediği ileri sürülmektedir⁸⁷³.

Akın tarafından 2010 yılında Kayseri’de faaliyet gösteren büyük ölçekli bir imalat işletmesinde (500 çalışan) gerçekleştirilen araştırmada, “bireyin yaratıcı kişilik özelliklerinin, algılanan yaratıcı iklim ve çalışanı güçlendirme algılamasının örgüt düzeyinde yaratıcı çıktılarla (inovasyon performansı) ilişkileri” değerlendirilmiştir. Değerlendirmeye alınan 203 formdan elde edilen sonuçlara göre, yaratıcı kişilik özellikleri, güçlendirme ve yaratıcı iklimle inovasyon performansı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu vurgulanmıştır⁸⁷⁴.

Bissola ve Imperatori tarafından 2011 yılında gerçekleştirilen ve örgütlerde ortak yaratıcı projeler ile takım yaratıcılığının tasarımı üzerinde duran ve 6 odak grupta 48 girişimci/yöneticiyi içeren araştırmadan elde edilen bulgular; “yaratıcılığın sadece dehayla ilgili olmadığını ve yaratıcılık için tasarımın doğrusal korelasyon dışında, ortak bir yaratıcılık performansı üretmek için her biri diğeri ile etkileşim içinde olan, bireyin yaratıcı becerileri, takım dinamikleri ve örgütsel çözümler gibi faktörlere dayanan bütünleştirici bir yaklaşımı gerektirdiğini” göstermektedir⁸⁷⁵.

2013 yılında Aydın, bireysel yaratıcılığın girişimciliğin özel bir türü olan ekogirişimciliğe olan etkisini, İzmir’in beş ya da daha fazla işletmeye sahip olan merkez ilçelerindeki geri dönüşüm sektöründen 83 anketle incelemiş ve aralarında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır⁸⁷⁶. Karcioğlu ve Kargın tarafından yine 2013 yılında gerçekleştirilen çalışmada, “dönüştürücü liderlik anlayışının yaratıcılığı ve yeniliği nasıl etkilediğini açıklamak” amaçlanmıştır. Çalışma sonucuna göre, “dönüştürücü liderler yaratıcılığı teşvik ederek ve yeniliği destekleyerek rakipleriyle rekabet edebilir ve sektörde sürdürülebilir bir başarı elde edebilirler”⁸⁷⁷. Aynı yıl, Gong ve diğerleri tarafından 19 Kore firmasından 100 arge takımı (485 kişi) üzerinde anketle gerçekleştirilen ve “*çalışanların yaratıcılığının firma performansı ile ne zaman pozitif*

⁸⁷³ Lale Gümüşlüoğlu ve Arzu İlsev, “Transformational Leadership and Organizational Innovation: The Roles of Internal and External Support for Innovation”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.26, No.3, 2009, pp.264-277

⁸⁷⁴ Mahmut Akın, “Personeli Güçlendirme Algılaması, Örgüt İklimi Algılaması ve Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgüt Düzeyinde Yaratıcı Çıktılar Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.1, Sayı.29, 2010, ss.211-238

⁸⁷⁵ Rita Bissola and Barbara Imperatori, “Organizing Individual and Collective Creativity: Flying in the Face of Creativity Cliches”, **Creativity and Innovation Management**, Vol.20, No.2, 2011, pp.77-89.

⁸⁷⁶ Erhan Aydın, The Effect of Individual Creativity on Ecopreneurship, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2013

⁸⁷⁷ Fatih Karcioğlu ve Erdoğan Kaygın, “Dönüştürücü Liderlik Anlayışının Yaratıcılığa ve Yeniliğe Etkisi”, **Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.4, Sayı.5, 2013, ss.99-111.

veya negatif ilişkisi olduğunu inceleyen” araştırmanın bulguları, “risk uyumu yüksek olduğunda yaratıcılığın performans ile negatif ve özümseme kabiliyeti yüksek olduğunda yaratıcılığın performans ile pozitif yönlü ilişkili olduğunu”, küçük firmalarda ise aralarındaki ilişkinin daha pozitif olduğunu belirtmektedir⁸⁷⁸. Yine Doğan’ın seçilmiş üniversitelerde 1000’den fazla öğrenciyle gerçekleştirdiği 2013 yılı anket araştırması, risk alma ve yaratıcılık, duygusallık ve hayalcilik, inovasyon yaratma gibi faktörlerin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır⁸⁷⁹.

Mutlu’nun, girişimcilik, yaratıcılık, tasarım ve inovasyon kavramlarını odağına aldığı 2014 yılındaki çalışması kapsamında yenilikçi bir yerli girişim örneği olarak Tinkfabrik analiz edilmiş (örnek olay) ve desteklemek amacıyla dokuz farklı tasarım kökenli girişimci ile yapılan görüşme bulguları eklenmiştir. Sonuçlara göre yaratıcılık kavramı bütün girişimcilik aktivitelerinde, sadece bir adım gibi değil, aynı zamanda bir araç gibi işlev görmektedir. Yaratıcılık, girişimcilik alanında finansman ve problem çözme gibi konularda yardımcı olurken, inovasyon alanında ürünü ya da hizmeti tasarlarken alternatif çözümler aramanın ötesinde yine, sınırlı olanaklar ve kaynak arama konularında çok boyutlu destek veren bir fikir alanı olmuştur⁸⁸⁰.

Edwards-Schachter ve diğerleri, 2015 yılında, yaratıcılığın, inovasyonun ve girişimciliğin (CIE) bir meta-yeterlilik olarak gelişimini açıklamak için Sosyal Bilişsel Teori ve Sosyal Yapılandırmacılığın yeterliliği üzerine tartışmalar sunmakta ve bu çerçevede, İspanya ve ABD’deki (iki farklı sosyo-kültürel bağlamdaki) mühendislik öğrencilerinin, CIE ilişkilerini nasıl algıladıklarını ve eğitim sistemi tarafından geliştirildiklerine ne ölçüde inandıklarını araştırmak için çalışma alanına ön ampirik bir yaklaşım benimsemektedir. Ampirik bulgular, öğrencilerin çoğunun kendilerini yaratıcı insanlar olarak gördüğünü ve yaratıcılığın inovasyon ve girişimcilikle yakından ilişkili olduğunu, girişimcilerin yetkinlikleri arasında yaratıcılığın önemli bir yeri olduğunu düşündüklerini göstermektedir⁸⁸¹. Yine Kanbur’un 2015 yılında Amasya ili Merzifon ilçesinde 842 çalışanı olan Silverline AŞ’deki 384 kişi üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, “bireysel yaratıcılık, iç girişimcilik ve boyutları ile algılanan örgütsel destek

⁸⁷⁸ Yaping Gong, Tae-Yeol Kim, Deog-Ro Lee ve Jing Zhu, “Multilevel Model of Team Goal Orientation, Information Exchange, and Creativity”, **Academy of Management Journal**, Vol.56, No.3, 2013, pp.827-851

⁸⁷⁹ Nilhun Doğan, s.223

⁸⁸⁰ Uğur Mutlu, Tasarımcı Girişimcilerin Yenilikçi İş Modelleri Oluşturma Süreçleri Üzerine Bir Çalışma, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

⁸⁸¹ Mónica Edwards-Schachter, Ana García-Granero, Mabel Sánchez-Barrioluengo, Henry Quesada-Pineda ve Nabil Amara, “Disentangling Competences: Interrelationships on Creativity, Innovation and Entrepreneurship”, **Thinking Skills and Creativity**, Vol.16, June 2015, pp.27-39

arasında gerçekleştirilen korelasyon analizinden elde edilen bulgular, bu boyutlar arasında pozitif yönde ve anlamlı korelasyonlar olduğunu” göstermektedir⁸⁸². Aynı yıl Çetin’in Ankara Altındağ’da Seymenler Ortaokulu 6. sınıf öğrencileri üzerinde anketle (öğrenme stilleri ve girişimcilik özellikleri) gerçekleştirdiği araştırma, kinestetik (dokunarak, uygulamalı) öğrenme stiline sahip öğrencilerin girişimciliği oluşturan yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, kişiler arası ilişki boyutlarında başarılı oldukları sonucuna ulaşmıştır⁸⁸³.

Çekmecelioğlu ve Özbağın 2016 yılındaki çalışması, bireysel yaratıcılığı ve firma inovasyonunu öngörmede dört psikolojik güçlendirme boyutu (anlam, rekabet, özerklik, yetki) ve inovasyon için destek içeren yapısal bir model önermekte ve test etmektedir. Model, 48 Türk imalat şirketinden 181 yönetici üzerinde test edilmiştir. Sonuçlar, inovasyon desteğinin ve psikolojik güçlendirme boyutlarının dördünün de çalışanların bireysel yaratıcılığı üzerinde önemli etkileri olduğunu ve bunun da firmaların yenilikçiliğini artırdığını göstermektedir⁸⁸⁴. Aynı yıl Altınel tarafından gerçekleştirilen anket (girişimcilik düzeyi 36 soru ve demografik bilgiler) araştırmasında, Batı Akdeniz Bölgesinde (Antalya, Isparta) bulunan, ortaöğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerde (881 kişi) “girişimcilik adına bir potansiyelin varlığı kanıtlanmış ancak bunun ortaya çıkarılması noktasında sıkıntılar olduğu” gözlemlenmiştir. Çalışmada ayrıca girişimcilerin, “etrafındaki fırsatları gören bu fırsatları iş fikrine dönüştüren yenilikçi, yaratıcı, belirsiz durumlarda doğru kararlar verebilen ve liderlik yeteneği gelişmiş bireyler oldukları” ileri sürülmektedir⁸⁸⁵.

Seymen tarafından 2017 yılında, Kars İli ve İlçelerinde faaliyet gösteren kamu ve özel banka şubelerinde (23 şube) görev yapan 159 çalışanla, öğrenen organizasyon ve iç girişimcilik anlayışı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre; iç girişimciler, var olan sorunlara çözüm geliştiren, ileride oluşabilecek ihtiyaçları önceden fark edip buna uygun fikirler üreten (yaratıcılık) ve

⁸⁸² Engin Kanbur, Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performansları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü, **Doktora Tezi**, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat, 2015

⁸⁸³ Burcu Çetin, s.115

⁸⁸⁴ Hülya Gündüz Çekmecelioğlu ve Gönül Kaya Özbağ, “Psychological Empowerment and Support for Innovation in Turkish Manufacturing Industry: Relations with Individual Creativity and Firm Innovativeness”, **Journal of East European Management Studies**, Vol.21, No.1, 2016, pp.10-34

⁸⁸⁵ Mehmet Altınel, Orta Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimcilik Özelliklerinin Analizi: Batı Akdeniz Bölgesi Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2016, s.96

bunları ekonomik değere dönüştürebilen (inovasyon) bireylerdir⁸⁸⁶. Aynı yıl Ceyhan, yerelden başlayıp işlerini uluslararası düzeye taşımış Kahramanmaraş'ın önde gelen girişimci ve iş adamlarıyla gerçekleştirdiği mülakatlar sonucunda, yeni girişimlerin inovasyonun en önemli teşvikçisi olduğu sonucuna ulaşmıştır⁸⁸⁷.

Mülayim tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen araştırmada, Türkiye’de ISO 1000 firmalarının vizyon (700 firma) ve misyon (705 firma) ifadeleri, girişimci kişilik özelliklerine göre incelenerek veri madenciliği (birliktelik analizi) yapılmış, elde edilen veriler, WEKA 3.6.12 sürümü kullanılarak; Apriori, FP-Growth ve Tertius algoritmalarıyla test edilmiştir. Çıkarılan sonuçlara göre, girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyon kavramları arasında çok güçlü bir ilişki bulunmaktadır⁸⁸⁸. Yine Özeroğlu’nun 2018 yılında, İstanbul’un Çatalca ilçesinde girişimcilik eğitimlerine katılmış ve kendi işletmelerinde yönetici olan girişimcilerden anket yöntemiyle topladığı verilerle gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre, girişimcilikte kişisel özellikleri içeren unsurlarla girişimcilerin inovasyon yetenekleri ve bilişim teknolojileri kullanım düzeyleri arasında “yüksek düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki” bulunmaktadır. Dolayısıyla, girişimcilerin yaptıkları inovasyonların, bireysel yaratıcılık gibi kişilik özellikleri ve bilgi teknolojileri kullanım düzeyleri tarafından desteklendiği sonucuna ulaşılabilmektedir⁸⁸⁹. Aynı yıl, Üzenç tarafından İstanbul’da kurumsal firma çalışanları, Türkiye’nin en önemli girişimcilik ekosisteminde yer alan teknoloji firmaları ve start-up’lar üzerinde gerçekleştirilen araştırmadaki 169 anket formu üzerinde gerçekleştirilen analizlerde korelasyon matrisi, yenilikçiliğin, çalışanların girişimciliği faktörüyle güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir⁸⁹⁰. Girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyon ilişkisine dair yapılan tüm bu açıklamalar ve incelenen önceki araştırmalardan sonra girişimcilerin yaratıcı düşünme becerisi düzeyleriyle iş kurma (girişim yapma) oranları arasında olumlu bir ilişki olduğu görülmektedir.

⁸⁸⁶ Sedat Seymen, Öğrenen Organizasyon Algısı ve İç Girişimcilik İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars, 2017

⁸⁸⁷ Fatih Mehmet Ceyhan, s.76

⁸⁸⁸ Nilgün Mülayim, ISO 1000 Firmalarının Vizyon ve Misyon İfadelerinin Veri Madenciliği ile İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas, 2018

⁸⁸⁹ Abdullah Can Özeroğlu, s.96

⁸⁹⁰ Gürol Üzenç, s.53, 61

2.4.4. Sosyal Sermaye ve Girişimcilik İlişkisi

Ekonominin sosyolojik etkilerine olan ilginin artmasıyla, iktisadi bir üretim faktörü olarak girişimciyi ve süreç olarak girişimciliği toplumsal koşullardan bağımsız olarak ele alan geleneksel yaklaşımlar sorgulanmaya başlanmıştır. Girişimcilik literatürü, sosyo-ekonomi, örgüt teorisi, stratejik yönetim ve örgütsel davranış gibi alanlardan beslenerek, çevresel bağlam ve sosyal sermayenin girişimcilik üzerindeki etkileri gündeme gelmiştir. Bu bağlamda, bireylerin içinde yer aldığı makro çevre, kültür ve sahip oldukları sosyal sermaye, girişimciliğe bakış açılarını ve süreçleri önemli ölçüde etkiler. Bireylerin sahip oldukları nitelikler özellikler, toplumla ve diğer çevresel unsurlarla etkileşime girerek girişimcilik davranışlarına ve süreçlerine dönüşür⁸⁹¹.

Girişimciler, girişimcilik sürecinde “beşerî ve finansal sermaye” unsurlarını bir araya getirmenin yanında “sosyal sermayeye” de ihtiyaç duymaktadırlar. Çünkü *“sosyal sermaye, kişinin kullanımıyla fayda sağlamanın yanında diğer sermaye türlerinin de harekete geçmesini sağlayan itici bir kuvvettir”*. Buradan hareketle sosyal sermaye ve onun kullanımına olanak sağlayan sosyal ağların sahip olduğu bilgi, etki, kontrol, güç ve dayanışma bileşenleri, girişimciler açısından değer kazanmaktadır. Böylece sosyal sermayenin tüm bileşenleri girişimcilerin “fırsat tanımlama, işe başlama, geliştirme ve başarı elde etmeleri için gerekli kaynakları temin etmelerine imkân tanıyan birer kanal” olmaktadır⁸⁹².

Girişimcilerin kişisel ve sosyodemografik özellikleri (yaş, eğitim, sosyoekonomik kaynaklar ve finansal durum, işletmedeki görev süresi, geçmişi, yönetim ve iletişim becerisi, vb.) birer sosyal sermaye kaynağıdır. Girişimciler, iş kurma ve genişletme kararlarında kişisel özelliklerini ve sosyal ilişkilerini kullanmaktadırlar. Özellikle küçük işletmelerin kuruluş aşamasında girişimcilerin finansal ve sosyal sermaye kaynakları arasında aile ve akrabalık ilişkilerinin büyük bir payı vardır. Ayrıca bir sosyal topluluğa üye olan girişimcilerin olmayanlara göre

⁸⁹¹ Ha Hoang ve Bostjan Antoncic, “Network-Based Research in Entrepreneurship: A Critical Review”, **Journal of Business Venturing**, Vol.18, No.2, March 2003, p.167; Ha Hoang ve An Yi, “Network-Based Research in Entrepreneurship: A Decade in Review”, **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, Vol.11, No.1, 2015, p.3; Alison Morrison, “Entrepreneurship: What Triggers It?”, **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, Vol.6, No.2, 2000, p.65

⁸⁹² Umut Sanem Çitçi ve Recai Coşkun, “Sosyal Ağ Kullanımında Süreç Yaklaşımı: Girişimcilerin Sosyal Ağları Kullanımında Farklılaşmanın Değerlendirilmesi”, **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.12, Sayı.23, 2012, s.129; Canan Nur Karabey, s.57; Gözde Toprakçı Alp, Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye: Antalya’da Faaliyet Gösteren Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2018, s.46-47

daha fazla fırsat elde ettikleri ve bağlantıları sayesinde işletmelerinin daha başarılı oldukları bilinmektedir⁸⁹³.

Sosyal sermaye, girişimcinin birey olarak sahip olduğu ilişkiler ağı aracılığıyla edindiği gerçek ve potansiyel kaynakların (bilgi kaynakları, fon, materyal, yer ve zamanı içeren fiziksel ve sermaye kaynakları ve onay ve meşruiyet) tümünü ifade eder. Sosyal sermaye, girişimcilik sürecinin başında girişimcileri yeni ve farklı fikirlerle karşı karşıya getirir; onlara potansiyel fırsatlar hakkında destekleyici ve besleyici geniş bir referans çerçevesi sunar. Örneğin, bir üniversitede görev yapan akademisyenlerle doğrudan veya dolaylı olarak bağlantılı olan bir girişimci, yeni geliştirilen bir teknoloji hakkında diğer insanlardan önce bilgi sahibi olabilir. Dolayısıyla bu teknolojiye ilişkin bilgiler herkes tarafından bilinir olmadan önce, girişimci elde ettiği bilgiden yararlanarak bu teknolojiyle ilgili fırsat tanımlayabilir⁸⁹⁴. Sosyal sermaye, hem içerisinde bulunan sosyal ağların yapısı, hem de ağlardaki aktörlerle kurulan ilişkiler aracılığıyla girişimcilik üzerinde etkili olur.

Sosyal ağlar, girişimcinin doğrudan veya dolaylı olarak ilişki kurduğu tüm insanlardan oluşur ve bireyleri, grupları veya firmaları birbirine bağlayan, girişimciliği teşvik eden ve sosyal, finansal ve beşerî sermayeyi sağlayan bağlamlardır. Sosyal sermaye perspektifi, ağ bağlarının bireylere veya kuruluşlara bilgi ve buna bağlı fırsat tanımlamayla diğer faydalı kaynaklara erişimi sağladığını varsaymaktadır. Sosyal sermayenin fırsat tanımlamayla ilişkisi incelenirken,

⁸⁹³ Donald C. Hambrick ve Phyllis A. Mason, "Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers", **The Academy of Management Review**, Vol.9, No.2, April 1984, p.198; Arnold Cooper, F. Javier Gimeno-Gascón ve Carolyn Y. Woo, "Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance", **The Journal of Private Equity**, Vol.1, No.2, Winter 1997, p.13; Toby E. Stuart ve Olav Sorenson, "Social Networks and Entrepreneurship", **The Handbook of Entrepreneurship: Interdisciplinary Perspectives**, Sharon A. Alvarez, Rajshree Agarwal ve Olav Sorenson (eds.), New York: Springer, 2006, p.215; Gözde Toprakçı Alp, s.47-49; Nalan Yetim, "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği", **Ege Akademik Bakış Dergisi**, Cilt.2, Sayı.2, 2002, s.90

⁸⁹⁴ Yung-Chang Hsiao, Shih-Chang Hung, Chung-Jen Chen ve Tse-Ping Dong, "Mobilizing Social Capital to Pursue Entrepreneurship", **International Engineering Management Conference**, Singapore: IEEE, 2004, p.685; Canan Nur Karabey, s.58; Janine Nahapiet ve Sumantra Ghoshal, "Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage", **The Academy of Management Review**, Vol.23, No.2, 1998, p.243; Howard E. Aldrich ve Catherine Zimmer, "Entrepreneurship Through Social Networks", **The Art and Science of Entrepreneurship**, Donald L. Sexton ve Raymond W. Smilor (eds.), Cambridge: Ballinger Publishing Company, 1986, p.16-17; Gözde Toprakçı Alp, s.47; Donna Marie De Carolis, Patrick Saparito, "Social Capital, Cognition and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework", **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol.30, No.1, January 2006, p.44

genellikle bireylerin sosyal ağının genişliği ve nasıl bir yapılanma gösterdiği analiz edilir. Geniş bir ağda yer alan birey, daha fazla kişiden bilgi ve görüş alabilir⁸⁹⁵.

Sosyal ağlarda (girişimcinin ortakları, tedarikçileri, müşterileri, bankacıları, aile üyeleri vb.) yapısal boşluk⁸⁹⁶ yaratmak için kesişen ilişkiler, kişiye girişimcilik fırsatları sunabilir. Girişimcilerin sosyal ağlarındaki zayıf bağlar⁸⁹⁷, fırsatların tanımlanmasını engellemede merkezi bir rol oynayan bilgi asimetrisini azaltma potansiyeline sahiptir. Belli bir sektördeki zayıf bağlar, o sektörde fırsat tanımlamaya ve eşsiz bilgilere erişim sağlayarak, yeni fikir ve teknikleri bütünleştirmeye yardımcı olabilir⁸⁹⁸.

Güçlü bağlar güvenilir kaynaklardan daha fazla kişisel bilgi edinme imkânı vererek takip araştırması yapma ihtiyacını minimize etmektedir. Genelde benzer özgeçmiş ve tercihleri olan kişiler arasında kurulduğundan, girişimcinin bilgi depolama ve işleme yeteneğini geliştirme ihtimali yüksektir. Başka bir ifadeyle, güçlü bağlar çok miktarda karmaşık bilgiyi değerlendirmede sınırlı rasyonel olan bireyi zihinsel açıdan destekler⁸⁹⁹.

Araştırmacılar⁹⁰⁰ başarılı girişimcilerin hem zayıf hem de güçlü bağları girişimsel fikirler elde etmek için kullandığını göstermiştir. Girişimsel fırsatların girişimcinin sosyal şebekesindeki zayıf bağların sayısıyla pozitif ilişkili olduğu

⁸⁹⁵ Paola Dubini ve Howard Aldrich, "Personal and Extended Networks Are Central to the Entrepreneurship Process", **Journal of Business Venturing**, Vol.6, No.5, 1991, p.306; Soogwan Doh ve Edmund J. Zolnik, "Social Capital and Entrepreneurship: An Exploratory Analysis", **African Journal of Business Management**, Vol.5, No.12, 2011, p.4962-4963; Patricia H. Thornton ve Katherine H. Flynn, "Entrepreneurship, Networks, and Geographies", **Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction**, Zoltan J. Acs ve David B. Audretsch (eds.), Boston: Springer, 2003, p.403; Peter Witt, Andreas Schroeter ve Christin Merz, "Entrepreneurial Resource Acquisition Via Personal Networks: An Empirical Study Of German Start-Ups", **The Service Industries Journal**, Vol.28, No.7, 2008, p.953; Arent Greve ve Janet W. Salaff, "Social Networks and Entrepreneurship", **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol.28, No.1, January 2003, p.2-3

⁸⁹⁶ Daha önce belirtildiği gibi, benzersiz bilgiye erişimde, şebeke bağlarının gücünden ziyade, şebeke ilişkileri arasındaki boşluklar etkilidir. Yapısal boşluk açısından zengin şebekelerin yeni bilgi üretme ihtimali daha yüksektir ve bunlar bireyi girişimsel fırsatların keşfine götürebilir. Ronald S. Burt, 17-20

⁸⁹⁷ Zayıf bağlar köprü vazifesi görür ve güçlü bağlardan daha geniş bir bilgi kümesine ulaşmayı sağlar. Ayrıca zayıf bağların bireyin güçlü bağ şebekesinde yer almayan benzersiz bilgi sunma ihtimali daha yüksektir. Çünkü zayıf bağların odağındaki kişi, genelde birbirlerini tanımayan bireyler arasında bir köprü vazifesi görür. Ayrıca yeni bilginin zayıf bağlar aracılığıyla güçlü bağlardan daha kolay elde edildiği öne sürülmüştür. Çünkü yakın ilişkileri sürdürme maliyetinin yüksekliği göz önünde bulundurulduğunda, kişinin başkalarıyla kurabileceği güçlü bağların sayısının bir üst sınırı vardır. Ancak çok sayıda zayıf bağa sahip olmak mümkündür. Ayrıca zayıf bağlarla düzenli olarak etkileşim olmadığı için, zayıf bağlar güçlüye oranla benzersiz bilgiye daha iyi erişim sağlayabilir. Bkz: Mark S. Granovetter, 1973, p.1370-1375

⁸⁹⁸ Canan Nur Karabey, s.61-64; Gözde Toprakçı Alp, s.50-51

⁸⁹⁹ Elizabeth Chell ve Susan Baines, p.196; Gözde Toprakçı Alp, s.52; Canan Nur Karabey, s.64

⁹⁰⁰ Granovetter ve Burt mükemmel bir girişim ağının güçlü ve zayıf bağların bir kombinasyonunu içermesi gerektiğini savunmaktadır. Çünkü bu bağların doğası, ağların çalışması ve yapısı üzerinde etkilere sahiptir. Birçok girişimci ve ağ araştırmasının bulguları bu tartışmayı desteklemektedir. Bu yazarlar, güçlü ve zayıf bağların doğru karışımlarının bir girişimcinin sosyal ağının etkinliğini sağlamak için şart olduğunu keşfetmişlerdir. Bkz: Gözde Toprakçı Alp, s.52

bulunmuştur. Ayrıca hem güçlü hem de zayıf bağların karışımını kullanan girişimcilerin, yalnızca güçlü veya yalnızca zayıf bağları kullananlardan daha fazla girişimsel fırsat tanımladığı görülmüştür⁹⁰¹. Ayrıca, kişiler, kurumlar arası diyalog ve ilişkiler, paydaşlık ve ortaklıklar sosyal sermayeyi oluşturmakta, örgütlenmeyi beraberinde getirmekte ve böylece sosyal girişimciliği doğrudan etkilemektedir. Bireylerin sosyal yönden güdülenmesi halinde, bu birliktelik, iletişim ve gelişim, sosyal girişimcilik temelli örgütlenmeleri besler⁹⁰².

2.4.5. Sosyal Sermaye ve Girişimcilik İlişkisini Ele Alan Çalışmalar

Sosyal sermaye, girişimcilerin finansman, işgücü, bilgi vb. ihtiyaç duyduğu tüm diğer kaynaklara erişimini kolaylaştırması ve fırsat belirleme, yenilikçi fikirler geliştirme, işin sürekliliği ve başarısı gibi faaliyetlere katkı sağlaması sebebiyle girişimcilik literatüründeki güncel kavramlardan biridir. Sosyal sermaye ve girişimcilik ilişkisini ele alan belli başlı çalışmalar aşağıdaki gibidir.

Sue Birley, 1985'te girişimcilerin yeni bir işletme kurma sürecinde sosyal ağlarından ne düzeyde faydalandıklarını belirlemek amacıyla İngiltere'de küçük bir şehirdeki (St. Joseph County) yeni işletme kurmuş olan kişiler üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında ilişki kurulan bağların⁹⁰³ gayri resmi nitelik taşıdığı (aile, arkadaşlar, akrabalar), resmi bağlantıların (bankalar, muhasebeciler, avukatlar, vs.) ise verimsiz olduğu sonucuna ulaşmıştır⁹⁰⁴. Priscilla Chu, 1996'da Hong Kong ve Kanada örneğinde, denizaşırı Çinli işletmelere odaklanarak ağ düzeneğindeki ilişkilerin niteliklerine dair üç temel boyut olan yoğunluk, ulaşılabilirlik ve merkeziliği ortaya koymaktadır. Ona göre söz konusu işletmelerin başarısının temel sebebi, üyesi oldukları güçlü sosyal ağlardaki diğer üyelerden ihtiyaç duydukları desteği ve kaynakları elde edebilmeleridir. Bunun da Çin kültürü ve Konfüçyanizm'de sosyal ağlara verilen önemden kaynaklandığını ifade etmektedir⁹⁰⁵.

⁹⁰¹ Canan Nur Karabey, s.64-65; Gözde Toprakçı Alp, s.52

⁹⁰² Bilal Zemin, Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Sermaye Kapasiteleri: (Adıyaman Örneği), **Yüksek Lisans Tezi**, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014, s.66

⁹⁰³ Bir yıl sonra Johannisson'da benzer bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bkz: Bengt Johannisson, "Network Strategies: Management Technology for Entrepreneurship and Change", **International Small Business Journal**, Vol.5, No.1, 1986, pp.19-30

⁹⁰⁴ Sue Birley, "The Role of Networks in the Entrepreneurial Process", **Journal of Business Venturing**, Vol.1, No.1, Winter 1985, pp.107-117

⁹⁰⁵ Priscilla Chu, "Social Network Models of Overseas Chinese Entrepreneurship: The Experience in Hong Kong and Canada", **Canadian Journal of Administrative Sciences**, Vol.13, No.4, 1996, pp.358-365

İki yıl sonra Brüderl ve Preisendörfer, Almanya’da 1700 yeni kurulmuş işletme üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, sosyal ağ desteğinin yeni kurulan işletmelerin hayatta kalma ve büyüme şanslarını arttırdığını belirleyerek ağ başarı hipotezini (daha geniş sosyal ağa sahip olan girişimcilerin daha başarılı olup olmadıklarını) test etmişlerdir⁹⁰⁶. Bir yıl sonra Floyd ve Wooldridge, kaykay üreticisi bir firmayla, alternatif müzik endüstrisinin hedef kitlelerinin benzer olduğunu fark ederek ortak pazarlama ve yeni bir perakende satış fikri keşfetmeleri örneğinden yola çıkarak sosyal ağların girişimcilikle olan ilişkisini ifade etmektedir⁹⁰⁷.

Chell ve Baines, 2000’de İngiltere’de 104 işletmenin girişimci/yöneticisi ile gerçekleştirdikleri araştırmada, sosyal ağ düzeyi yüksek olan işletmelerin performansının da yüksek olduğu, dolayısıyla sosyal ağ düzeyi ile örgütsel performans arasında doğru orantı olduğu sonucuna varmışlardır⁹⁰⁸. Bir yıl sonra Abel ve diğerleri, inşaat, sağlık, eğitim gibi farklı sektörlerde serbest girişimciler üzerinde yaptıkları araştırmalarında, kişinin serbest mesleğe ilk adım atmasında, zayıf bağların (arkadaşların ve tanıdıkların) güçlü bağlardan (akrabalar) daha etkili olduğu tespit etmiştir⁹⁰⁹. Yine 2001’de Henrik Egbert, Asya, Afrika ve Arap kökenli 74 girişimciyle görüşerek Afrika kökenlilerin %94’ünün ailelerine işletmenin parasal kaynaklarından destek sağladığını ve bunların yarısının, bu durumu işletmeleri için finansal yük olarak değerlendirdiklerini, bu nedenle iflas etme olasılığıyla karşı karşıya olduklarını ifade etmektedir⁹¹⁰.

Mina Yoo 2003’te, ABD’de 151 adet girişimciden (91 göçmen, 60 beyaz Amerikan) veri toplayarak gerçekleştirdiği araştırmada, sosyal sermayenin doğru zamanda doğru yerde (Silikon Vadisi) olmayla ilgili bir bileşen olduğunu ileri sürmektedir. İşletme kuruluşundan hemen önceki dönemde, göçmen girişimcilerin sosyal ağları daha çok (aynı etnisiteden) yakın ilişkilerden oluşurken, beyaz Amerikalılarda bu oran oldukça düşüktür. İşletme kurulduktan sonraki süreçte ise göçmen girişimcilerin sosyal ağları çeşitlenirken, beyaz Amerikanlarınsa yakın ilişkileri önemli ölçüde

⁹⁰⁶ Josef Brüderl ve Peter Preisendörfer, “Network Support and the Success of Newly Founded Businesses”, **Small Business Economics**, Vol.10, No.3, May 1998, pp.213-225

⁹⁰⁷ Steven W. Floyd ve Bill Wooldridge, “Knowledge Creation and Social Networks in Corporate Entrepreneurship: The Renewal of Organizational Capability”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol.23, No.3, pp.123-143

⁹⁰⁸ Elizabeth Chell ve Susan Baines, “Networking, Entrepreneurship and Microbusiness Behaviour”, **Entrepreneurship and Regional Development**, Vol.12, No.3, November 2010, pp.195-215

⁹⁰⁹ Peter Abell, Robert Crouchley ve Colin Mills, “Social Capital and Entrepreneurship in Great Britain”, **Enterprise and Innovation Management Studies**, Vol.2, No.2, 2001, pp.119-144

⁹¹⁰ Henrik Egbert, **Netzwerke als unternehmerische Ressourcen und Restriktionen: Unternehmer in der tansanischen Stadt Tanga** (Akademische Abhandlungen zu den Wirtschaftswissenschaften), Taschenbuch, Berlin: Verlag für Wissenschaft und Forschung, 2001

artmaktadır⁹¹¹. Aynı yıl Greeve ve Salaff, İtalya, Norveç, İsveç ve ABD'deki girişimcilerin sosyal ağlarını karşılaştırarak girişimcilerin, (1) motivasyon aşamasında küçük, (2) planlama aşamasında ise çok büyük sosyal ağlara sahip olduklarını, (3) iş kurma aşamasındaysa sosyal ağlarının boyutlarının tekrar küçüldüğünü bulgulamışlardır⁹¹². Yine aynı yıl Elfring ve Hulsink, Hollanda'da ikisi bilgi ve iletişim teknolojileri ve biri biyoteknoloji alanında faaliyet gösteren üç firmada gerçekleştirdikleri araştırmada, (1) fırsatların keşfedilmesi, (2) kaynakların güvence altına alınması (ayrıcalıklı erişim) ve (3) meşruiyet kazanılması aşamalarında, sosyal ağlardaki güçlü ve zayıf bağların önemli olduğunu ve başarılı girişimcilerin her ikisini de sahip olmaları gerektiğini ortaya çıkarmışlardır⁹¹³. 2003 ve 2004 yıllarında Madsen ve diğerleri, Danimarka'da 1996 ve 2002 yılları arasında kurulmuş olan ve bilgi-iletişim, tıp ve biyoteknoloji (bilgi-yoğun) sektörlerinde faaliyet gösteren 130 işletmede 155 kişiden veri toplayarak kişilerin sosyal ağ oluşturma faaliyetlerine olan yaklaşım ve algılarının, konuyla ilgili davranışları üzerinde belirleyici olduğunu bulmuşlardır⁹¹⁴. 2004 yılında Stein Kristiansen'in, Tanzanya'nın Tanga şehrinde, 12 farklı işletme üzerinde araştırma ve biri Asya diğeri Afrika kökenli iki girişimci üzerinde yaptığı örnek olay incelemesi sonucunda, sosyal ağların girişimcilik başarısında etkili olduğu varsayımı doğrulanmaktadır⁹¹⁵.

Cruickshank ve Rolland, 2006'da, GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Toplam Girişimcilik Faaliyetleri 2001-2003 verilerine dayanarak Yeni Zelanda'da, yaşları 18 ve 64 arasında değişen 2008 kişiyle gerçekleştirdikleri görüşmelerde, 204 kişinin (102 erkek, 102 kadın) girişimcilik yönelimi içinde olduğunu ve işletmenin farklı

⁹¹¹ Mina Yoo, "Social Networks and Entrepreneurship in Silicon Valley - Executive Summary", **SSRN Electronic Journal**, July 2003, DOI: 10.2139/ssrn.1371670, (14.08.2019). Çetin'in 2006 yılındaki çalışması da "doğru yer" ifadesini desteklemektedir. Ona göre Silikon Vadisi'nde sosyal sermaye; "yenilikler ve rekabet gücü ile ilişkili ekonomik ve kurumsal aktör ağlarının desteklediği işbirliğine; ve güven, aktörlerin güvenilirliği ve itibarına, ağ ilişkilerindeki gösterdikleri performansa bağlı olduğu için bölgedeki sosyal ilişkilerin gelişmesinde büyük rolü vardır". Bkz: Murat Çetin, ss.1-25

⁹¹² Arent Greve ve Janet W. Salaff, "Social Networks and Entrepreneurship", **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol.28, No.1, pp.1-22

⁹¹³ Tom Elfring ve Willem Hulsink, "Networks in Entrepreneurship: The Case of High-technology Firms", **Small Business Economics**, Vol.21, No.4, December 2003, pp.409-422

⁹¹⁴ Sosyal ağların önemini küçük gören veya tamamen reddeden girişimciler olduğu gibi, çoğunluğu da müşteriler, ortaklıklar, problem çözme, know how, patentleme, hukuk, iş planları, ürün testi, yeni yatırımcılar gibi temel konularla sınırlı kalmaktadır. Bkz: Henning Madsen, Helle Neergaard ve John P. Ulhøi, "Knowledge Intensive Entrepreneurship in a Social Capital Perspective", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Vol.10, No.4, 2003, pp.426-434; Helle Neergaard ve Henning Madsen, "Knowledge Intensive Entrepreneurship in a Social Capital Perspective", **Journal of Enterprising Culture**, Vol.12, No.2, 2004, pp.105-125

⁹¹⁵ Stein Kristiansen, "Social Networks and Business Success: The Role of Subcultures in an African Context", **The American Journal of Economics and Sociology**, Vol.63, No.5, November 2004, pp.1149-1171

evrimsel aşamaları boyunca farklı ağlardan faydalandıklarını belirlemişlerdir⁹¹⁶. 2007’de Linan ve Santos, İspanya-Seville’de bulunan iki devlet üniversitesindeki 354 öğrenciye anket uygulayarak sosyal sermaye ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiye dair önemli sonuçlar elde etmişlerdir⁹¹⁷. 2008’de Witt ve diğerleri, Almanya’da 74’ü hizmet sektörü ve 49’u üretim sektöründe faaliyet gösteren toplam 123 adet 10 yıldan eski olmayan yeni işletme ile görüşerek sosyal ağdan edinilen kaynaklardan yalnızca şahsi bağlantıların işletme başarısı üzerinde etkili, diğerlerininse etkisiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır⁹¹⁸.

Robinson ve Stubberud, 2009’da, dokuz AB ülkesinden 2002 yılında işletme kurup halen devam eden 287.837 kişiyle (77.140 kadın, 210.700 erkek) girişimcilik sürecindeki tavsiye kaynaklarını sorgulamış ve cevapların ülkelere ve cinsiyete göre farklılaştığını tespit etmişlerdir⁹¹⁹. Benzer bir çalışma aynı yıl Kuada tarafından Gana’daki girişimcilik faaliyetlerinde cinsiyete göre oluşan farklılıkları belirlemek amacıyla 38 girişimciden (26 erkek, 12 kadın) toplanan ve geçmiş araştırmalardan elde edilen verilerle gerçekleştirilmiş ve kadın girişimcilerin erkek girişimcilere kıyasla aile bireylerinden daha çok yarar (sermaye, vb.) sağladıkları sonucuna varılmıştır⁹²⁰. Aynı yıl Egbert, Tanzanya’da altı ay süren, 131 girişimcinin katıldığı ve nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı araştırmasında, sosyal ağların girişimci için bir kaynak mı yoksa bir kısıt mı olduğunu belirlemeye çalışmış ve sosyal ağların örgüt açısından faydalı olabileceği gibi, özellikle gelişen ülkelerde örgüt performansını olumsuz etkileyen bir unsura dönüşebileceğini ileri sürmüştür⁹²¹. Yine 2009’da Forno ve diğerleri, (diğer çalışmaların tersine) girişimcilerin sosyal ağa olan etkisini ölçmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada, sosyal girişimcilerin varlığı, sayısı, dağılımları ve konumlarının; ağdaki iletişim, etkileşim ve işbirliğini etkileyerek büyük grupların kurulmasını sağladığını belirlemişlerdir⁹²².

⁹¹⁶ Prue Cruickshank ve Deborah Rolland, “Entrepreneurial Success through Networks and Social Capital: Exploratory Considerations from GEM Research in New Zealand”, **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, Vol.19, No.1, 2006, pp.63-80

⁹¹⁷ Francisco Liñán ve Francisco Javier Santos, “Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions?”, **International Advances in Economic Research**, Vol.13, No.4, November 2007, pp.443-453

⁹¹⁸ Peter Witt, Andreas Schroeter ve Christin Merz, “Entrepreneurial Resource Acquisition via Personal Networks: An Empirical Study of German Start-ups”, **Service Industries Journal**, Vol.28, No.7, 2008, pp.953-971

⁹¹⁹ Sherry Robinson ve Hans Anton Stubberud, “Sources of Advice in Entrepreneurship: Gender Differences in Business Owners' Social Networks”, **International Journal of Entrepreneurship**, Vol.13, Annual 2009, pp.83-101

⁹²⁰ John Kuada, “Gender, Social Networks, and Entrepreneurship in Ghana”, **Journal of African Business**, Vol.10, No.1, 2009, pp.85-103

⁹²¹ Henrik Egbert, “Business Success Through Social Networks? A Comment on Social Networks and Business Success”, **American Journal of Economics and Sociology**, Vol.68, No.3, July 2009, pp.665-677

⁹²² Arianna Dal Forno, Arianna Forno, Ugo Merlone, “Social Entrepreneurship Effects on The Emergence of Cooperation in Networks”, **Emergence: Complexity and Organization**, Vol.11, No.4, 2009, pp.48-58

Wasanthi Madurapperuma, 2010 yılında İngiltere ve Sri Lanka’da 2007-2008 yılları içerisinde 101 işletmenin girişimci veya yöneticilerinden egosentrik ağ yaklaşımıyla⁹²³ topladığı verilerle girişimcilerin kaynak bulma faaliyetlerinde dört çeşit ağ düzeneğinden (danışman, finans, iş ve çalışan ağı) faydalandıklarını belirlemiştir⁹²⁴. Aynı yıl Mustafa ve Chen, Malezya ve Singapur’da yer alan ve göçmen girişimcilerin kökeni nedeniyle Hindistan ve Umman’da yoğun ticari faaliyetler yürüten beş uluslararası işletme üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, mevcut sosyal ağların (özellikle de aile ve akrabalık ilişkilerinin) örgütün uluslararasılaşma süreci üzerinde etkili olduğunu tespit etmişlerdir⁹²⁵. Yine 2010’da Silikon Vadisi’ndeki teknoloji firmalarında görev yapan 2.273 Çinli ve Hintli göçmen çalışandan elde ettikleri verileri, sosyal ağların ayrıştırma (disaggregation) yaklaşımıyla analiz eden Quan ve Motoyama, sosyal ağlarla girişimcilik faaliyetleri arasında pozitif korelasyon bulunduğunu belirlemiştir⁹²⁶.

Cantner ve Joel, 2011 yılında, 55 firmanın sosyal ağlarını egosentrik veri yöntemiyle araştırarak UCINET⁹²⁷ programıyla analiz etmiş ve iş ilişkileri, araştırma işbirliği, pazar ve teknoloji ağı olmak üzere dört farklı ağ belirlemiştir. Ekonomik ağlardaki merkeziliğin ekonomik başarıyı, teknoloji ağlarındaki merkeziliğin ise inovasyon başarısını kolaylaştırdığını tespit etmişlerdir⁹²⁸.

Aynı yıl Xu, Amerika’da yeni kurulmuş 1000 işletme üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada, girişimcilerin sosyal sermayelerinin (değer yargıları, algı ve inançlar) yeni ürün geliştirmeye ilişkin bilgi yapıları (bilişsel model: merkezilik ve karmaşıklık) ve yeni girişimlerdeki (new venture) inovasyonun kapsam ve derinliği üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur⁹²⁹.

⁹²³ Genellikle ağdaki tüm aktörlere ulaşamadığı durumlarda “kartopu örnekleme” yoluyla listedeki katılımcılardan “bireysel ağ verisi” toplanır, buna “ego ağı verisi” ya da “egosentrik veri” denir. Bkz: Zeynep Eren ve Erkan Kırıl, “Sosyal Ağ Analizi ve Eğitim Araştırmalarında Kullanımı”, **Eğitimden Kareler**, Emine Babaoğlu Çelik, Erkan Kırıl ve Adem Çilek (eds.) Ankara: EYUDER Yayınları, 2018, ss.308-353

⁹²⁴ Wasanthi Madurapperuma, “Social Network of Entrepreneurs and Its Impact on Small Business Growth”, **International Council for Small Business World Conference**, Ohio, 2010, pp.1-32

⁹²⁵ Michael James Mustafa ve Stephen Chen, “The Strength of Family Networks in Transnational Immigrant Entrepreneurship”, **Thunderbird International Business Review**, Vol.52, No.2, 2010, pp.97-106

⁹²⁶ Xiaohong Iris Quan ve Yasuyuki Motoyama, “Empirical Disaggregation of Social Networks: A Study of Ethnic Professional Associations and Entrepreneurship in Silicon Valley”, **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, Vol.23, No.4, 2010, pp.509-526

⁹²⁷ Stephen P. Borgatti, Martin G. Everett ve Linton C. Freeman, “UCINET IV: Network Analysis Software”, **Connections**, Vol.15, No.1-2, Summer 1992, pp.12-15; Stephen P. Borgatti, Martin G. Everett ve Linton C. Freeman, **UCINET for Windows: Software for Social Network Analysis**, Harvard, MA: Analytic Technologies, 2002; Stephen P. Borgatti, Martin G. Everett ve Jeffrey J. Johnson, **Analyzing Social Networks**, California: Sage, 2013

⁹²⁸ Uwe Cantner ve Kristin Joel, “Network Position, Absorptive Capacity and Firm Success”, **The IUP Journal of Knowledge Management**, Vol.9, No.1, 2011, pp.57-83

⁹²⁹ Yang Xu, “Entrepreneurial Social Capital and Cognitive Model of Innovation”, **Management Research Review**, Vol.34, No.8, 2011, pp.910-926

Bir yıl sonra Abou-Moghli ve Al-Kasasbeh, Ürdün’de plastik üreten 248 firmanın sosyal ağdan faydalanma oranını ölçerek kuruluştaki başarı düzeyi üzerinde büyük bir etkisi olduğunu belirlemişlerdir⁹³⁰. Aynı yıl, Xiao Zhang ve diğerleri, Çin’deki KOBİ’lerin uluslararası pazarlara açılmalarında sosyal sermayenin rolünü, stratejik ortaklık ve katılımlı ortak girişim kavramlarına başvurarak ve Yeni Zelanda’daki küçük yazılım firmalarıyla karşılaştırarak açıklamaktadır⁹³¹.

Turkina ve Thai, 2013 yılında gerçekleştirdikleri çalışma, sosyal sermayenin göçmen girişimciliği üzerindeki makro düzeydeki etkisinin (göçmen girişimciliğinin genel düzeylerinin yanı sıra, katma değeri yüksek göçmen girişimciliği) ampirik değerlendirmesine yöneliktir. Çalışmada, göçmen girişimciliği ve OECD tarafından sağlanan katma değeri yüksek göçmen girişimciliği verilerine çoklu regresyon analizi uygulanmaktadır. Bağımsız değişkenlerin (sosyal sermayenin bileşenleri) değerleri “Dünya Değer Anketine” dayanmaktadır. Sonuçlar, sosyal sermayenin, özellikle katma değeri yüksek göçmen girişimciliğinde ve genel olarak göçmen girişimciliğinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Güçlü istatistiksel önemi olan üç sosyal sermaye faktörü - ağ kurma, kişilerarası güven ve kurumsal güvendir⁹³². Zhang ve diğerleri, 2014 yılında, Yunnan Üniversitesi’nde belge ve teorileri inceleyerek gerçekleştirdikleri durum analizi sonrası model geliştirip öğrencilerden topladıkları anketlerden 305 tanesini YEM ile test ederek sosyal ağdaki girişimci sayısı arttıkça, öğrencilerin girişime başlama niyetinin de arttığını belirlemişlerdir⁹³³.

Shi ve diğerleri, 2015 yılında, yorumlayıcı yöntemler kullanılarak analiz edilen saha çalışması görüşmelerinden, gözlemlerden ve ikincil kaynaklardan gelen verilerle ve nitel bir vaka çalışması yaklaşımıyla, aile işletmelerinde, ilişkisel bir sosyal sermaye biçimi olarak güveni ve girişimcilik süreçleri üzerindeki etkilerini anlamak için ampirik bilgiler sağlamaktadır. Küçük ve orta ölçekli Çinli aile işletmelerinde eşzamanlı olarak birden fazla güven türü olmasına rağmen, sözleşmeye dayalı güven zayıf ve marjinalken, baskın olan; iyi niyet ve yetkinlik temelinde kişilerarası güvendir. Yazarlar, girişimcilik

⁹³⁰ Azzam Azmi Abou-Moghli ve Mohammed Mufaddy Al-Kasasbeh, “Social Network and the Success of Business Start-Up”, **International Journal of Business and Management**, Vol.7, No.9, 2012, pp.134-140

⁹³¹ Xiao Zhang, Xufei Ma ve Yue Wang, “Entrepreneurial Orientation, Social Capital, and the Internationalization of SMEs: Evidence From China”, **Thunderbird International Business Review**, Vol.54, No.2, 2012, pp.195-210

⁹³² Ekaterina Turkina ve Mai Thi Thanh Thai, “Social Capital, Networks, Trust and Immigrant Entrepreneurship: A Cross-Country Analysis”, **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, Vol.7, No.2, 2013, pp.108-124

⁹³³ Jianmin Zhang, Wenxiang Cao ve Ping Zeng, “A Study on the Relationship among Entrepreneurship Education, Social Capital and College Students’ Entrepreneurial Intention”, **IEEE International Conference on Granular Computing (GrC)**, Noboribetsu, Japan, 22-24 October 2014, pp.367-373

süreçlerinde ekstra maliyet ve bağıllık gerektiren güvenin, potansiyel “karanlık yüzüne” dikkat çekmektedir⁹³⁴. Küçükkanan’ın, 2016 yılında, İstanbul ve Gebze Organize Sanayi Bölgelerinde faaliyet gösteren 154 firmadan anket yöntemiyle topladığı veriler üzerinde gerçekleştirdiği analizler sonucu, girişimcilik oryantasyonunun ve sosyal sermayenin yenilikçilik, girişimcilik oryantasyonunun sosyal sermaye ve son olarak da girişimcilik oryantasyonu, yenilikçilik ve sosyal sermayenin firma performansına olumlu etkileri olduğu kanıtlanmıştır⁹³⁵. Ksenija Vuković ve diğerlerinin, planlı davranış ve sosyal biliş teorisinden yola çıkan 2017 yılındaki araştırması, Hırvatistan (119) ve Makedonya'daki (99) üniversite öğrencisi gençler (218) tarafından cevaplanan girişimcilik niyeti anketinden elde edilen verilerle bağlayıcı ve birleştirici bilişsel sosyal sermayenin girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır⁹³⁶.

Rafiei ve diğerleri tarafından, 2018 yılında, Qazvin Üniversitesi Tıp Bilimleri Fakültesi'nde çalışan öğretim üyeleri arasında yürütülen tanımlayıcı ve kesitsel yöntem kullanılarak yapılan araştırmada, verilen toplanmasında sosyal sermaye ve girişimci davranış ölçekleri kullanılmış, her iki olgunun da istenen koşullar olduğu ve aralarında korelasyon olduğu sonucuna varılmıştır⁹³⁷. Aynı yıl, Tipu ve Fantazy, kaynak tabanlı yaklaşımı kullanarak firmanın varlık ve yeteneklerinden sosyal sermaye ve stratejik girişimcilik becerilerinin; sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi ve örgütsel performans üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla Pakistan'daki 242 üretim firmasının tedarik zinciri ve lojistik yöneticilerinden anket çalışmasıyla topladıkları verileri YEM ile analiz ederek, pozitif korelasyon olduğu sonucuna ulaşmışlardır⁹³⁸. 2019 yılında Sun ve diğerleri, CGSS anket (China General Social Survey) verilerinden yararlanarak Çin'de sosyal sermaye ile küçük işletme girişimciliği arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, sosyal sermayenin etkisinin kırsal ve kentsel alanlar arasında belirgin bir farklılık gösterdiğini, kırsal Çin'deki küçük işletme girişimciliğinin “zoraki girişimcilik” olabileceğini

⁹³⁴ Henry X. Shi, Deborah M. Shepherd ve Torsten Schmidts, "Social Capital in Entrepreneurial Family Businesses: The Role of Trust", **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, Vol.21 No.6, 2015, pp.814-841

⁹³⁵ Ali Küçükkanan, “The Impact of Entrepreneurial Orientation, Innovativeness and Social Capital on Firm Performance”, **The 6th Multidisciplinary Academic Conference** in Prague, 2016, pp.140-149

⁹³⁶ Ksenija Vuković, Irena Kedmenec, Kiril Postolov, Kiril Jovanovski ve Dina Korent, “The Role of Bonding and Bridging Cognitive Social Capital in Shaping Entrepreneurial Intention in Transition Economies”, **Management: Journal of Contemporary Management Issues**, Vol.22, No.1, 2017, pp.1-33

⁹³⁷ Sima Rafiei, Rafat Mohebibar, Bahman Ahadi Nejad ve Nadia Nisari, “The Study of the Relationship between Social Capital and Entrepreneurship Behavior of Faculty Members of Qazvin University of Medical Sciences in 2017”, **Journal of Evidence Based Health Policy, Management and Economics**, Vol.2, No.4, pp.275-280

⁹³⁸ Syed Awais Ahmad Tipu ve Kamel Fantazy, “Exploring The Relationships of Strategic Entrepreneurship and Social Capital to Sustainable Supply Chain Management and Organizational Performance”, **International Journal of Productivity and Performance Management**, Vol.67, No.9, 2018, pp.2046-2070

belirlemişlerdir⁹³⁹. Sosyal sermaye ve girişimcilik ilişkisine dair açıklamalar ve özetlenen önceki araştırmalardan sonra, girişimcilerin sosyal sermaye düzeyleriyle işletme kurma (girişim yapma) oranları arasında ilişki olduğu görülmektedir.

2.5. İkinci Bölümün Değerlendirilmesi

Yaratıcılık ve inovasyon arasında kuşku götürmez bir bağlantı vardır. İnovasyon için gerekli şartlardan biri olan yeni fikirler, daha önce yapılmamış, denenmemiş olana dair düşünceler, ancak yaratıcılıkla mümkün olabilir. Elbette ki yaratıcılık inovasyon için gerekli, ancak asla yeterli değildir.

Yeniliklerin inovasyona dönüşebilmesi için ticarileşmesi, bunun için de kullanıcılar açısından bir değer ifade etmesi ve talep görmesi gereklidir. Farklı analiz düzeyleri açısından girişimci, işletme, bölge ve ülkeler için inovatif yetenekler, başarı ve rekabet üstünlüğü sağlayabilecek anahtar kavramlardan biri haline gelmiştir. Bu nedenle gerek akademik alanda gerekse uygulamada, kavrama yönelik artan ilgi ve çaba, hız kesmeden devam etmelidir.

İnovasyon için ön koşullardan biri olan yaratıcılık, çok farklı disiplinlerin ilgi alanına giren, çok katmanlı bir kavramdır. Literatürde yaratıcı kişi üzerine odaklanan (kişiliği, özellikleri, davranışları, vb.) çalışmaların sayısı oldukça fazladır. Bazı alanlarda yaratıcı kişilere atfedilen tembellik ve benzeri özellikler, ilginç bir araştırma konusu oluşturmaktadır. Girişimciye ekonomik faaliyetlerinde büyük bir avantaj sağlayacak yaratıcılık kavramının bu bağlamda incelenmesi, literatüre katkı sağlayacak bir konu olarak değerlendirilmektedir.

⁹³⁹ Xianhua Sun, Ailun Xiong, Hongyi Li, Hans Westlund ve Yuheng Li, “Does Social Capital Influence Small Business Entrepreneurship? Differences between Urban and Rural China”, **The Annals of Regional Science: An International Journal of Urban, Regional and Environmental Research and Policy**, Berlin: Springer, 2019, pp.1-19

BÖLÜM 3:

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ VE BULGULAR

Bu bölümde, öncelikle araştırmaya ilişkin genel bilgiler verildikten sonra, nicel ve nitel araştırmaya ilişkin süreç ve bulgular ayrı ayrı sunulmaktadır.

3.1. Araştırmaya İlişkin Genel Bilgiler

Çalışmanın amacı, kapsamı, sorunsalı, araştırmanın modeli, önemi, özgünlüğü ve katkısı hakkındaki bilgiler, bu başlık altında verilmektedir.

3.1.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmada, girişimcilik literatüründe çok önemli kavramlar olan yaratıcılık ve inovasyonun, sosyal sermaye ve tembellikle olan ilişkilerinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Girişimcilik ve inovasyon ilişkisi çok uzun zamandır vurgulanan bir olgu olmasına rağmen, ilgili kavramların yaratıcılıkla olan bağlantısı göreceli olarak daha az ele alınmış, yaratıcılık genellikle sanat, eğitim bilimleri, psikoloji gibi farklı disiplinlerin ilgi alanında kalmıştır. Bununla birlikte, literatürde sınırlı da olsa yapılan bazı çalışmalar ve sosyal medya ve reklamlar gibi kanallardan elde edilen izlenimler, tembellik ve yaratıcılık arasında muhtemel bir ilişkiye işaret etmektedir. Ayrıca, girişimcilik ekosistemi, inovasyon sistemleri ve girişimcinin sosyal sermayesi, uygulamada pek çok noktada çakışmakta ve incelenmeye değer bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma kapsamında, sözü edilen kavramlara ilişkin bilgi birikimi özetlenerek aralarındaki ilişkilerin ortaya konması hedeflenmektedir.

3.1.2. Çalışmanın Sorunsalı

Çalışma, analiz düzeyi olarak girişimciye odaklanmakta ve mikro seviyeyi benimsemektedir. Her biri girişimcilik sertifikasına sahip ve bir kısmı işletmelerini kurmuş olan girişimcilerin tembellik, yaratıcılık, sosyal sermaye ve inovasyon (patentli ürün ve hizmetler) seviyeleri, girişimcilerden anket ve mülakat yöntemleriyle elde edilen verilere dayanarak incelenmektedir. Bu kapsamda, girişimcilerin tembellik ve sosyal sermaye düzeylerinin, yaratıcılık ve yenilikçilikleri üzerindeki etkilerinin araştırılması, çalışmanın ana sorunsalını oluşturmaktadır. Aşağıda, öncelikle, ilgili kavramlar arasındaki ilişkilerle açıklamalara yer verilerek sonrasında, konuyla ilgili yapılmış önceki

araştırmalar özetlenmekte ve bu bilgilere dayanarak araştırma hipotezleri oluşturulmaktadır.

3.1.2.1. Sosyal Sermaye, Yaratıcılık ve İnovasyon

Sosyal sermaye kavramına ilişkin hipotezler geliştirilmeden önce aşağıda önce sosyal sermaye ve tezin konusunu oluşturan diğer değişkenlere ilişkin açıklamalara yer verilerek, ilgili konularda geçmişte yapılmış araştırmalar özetlenecektir.

3.1.2.1.1. Sosyal Sermaye ve Yaratıcılık İlişkisi

Sermaye kavramını ekonomik (finansal ve beşerî) sermayeyle sınırlandıran katı ve dar bakış açısı pek çok sosyal faaliyeti açıklamada yetersiz kalmıştır. Bu bakımdan özellikle 1980’lerde sosyologlar, siyaset ve eğitim bilimcilerce gerçekleştirilen çalışmalar ve geliştirilen farklı yaklaşımlar bu eksikliğe ilişkin verileri açığa çıkarmaları bakımından son derece değerlidir. Bu tartışmalarla, sosyal ve iktisadi süreçlerde inovasyon ve değer yaratma; ekonomik sermaye gibi sosyal, kültürel, beşeri ve entelektüel sermaye biçimlerinin de değerini vurgulamış ve kapsamlı yaklaşımlarıyla birbirlerini çoğu zaman tamamlayan kaynaklar olarak değerlendirilmişlerdir. Kişiler, gruplar ve toplumların farklı sermaye birikimlerine ulaşma ve bunları inovasyon ve değer yaratmada kullanma olanakları; esasında geliştirdikleri iletişim, güvene dayalı ilişki biçimi ve özellikleriyle doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla sosyal ve ilişkisel bir özellik taşıyan sosyal sermaye, diğer sermaye biçimlerinin de tamamlayıcısı olarak söz konusu alanların fonksiyonel bir şekle dönüştürülmesinde önemli bir olanak yaratmaktadır. Bu yönüyle sermaye kavramına ekonomik yaklaşımla atfedilen salt ve doğrudan iktisadi anlam yerini toplumsal ve örgütsel süreçlerin tüm safhalarında her türlü girişime artı değer katan maddi, manevi olanakların tamamı olarak görülmelidir⁹⁴⁰.

İnsan sermayesi, “*formel ve okul-dışı eğitimle kazanılan bilgi ve beceriler; ayrıca yaşanarak öğrenilen ve kazanılan yetenekler (inovasyon, yaratıcılık vs.) ve tecrübelerin toplamından oluşan bir sosyal servettir*”. Sosyal sermaye ise “*bir toplumdaki bireylerarası ilişkiler, ağlar, bağlar, iletişim, yardımlaşma ve dayanışma, değerler (etik değerler, erdem vs.) ve güven gibi unsurların toplamından*

⁹⁴⁰ Marilyn Taylor, “Communities in the Lead: Power, Organisational Capacity and Social Capital”, **Urban Studies**, Vol.37, No.5-6, 2000, p.1025, Abdurrahman Ekici, s.8-9

oluşan bir sosyal servettir”. Bu iki zenginlik faktörü birbirlerini tamamladıkları oranda toplumsal hayatta iktisadi bolluk ve toplumsal refah (ve mutluluk) derecesi yükselmiş olur⁹⁴¹. İnsan sermayesi ve sosyal sermaye, yaratıcılık ve yenilikçiliğin artırılmasında, olumlu katkı yapmaktadır. *“Sosyal sermayesi üst noktalara ulaşan toplumların daha güvenli, yaratıcı ve açık toplum seviyesini yakalamış olduklarının görüldüğü, aksine sosyal sermaye düzeyi düşük olan toplumların bu gelişmeyi gösteremediklerinin gözlemlendiği”* ileri sürülmektedir⁹⁴².

Sosyal sermayenin ele alındığı başlıca alanlar “eğitim, ekonomik kalkınma, demokrasi, aile, göç, işgücü piyasası, girişimcilik, yaratıcılık, sosyal dışlanma, sosyal hareketler ve sağlık” olarak sayılabilir⁹⁴³. Sosyal sermaye, kişiler arasındaki ilişkilerden doğan ve yaratıcı neticelerin oluşmasına olanak sağlayan bir olgudur. Sosyal sermaye seviyesinin yüksek olduğu toplumlarda güvene dayalı olarak bürokratik işlemlerde ve ticari hayatın yoğun unsurlarından birisi olan sözleşmelerde (örneğin her detayı belirtmeye gerek kalmaması şeklinde) çeşitli kolaylıklar sağlanır. Güven düzeyinin az olduğu toplumlarda, kişilerin geleceğe dair plan ve program yapma olanakları azalır, rahat bir çalışma ortamı bulamazlar ve yaratıcı yeteneklerini ortaya koyamazlar⁹⁴⁴.

Hükümet programlarının inovasyon yaratma düzeyinin araştırılması amacıyla, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde sosyal sermayeyi geliştirerek işbirliğini yükseltme oranını inceleyen Cook ve Clifton⁹⁴⁵, sosyal sermayeyi, “ekonomi dünyasında iş yapmaya girişte bir tür bilettir” şeklinde tanımlamaktadır⁹⁴⁶. Stanford, UC Berkeley ve UC San Francisco gibi Silikon Vadisi civarında yerleşmiş üniversiteler, (üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde) kendi araştırma ve araştırmacılarının uygulamalarını ticari düzleme yönlendiren, dış partnerlerle yakın ilişkiler ve sosyal ağlar oluşturmaya imkân veren inovatif ve yaratıcı bir yaklaşım

⁹⁴¹ Coşkun Can Aktan, Mehtap Tunç ve Serdar Yay, “İnsan Sermayesi ve Sosyal Sermaye Arasındaki İlişki ve Tamamlayıcılık Rolü Üzerine”, **Ekonomi Bilimleri Dergisi**, Cilt.9, No.1, 2017, s.82

⁹⁴² Burak Sertkaya ve Günay Özcan, “Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Değerlendirme”, **Bulletin of Economic Theory and Analysis**, Vol.2, No.1, 2017, s.72

⁹⁴³ Barış Seçer, “İşgücü Piyasasında Sosyal Sermaye”, **Kamu-İş Dergisi**, Cilt.10, Sayı.3, 2009, s.104; İsmail Kahraman ve Semih Summak, “Okullarda Sosyal Sermayenin Geliştirilmesine Yönelik Bir Karma Yöntem Çalışması”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Yıl.4, Sayı.26, Mart 2016, s.483

⁹⁴⁴ Erman Şavkar, s.15, 61-62;

⁹⁴⁵ Nick Clifton and Phil Cooke, “The ‘Creative Class’ in the UK: Research Briefing”, **Regions Magazine**, Vol.266, No.1, January 2007, p.10-11; Nick Clifton, “The ‘Creative Class’ in the UK: An Initial Analysis”, **Geografiska Annaler Series B Human Geography**, Vol.90, No.1, March 2008, p.63-82

⁹⁴⁶ KOSGEB, 2005, s.18; Kübra Yüksel, İktisadi Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü; Çorum İline Yönelik Bir Analiz, **Yüksek Lisans Tezi**, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum, 2015, s.27

(inovasyon ekosistemi) sergilerler. Silikon Vadisinin gelişimindeki yaşamsal önemi ve bölgenin farklı sektörleriyle olan birikimli bağlantılarının yanı sıra, Stanford üniversitesi, “*dışarıdan gelenlerin Silikon Vadisi hakkında bilgi edinebilecekleri merkezi bir yerdir*”. Diğer taraftan bölgedeki araştırma merkezleri, “*Stanford’daki araştırma faaliyetleri ve bilgi birikiminin endüstriye akışını sağlayan önemli bir köprü gibidir. Böylece endüstri ile üniversite arasındaki bağlar güçlendiği gibi, aralarındaki yoğun ilişkiler yenilikçi ve yaratıcı bir ortam oluşturduğundan, sosyal ağların oluşumu ve sosyal sermaye gelişimi*” de desteklenmektedir⁹⁴⁷. Sosyal sermaye, öğrenme, yaratıcılık ve işbirliği davranışını cesaretlendirerek organizasyonların öngörü yeteneğinin gelişmesine de yardım etmektedir⁹⁴⁸.

Güven ve sosyal sermaye düzeyi düşük örgütsel yapılanmalarda risk üstlenmekten kaçınma, karar alma süreçlerine katılmama, inovasyon ve değişime karşı “kuşkucu yaklaşım” ve “direnc gösterme”, “düşük performans” ve düşük örgütsel bağlılık, düşük sinerji gibi belirtiler gözlenmektedir. Özellikle günümüz örgütlerinin yapısal ve davranışsal nitelikleri “sürekli öğrenme, gelişme, inovasyon ve yaratıcılığa” dayandırılmaya ve bunun için örgüt üyelerinin; “sorgulama yetenekleri, tolerans, otonomi ve esneklikleri” geliştirilmeye, desteklenmeye çalışılmakta ve ayrıca tüm bunların kolektif bir ruhla gerçekleştirilmesi beklenmektedir. Bu dinamizm için güvene her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulurken, bu ihtiyacı karşılayanın ayrıntılı “kalite standartları ve prosedürlerle formal biçimlerde” yapılandırılarak sağlanamayacağı da bilinmelidir. Güven, daha ziyade biçimsel olmayan iletişim ve sosyal bağlantıların niteliğinin artırılması, şeffaf yönetim ve yaklaşımlarla güçlendirilebilir bir özellik taşımaktadır”⁹⁴⁹.

Yapılan araştırmalar göstermektedir ki; farklı gruplar arasında güçlü bağların sayısının fazla olması örgütlerde yaşanan çatışmaları azaltarak çoğunlukla sosyal bir süreç olan yaratıcılığı desteklemektedir. Yaratıcılığı artıran faktörler olarak; grup etkileşiminden doğan sosyal etkiler ve danışman desteği gibi iş ortamı faktörleri, fikirlerin ve bilginin etkileşimi, sosyal ağlarla sağlanan bireyler arası iletişim ve ilişkilerden beslenmektedir. Birey, ne kadar farklı gruplardan insanlarla

⁹⁴⁷ Murat Çetin, “Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.21, Sayı.1, 2006, s.14, 20

⁹⁴⁸ Hüsnü Kapu, s.286

⁹⁴⁹ Ferda Erdem, “Örgütsel Yaşamda Güven”, **Sosyal Bilimlerde Güven**, Ferda Erdem (ed.), Ankara: Vadi Yayınları, 2003, s.156; Abdurrahman Ekici, s.58

iletişime geçerse, sorunlara önerdiği çözüm yolları da farklılaşacak (farklı alternatifler ve esnek düşünme) ve bu da yaratıcılığı arttıracaktır⁹⁵⁰.

Sosyal düzlemdeki “yüzeysel bağlantılarla, mesafeli ve seyrek etkileşimlerden türeyen (tanışıklıklar gibi) zayıf bağlarda” sosyal yapının diğer üyelerinden gelen “yaptırımlar ya da uyum” için baskı olmadığından, bu ağ yapısındaki bağlar -dayanışma ve türdeşliği artıran güçlü bağların tersine- hem bireylerin daha çok kaynak ve bilgiye erişmesine olanak sağlayacak hem de çeşitliliği ve yaratıcılığı beraberinde getirecektir”⁹⁵¹. Dolayısıyla işgörenlerin inovasyonla nihayete erebilecek yaratıcı düşüncelerini açığa çıkarabilmeleri bakımından inovatif iklime⁹⁵² ilişkin algıları ve sosyal sermaye önem taşımaktadır. “Yüksek bir sosyal sermaye örgütte yenilikçi bir iklim oluşmasına etki edecek” ve çalışanları yenilikçi davranmaya teşvik edecektir. Sosyal sermaye ve inovatif iklim yenilikçi davranışı, o da rekabet avantajını ve bu avantajın devam ettirilmesini sağlayacaktır⁹⁵³.

Örgütlerde sosyal sermayenin yaratılmasında ve artırılmasında kullanılan araçlardan biri olan “örgütsel hikâyeler”, örgüt kültürü ile ilgili bilginin önemli bir kaynağı durumundadır ve “örgütsel yaratıcılığın” geliştirildiği sembolik araçlardır⁹⁵⁴. Ayrıca sosyal sermayenin ve sosyal ilişkilerin, kişilerde gizli olan bilginin grup üyeleriyle paylaşılmasını teşvik edeceği ve bireysel teknik-bilgiyi ve deneyimleri yansıtan, taklit edilmesi ve edinilmesi zor, soyut bir değer olan örtük bilginin özellikle yaratıcı işlerde söz konusu olduğu belirtilmektedir⁹⁵⁵. Bireysel sosyal sermaye anlamındaysa, sosyal ağlarda kişinin merkeziyeti arttıkça, elde edilecek sosyal güç, bilgi ve yaratıcılık gibi faydalar da artmaktadır⁹⁵⁶.

Tüm bunlara karşılık Gargiulo ve Benassi, sosyal sermayenin getirdiği dayanışma olgusunun atalet, dar görüşlülük, yeni düşünceleri engelleme ve aşırı

⁹⁵⁰ Sara Ferlander, a.g.e., p.118; Hülya Eşki, s.89

⁹⁵¹ Hülya Eşki, s.47

⁹⁵² Araştırmacılar psikoloji literatüründe “yaratıcı iklim ve yenilikçi iklim” üzerinde durmuşlardır. Yaratıcı iklim “yeni fikirlerin oluşturulmasının artırılmasına yardımcı olan durumları” belirtirken yenilikçi iklim “yeni fikirlerin oluşturulmasına ve uygulanmasına yardımcı olan durumları” belirtir. Bkz: Ercan Turgut ve Memduh Beğenirbaş, “Çalışanların Yenilikçi Davranışları Üzerinde Sosyal Sermaye ve Yenilikçi İklimin Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma”, **Kara Harp Okulu Bilim Dergisi**, Cilt.23, Sayı.2, 2013, s.105

⁹⁵³ Ercan Turgut ve Memduh Beğenirbaş, s.102

⁹⁵⁴ Abdurrahman Ekici, s.82

⁹⁵⁵ Aykut Göksel, Belgin Aydın ve Dursun Bingöl, “Örgütlerde Bilgi Paylaşım Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış”, **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, Cilt.65, No.4, s.88-89

⁹⁵⁶ Aytül Ayşe Özdemir, 2007, s.85

bağlılığın, kişilerin gerçeği farketmelerini önlemesi gibi yaratıcılık üzerinde olumsuz etki yaratabilecek sonuçlarına dikkat çekmişlerdir⁹⁵⁷. Benzer şekilde Prusak ve Cohen, yaratıcılığın eksikliği ve sorgulanmayan bağlılık, insanları eleştirel sorular sormaktan alıkoymas (yaratıcılık aşınması) tehlikelerine dikkat çekmiştir⁹⁵⁸. Sosyal ağların yoğunluğunun yüksek olması, uzlaşmayı arttırdığı ölçüde, bireylerin özerklik ve yaratıcılıklarını engelleyebilir⁹⁵⁹.

Gelişmekte olan ülkelerde “dinin, geleneğin, ortak tarihsel geçmişin ve kültürel normların” yan ürünü olarak ve akrabaların ve geleneksel sosyal grupların (nesep, köy, kabile vb.) varlığı beraberinde sosyal sermaye stoğu yüksek düzeyde olmasına karşın, daha da geniş olan iktisadi ve siyasi örgütlenmeler biçiminde iş gören oluşumlar eksiktir⁹⁶⁰. Bunun sonucunda toplumu oluşturan geleneksel gruplar “*değişime karşı direnç göstermekte*” ve kalkınmanın önünde engel oluşturmaktadır.

Sosyal sermaye unsurları yönünden güçlü bir toplum inşa edilmiş olabilir, ancak bu toplumda eğer “bilgi, beceri, yetenekler” gibi beşerî sermaye unsurları yeterince gelişmemişse o toplumda iktisadi bolluk seviyesinin yeterince artması beklenemez. Eğitime, bilime, bilgi ve iletişim teknolojilerine, inovasyon ve yaratıcılığa önem vermeden tek başına sosyal sermayenin güçlü olması da bir anlam ifade etmeyebilir. Bu duruma “**sosyal sermayenin yaratıcı yıkımı**” ve güven ögesinin geniş çaplı organizasyonlar boyutunda genişleyerek uygulanması çözüm oluşturmaktadır. Yüksek seviyede sosyal sermaye birikimine sahip olan sosyal organizasyonlar; “mülkiyet hakları, sözleşmeler ve ticari yasalar gibi bürokratik

⁹⁵⁷ Martin Gargiulo ve Mario Benassi, “Trapped in Your Own Net? Network Cohesion, Structural Holes, and the Adaptation of Social Capital”, **Organization Science**, Vol.11, No.2, April 2000, p.185-186

⁹⁵⁸ Don Cohen ve Laurence Prusak, **In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work**, Brighton, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2001, p.9

⁹⁵⁹ Hülya Eşki, s.154; Aytül Ayşe Özdemir, 2007, s.121-122

⁹⁶⁰ **Türk girişimcilik kültürünün temelinde** ailenin çok büyük bir paya sahip olduğu; holdinglerden tutun da çok küçük ölçekteki işyerlerine varıncaya kadar aslında bunların aile şirketleri ya da işyerleri olduğu ve aile içindeki bireyler tarafından nesiller boyunca yönetildiği görülmektedir. Bkz: Gönül Kaplan, Girişimcilik Teorileri Kapsamında İhracatçı KOBİ’ler ve Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011, s.20. Anderson ve diğerleri, aile bağlantılarını özel olarak incelediği çalışmalarında bu tip sosyal ağların finansal kaynaktan daha çok; psikolojik destek, uzman işgücü, yönetim kadrosu, yeni müşteri, değerli bilgi gibi katkılar yaptığını ortaya koymuştur. Bkz: Alistair R. Anderson, Sarah L. Jack ve Sarah Drakopoulou Dodd, “The Role of Family Members In Entrepreneurial Networks: Beyond the Boundaries of the Family Firm”, **Family Business Review**, Vol.18, No.2, 2005, p.138-144

işlemlerin hepsi”, piyasa ekonomisinin temelini oluştursa da sosyal sermaye ve güven ile birleştiğinde işlem maliyetlerini düşürecektir⁹⁶¹.

Sosyal sermaye firmaların işlem maliyetlerini azalttığı için firmalar arasında bilgi akışını kolaylaştırır ve yenilikçilik aktivitelerine katkı sağlar⁹⁶². Ayrıca sosyal sermaye sosyal yaratıcılığı da geliştirebilir⁹⁶³. Sosyal sermaye ve yaratıcılık ilişkisine dair yapılan açıklamalar ve özetlenen önceki araştırmalardan sonra, girişimcilerin sosyal sermaye düzeyleriyle yaratıcılık seviyeleri arasında olumlu bir ilişki olduğu görülmektedir. Sosyal sermayesi yüksek olan girişimcilerle sosyal sermayesi düşük olan girişimcilerin yaratıcılık seviyeleri arasında fark vardır.

3.1.2.1.2. Sosyal Sermaye ve İnovasyon İlişkisi

Günümüzdeki ekonomik olguları açıklayabilmek için, dört temel üretim faktörü olan emek, sermaye, girişim ve doğal kaynaklar yeterli olmamakta; çünkü toplumların ekonomik gelişmişliği artık sadece fiziki sermaye birikimiyle açıklanamamaktadır. Yeni içsel büyüme teorilerinde⁹⁶⁴ ekonomik büyüme ve kalkınmaya doğrudan ya da dolaylı olarak katkıda bulunan, her türlü “*maddi ve maddi olmayan; politik, kurumsal, çevresel, entelektüel, kültürel, beşerî, bilimsel, teknolojik ve sosyal faktörler*” sermaye olarak kabul edilmekte ve kendi aralarındaki karşılıklı etkileşim dikkate alınmaktadır⁹⁶⁵.

Toplumsal sistemler ve hizmet süreçleri durağan değildir, çok yönlü ağlar halinde sürekli gelişmektedir. Modern ekonomik ve toplumsal koşullarda yenilikçi

⁹⁶¹ Süreyya Kovacı, Murat Belke ve Ahmet Ali Koç, “İktisadi Kalkınmaya Yeni Yaklaşımlar: Sosyal Sermayenin ve Kurumların Artan Rolü”, **Uluslararası Davraz Kongresi**, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, 24-27 Eylül 2009, s.120; Nurettin Tüysüz, s.16; Burcu Özcan, s.19-20; Nalan Kangal, s.27; Coşkun Can Aktan, Mehtap Tunç ve Serdar Yay, s.96

⁹⁶² Özer Karakayacı, Sanayi Kümelerinin Başarısında Sosyal Sermayenin Rolü: Ankara ve Konya Makine İmalat Sanayi Örneği, **Doktora Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2011, s.45

⁹⁶³ Coşkun Can Aktan ve Hilmi Çoban, “Ekonomik Refaha Ulaşmanın Ötesinde Sağlıklı ve Güçlü Bir Toplum Oluşturmanın Altyapısı: Sosyal Sermaye”, **Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, Yıl.7, Sayı.26, 2008/2, s.6-7

⁹⁶⁴ Büyüme yalnızca imalat teknolojisindeki gelişmelerle sınırlı değildir. Buna ek olarak sektörler arası dinamikler de teknolojik gelişmeleri destekleyerek büyümeyi sürekli kılacaktır. Teknolojik ilerlemeyi sağlayan ise iş bölümüdür. Zira iş bölümü sayesinde belli bir işte uzmanlaşan işçilerin deneyimleri artacak, üretim sürecinde teknolojik gelişmeler ve icatlar ortaya çıkacaktır. Piyasa büyüdükçe iş bölümü artacağından, ekonomik süreçteki verimlilik de daha fazla artacaktır. Bu şekilde iş bölümü üretimde verimliliğin artmasını sağlamaktadır. Bkz: Pınar Yardımcı, “İçsel Büyüme ve Türkiye’de İçsel Büyüme Etkileyen Faktörlerin Ampirik Analizi”, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2006, s.37-38

⁹⁶⁵ Mehmet Karagül ve Mahmut Masca, “Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme”, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Sayı.1, Bahar 2005, s.38; Ömer Faruk Kaya, İçsel Büyüme Sürecinde Ar-Ge, Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermayenin Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.70

olmak, süreçlerde iyileşmelerle birlikte davranış değişiklikleri ve uyum becerisi gerektirmektedir. Bu sebeple yenilikçilik niteliği, yenilikçi düşünce, dinamik ağ yapıları, hızlı davranış ve tepki yetenekleri ile etkin geri bildirim döngülerine ihtiyaç duymaktadır⁹⁶⁶.

Bir toplumun, bölgenin veya işletmenin inovasyon kültüründe, “*güvene dayalı ilişkilerin, yardımlaşma ve işbirliğinin katkısı*”, ya da başka bir ifadeyle inovatif oluşumlarda sosyal sermayenin rolü oldukça önemlidir. Daha önce bahsedilen Cook ve Clifton’ın çalışmasının⁹⁶⁷ önemi, sosyal sermayenin inovasyon ve performans gelişiminde önemli bir etken olduğunu göstermesinden kaynaklanmaktadır. Uyumlu bir inovasyon sistemi müşteri-üretici-tedarikçi ve hizmet tedarikçileri-rakipler ve bilim-endüstri işbirliğini içermelidir ve başarısı için uygulandığı ülke ya da bölgede ilişkilerin kalitesi de önem kazanmaktadır. Firma dışından sağlanan bilgiler, firmanın yenilikçi yapısına katkı sağlamaktadır⁹⁶⁸.

İşletmeler arası “ittifaklar/birleşmeler”, sektör yapısına yeni bir biçim veren inovatif faaliyetlerin, önemli bir örgütlenme şekli olarak değerlendirilmektedir. İşletmeler arası ittifakları analiz etmek için “ağbağ yaklaşımı” iktisadi alanda ender kullanılmakla beraber, sosyal ve ekonomik ağbağların birikimli iktisadi sonuçların belirlenmesinde etkili olduklarının ayırdına varılmasıyla birlikte son zamanlarda popülerite kazanmaya başlamıştır. Bölgesel inovasyon sistemlerinin başarısında, işletmeler arası ağbağlaşmanın önemli bir payı bulunmaktadır. Çünkü ağlar, bilgi değişiminin temel yoludur. İşletmeler, ağlar sayesinde dışsalılıklardan yararlanabilmektedirler. Yapılan pek çok araştırmada inovasyon yeteneği ile ağbağlaşma arasında önemli bir ilişki olduğu gözlenmiştir⁹⁶⁹.

Üretim organizasyonu içerisinde firmalar arası işbirlikleri ve bu işbirlikleri sonucu ortaya çıkan ağ ilişkileri sanayi kümelerinin oluşum sürecinde ortaya çıkan temel unsurlardır. Bu işbirliği içerisinde, spesifik bir mal veya hizmetin üretiminin gerçekleşebilmesi için taraflar arasında kaynak ve bilgi akışı söz konusu olmaktadır.

⁹⁶⁶ Ani Matei ve Catalina Antonie, “Complexity Theory and the Development of the Social Innovation”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Vol.185, May 2015, p.63-64; İsa Bayhan, Liderlik Davranışının Duygusal Emek ve Yenilikçi İklim Üzerindeki Etkisinde Sosyal Sermaye İle Entelektüel Sermayenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018, s.179

⁹⁶⁷ Nick Clifton and Phil Cooke, p.10-11

⁹⁶⁸ Manfred M. Fischer, “Innovation, Knowledge Creation and Systems of Innovation”, **The Annals of Regional Science**, Vol.35, No2, 2001, pp.199-216

⁹⁶⁹ Nur Gündoğdu, İş Ağlarının ve Sosyal Sermayenin Uluslararasılaşma ve Yenilikçilik Üzerindeki Etkisi, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015, s.110; Durmuş Çalışkan, s.51-52

Ağlar sanayi kümesindeki firmalar ile ilgili kurumlar arasında ya da küme firmalarının birbiri arasındaki ilişkileri açıklamada yeterli olmamakta, ağların oluşumu ve niteliği için sosyal sermaye ve güven gibi kavramlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Sosyal sermaye ve güven, sanayi kümelerinde aktörler arası ilişkileri düzenleyen normlar olarak değerlendirilmektedir. Zayıf ve güvene dayalı olmayan işbirlikleri, güçlü ilişkilerin ve ağların oluşmasına imkân vermez. Granovetter'in vurguladığı **gömülmüşlük** kavramı⁹⁷⁰, işletmelerin iktisadi eylemlerinin toplumsal ilişkilerden, gelenek ve alışkanlıklardan tam anlamıyla bağımsız olmadığını göstermektedir. İlişkilerin oluşma sürecinde, toplumların içinde bulunduğu kültürel yapı, normlar ve değerler etkili birer unsur olmakta ve bu unsurlar sosyal sermaye ve güven ile ekonomik katkıya dönüşmektedir⁹⁷¹.

Kişiler arası iletişim ve güvenin sosyal sermaye değerini oluşturduğu ve bu değer "bilgi paylaşımını" kolaylaştırdığı araştırmalarla ortaya konmuştur. Bu kapsamda güvene dayalı ilişkiler sonucu oluşan bilgi paylaşımının inovasyon iklimine ve uygulamalarına katkı sunduğu söylenmektedir⁹⁷². Araştırmalar, sosyal sermayeden yararlanılmasının (bilgi kullanımının etkinliğinin artırılması, yeni ürün ittifakının ortakları arasındaki karşılıklılık ve yakınlığın bilgi transferi ve ürün geliştirme faaliyetlerinin verimliliğini iyileştirmesi) ürün inovasyonunda olumlu sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir. Örgüt içi iletişim üzerine yapılan birçok araştırma, birimler arasındaki etkileşimin yeniliğin oluşturulması ve yayılmasındaki önemini ifade etmektedir⁹⁷³.

Sanayi kümelerinde yenilikçiliğin temel faktörünün, piyasa ve teknolojik gelişmeler hakkında bilgi kaynağı olan aktörler olduğu söylenmektedir. Bu aktörler firmalar için müşteri davranışlarını öğrenme ve taleplere göre süreci yenileme fırsatları yaratmaktadır. Dolayısıyla yenilikçilik aktivitelerini; öğrenme, bilgi birikimi ve bilgi ağlarını zenginleştiren aktörlerle yapılan işbirliğinin doğal bir sonucu olarak görmek gerekmektedir⁹⁷⁴.

⁹⁷⁰ Granovetter'in gömülmüşlük savına göre; "ekonomik olarak analiz edilen davranış ve kurumlar, sürdürülen sosyal ilişkiler tarafından belirlenmekte ve sınırları çizilmektedir". Bkz: Mark S. Granovetter, 1985, p.487

⁹⁷¹ Özer Karakayacı, s.39-40

⁹⁷² Mahmut Polatcan, Okullarda Sosyal Sermaye ile Yenileşme İklimi Arasındaki İlişki, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017, s.13

⁹⁷³ Ali Küçükkan, Girişimsel Yönelim, Yenilikçilik ve Sosyal Sermayenin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2015, s.51

⁹⁷⁴ Özer Karakayacı, s.41-42

İnovasyon ve icat konusunda sosyal ağlardaki zayıf bağların bazı durumlarda avantaja dönüşeceği literatürde mevcuttur. Yerel ağlardaki güçlü bağlar ve ileri işbirlikleri inovasyon sürecinde yaratıcılık niteliğini eriterek, birey ve işletmeleri taklitçiliğe yöneltebilir⁹⁷⁵. Ancak firma içinde inovasyonun yaygınlaşması, yapısal iletişim kanallarının yanında önemli ölçüde bireylerin arasındaki yakın ilişkiler yoluyla gerçekleşmektedir. Yayılmanın gerçekleşebilmesinde kişilerin “aynı dili konuşmaları ve benzer özelliklere sahip olmaları” önemlidir. İçsel iletişim ve etkileşim, fikirlerin örgüt içinde yayılmasını, paylaşılmasını ve yorumlanmasını sağlayarak fikirlerin olgunlaşmasına katkı sağlar, ayrıca yeni fikirlerin hayatta kalmasına zemin oluşturur. Güven, katılımcılık ve bağlılık, yenilikçi bir iklim oluşturulmasında ve paylaşılmasında son derece önemlidir⁹⁷⁶.

Sosyal sermayenin bilgi ağları ve inovasyon faaliyetlerine katkısı, birçok kümenin ya da firmanın rekabetçi gücünün devamlılığını sağlamasındadır. Sanayi kümelerinde, özellikle kümede örtük ya da gömülü olarak tanımlanan kavramsal bilgiye ulaşmada sosyal sermaye ve güven önemli bir faktör olarak görülmektedir. İnsan ilişkilerindeki karşılıklı güven bireylerin fikirlerini ifade etmede daha cesur olmalarını sağlar. Güven ortamında bireyler başarısızlıktan daha az çekinir ve başarısızlıktan korkmadan yenilikleri geliştirmek için inisiyatif alırlar. İletişim açık ve samimidir. Güvensizlik ortamında ise hata yapmaktan sakınırlar. Fikirlerini beyan etmekten kaçınırlar. İnovasyon yerine mevcudu sürdürmeye odaklanırlar⁹⁷⁷.

Sosyal sermaye ve güven, bir sanayi kümesindeki sinerjinin yaratılması ve ortak hareket etmeleri için gerekli olan kanalların ortaya çıkarılması için gerekli olan bir kavramdır. Sosyal sermaye işletmeler ya da bölgeler açısından iki önemli olumlu sonuç ortaya çıkarmaktadır. İlk olarak; bilgi üretimini, bilgi akış sürecini ve inovasyonları geliştirmekte ve hızlandırmaktadır ve bu anlamda sosyal sermaye, bölgesel inovasyon sistemlerinin önemli bir parçasıdır. İkincisi; sosyal sermaye “*araştırma ve enformasyon maliyetleri, pazarlık ve karar verme maliyetleri, iletişim ve kontrol maliyetleri gibi işlem maliyetlerini*” azaltmaktadır⁹⁷⁸.

⁹⁷⁵ Durmuş Çalışkan, s.52; Nur Gündoğdu, s.110

⁹⁷⁶ Cevahir Uzurt, **Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü**, İstanbul: Beta Yayınları, 2008, s.128; Ercan Turgut, Sosyal Sermaye ve Bilgi Paylaşımı Davranışının Yenilikçilik İklimine Etkisi, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2013, s.73; Ali Küçükkan, s.51

⁹⁷⁷ Özer Karakayacı, s.45; Ali Küçükkan, s.51; Ercan Turgut, s.73-74

⁹⁷⁸ Özer Karakayacı, s.78

Sonuç olarak, yeniliklerin başarıya ulaşmasında, firmalar arasındaki sosyal ağların önemli bir katkısı vardır. İşyerindeki sosyal ağ olanakları ve miktarı çalışanların inovasyon için ihtiyaç duydukları kaynaklara ve bilgiye ulaşabilme gücü üzerinde etkilidir. Üstlerle açık etkileşim, yaratıcılığın ve yeni fikirlerin üstler tarafından desteklendiği algısı bireylerin serbest bir şekilde fikirlerini ortaya koymasını ve fikirlerini uygulamaya geçirmek için destek sağlamalarını kolaylaştırmaktadır⁹⁷⁹.

3.1.2.1.3. Sosyal Sermaye ve Yaratıcılık-İnovasyon İlişkisiyle İlgili Araştırmalar

Sosyal sermaye, girişimcilikle ve girişimcilik de yaratıcılık ve inovasyonla bağlantılı kavramlar olduğundan, söz konusu kavramların aralarındaki ilişkiyi ele alan pek çok araştırma gerçekleştirilmiştir. Aşağıda Tablo 6’da bunlardan bazıları verilmektedir.

Tablo 6: Sosyal Sermaye ve Yaratıcılık-İnovasyon İlişkisiyle İlgili Araştırmalar

Araştırmanın Künyesi	Yöntemi	Bulgular
İş Ağlarının ve Sosyal Sermayenin Uluslararasılaşma ve Yenilikçilik Üzerindeki Etkisi, Nur Gündoğdu, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015	Bu araştırma iş ağları ve sosyal sermayenin uluslararasılaşma ve yenilikçilik üzerindeki etkisini bağın gücünün düzenleyici rolüyle incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma verileri derinlemesine mülakat yöntemi ile 200 işletmenin üst düzey yöneticisinden temin edilerek, savlar çoklu doğrusal regresyon analizi metodu ile test edilmiştir. Faktör analizi sonuçlarına göre sosyal sermaye ilişkisel sosyal sermaye ve bilişsel sosyal sermaye olmak üzere iki faktörden; iş ağı ise, ağın katkısı ve ağın yapısı olmak üzere iki faktörden oluşmaktadır.	Bulgular, sosyal sermayenin hem ilişkisel hem de bilişsel sosyal sermaye boyutlarının yenilikçilik üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi olduğunu göstermektedir. Çalışma sonuçları ayrıca, iş ağının boyutlarından ağın yapısının yenilikçilik üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu ancak ağın katkısının etkisinin olmadığını göstermektedir. Hem iş ağının hem de sosyal sermayenin uluslararasılaşma üzerinde etkisi olmadığı görülmüştür. Ayrıca, araştırma sonuçları bağın gücünün, sosyal sermaye ve yenilikçilik arasındaki ilişkide moderator etkisinin olduğunu iddia eden savı desteklemektedir.

⁹⁷⁹ Ercan Turgut, s.74; Ali Küçükkaban, s.51

Sosyal Sermaye ve Bilgi Paylaşımı Davranışının Yenilikçilik İklimine Etkisi, Ercan Turgut, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2013	Çalışmada sağlık sektörünün ana işletmeleri “hastanelerdeki sosyal sermaye ve örtülü bilgi paylaşımı davranışının inovasyon iklimine etkisi” araştırılmıştır. Bu amaçla hızlı bir değişme ve gelişme aşamasında olan Kütahya’daki iki devlet ve iki özel hastanedeki 398 çalışana uygulanan anket verileri ve değişkenlerin tamamı YEM ile analiz edilmiştir.	“Çalışma sonucunda sosyal sermayenin örtülü bilgi paylaşımı davranışını ve yenilikçilik iklimini pozitif etkilediği tespit edilmiştir. Bu etkide ilişkisel sosyal sermayenin rolü esas teşkil etmektedir. Ayrıca örtülü bilgi paylaşımı davranışının sosyal sermayenin yenilikçilik iklimine etkisinde aracılık rolü üstlendiği belirlenmiştir”.
Sosyal Sermaye ve Örgütsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkilerin Öğretmen Algılarına Göre İncelenmesi, Yener Akman ve Könül Abaslı, Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi, Cilt.6, Sayı.2, 2017, ss.269-286	Araştırmanın çalışma grubunu 297 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırma verilerinin toplanmasında sosyal sermaye ve örgütsel yaratıcılık ölçekleri kullanılmıştır. Verilerin çözümlenme sürecinde betimsel istatistikler, korelasyon analizi, çoklu doğrusal regresyon ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.	Sosyal sermaye ve örgütsel yaratıcılığın boyutları arasında görece düşük, orta ve yüksek düzeyde anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. Ayrıca sosyal sermayenin sosyal ağlar ve ilgi, etkileşim ve katılım boyutlarının bireysel yaratıcılığı; sosyal sermayenin norm ve değerler boyutunun yönetsel yaratıcılığı; tüm sosyal sermaye boyutlarının ise toplumsal yaratıcılığı anlamlı olarak yordadığı tespit edilmiştir.
Girişimsel Yönelim, Yenilikçilik ve Sosyal Sermayenin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, Ali Küçükkaban, Yüksek Lisans Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2015	Bu çalışmanın amacı firmaların sahip olduğu girişimsel yönelim, yenilikçilik ve sosyal sermaye kavramlarının firma performansı üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Bu kapsamda İstanbul Tuzla, Dudullu ve Beylikdüzü Organize Sanayi Bölgeleri ile Gebze Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 154 firmadan anket tekniğiyle toplanan veriler istatistik paket programı ile analize tabi tutulmuştur.	Girişimsel yönelim ve sosyal sermayenin yenilikçilik üzerinde, girişimsel yönelimin sosyal sermaye üzerinde ve son olarak girişimsel yönelim, yenilikçilik, sosyal sermayenin firma performansı üzerinde pozitif yönde etkili olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca girişimcilik yöneliminin yenilikçilik boyutuyla; sosyal sermayenin yapısal, ilişkisel ve bilişsel boyutları ve firmanın inovasyon performansı arasında yüksek korelasyonlar belirlenmiştir.

Who Interacts With Whom? Individual and Organizational Aspects Of University- Industry Relations In Nanotechnology, Berna Beyhan Bozkırlıoğlu, Doctor Of Philosophy, Graduate School Of Social Sciences Of METU, Ankara, 2011	TC'deki bilim insanlarının yazılan nanoteknoloji makalelerine ilişkin bibliometrik veriler ve üniversitelerde nanoteknoloji alanında çalışan 181 akademisyenle anket yapılmış ve alanda arge yapan 21 üst düzey yöneticiyle yapılan derinlemesine mülakatlar analiz edilmiştir.	Firmalarda çalışan nano-bilim ve nanoteknoloji çalışanlarının beşeri-sosyal sermayelerinin üniversitelerden firmalara bilgi ve teknoloji transferinde anahtar rol oynadığı, diğer akademisyenlerle iyi ilişkileri olan akademisyenlerin sanayi ile ilişki kurma eğiliminin daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.
Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms, Helena Yli-Renko, Erkko Autio, Harry J. Sapienza, Strategic Management Journal, Vol.22, No.6-7, 2001, p.587-613	İngiltere'de yerleşik 180 risk yönelimli ve genç yüksek teknoloji girişimi örneği kullanılarak, temel müşteri ilişkilerinde sosyal sermayenin bilgi edinimi ve bilgi kullanımı üzerindeki etkileri incelenmektedir. İlişkisel bakış açısına ve sosyal sermaye ve bilgi temelli teorilere dayanarak, sosyal sermayenin kilit müşteri ilişkilerinde dışsal bilgi edinimini kolaylaştırdığı ve bu bilginin sosyal sermaye ile rekabet avantajı için bilgi yayılması arasındaki ilişkiye aracılık ettiği ileri sürülmektedir.	Sonuçlar, sosyal sermayenin boyutlarından sosyal etkileşimin ve ağ bağının aslında daha fazla bilgi edinme ile ilişkili olduğunu, ancak ilişki kalitesi boyutunun bilgi edinme ile olumsuz bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir. Bilgi edinme, sırayla, yeni ürün geliştirme, teknolojik farklılık ve satış maliyet verimliliği yoluyla rekabet avantajı için bilgi yayılması ile pozitif olarak ilişkilidir. Ayrıca, sonuçlar, bilgi edinmenin sosyal sermaye ve bilgi yayılması arasında aracı bir rol oynadığına dair kanıtlar sunmaktadır.
Sanayi Kümelerinin Başarısında Sosyal Sermayenin Rolü: Ankara ve Konya Makine İmalat Sanayi Örneği, Özer Karakayacı, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2011	Çalışmadan sanayi kümelerinin bilişsel ve ekonomik başarısında sosyal sermaye ve unsurlarının etkisini ve rolünü belirlemek amaçlanmıştır. Firma ve girişimci özellikleri, bilgi ağlarının yoğunluğu ve yapısı, yenilikçilik, ekonomik performans ve sosyal sermaye değişkenlerini ölçmek için sosyal ağ analiziyle veri toplanıp bağlantıların yapısı (firmaların küme içindeki rolü ve konumu) incelenirken; çok değişkenli istatistikî yöntemlerle (temel bileşenler, t-testi, Ki-Kare, lojistik regresyon) değişkenler arasındaki ilişkilerin düzeyi analiz edilmiştir.	Ankara ve Konya makine sanayi kümesinde (170 adet firma, 81'i Ankara'da, 89'u Konya'da) yapılan analizler sonucunda; her iki kümede ana firma ve ikincil ana firma konumundaki firmaların ürün ve süreç yenilikçilik aktivitesi diğer firmalara göre oldukça fazladır. Benzer durum, firma ekonomik performansı açısından geçerlidir. Özellikle yüksek sosyal sermaye potansiyeline sahip ana ve ikincil ana firmaların gerek küme içerisindeki gerekse küme dışındaki önemli bilgi kaynaklarıyla önemli düzeyde işbirlikleri söz konusudur.

The Acquisition and Utilization of Information in New Product Alliances: A Strength-of-Ties Perspective Aric Rindfleisch ve Christine Moorman Journal of Marketing, Vol.65, No.2, April 2001, pp.1-18	Bu makalede, yazarlar yeni ürün ittifaklarındaki bilgilerin edinilmesini ve kullanılmasını incelemektedir. Son zamanlarda yeni ürün ittifaklarına katılan 106 ABD firmasından oluşan bir örnek kullanarak yatay-dikey ittifaklar, yüksek-düşük ilişkisel gömülmüşlük, bilgi edinme-kullanma ve enflasyonu hakkındaki görüşleri test etmektedir.	Sonuçlar tahminleri geniş ölçüde desteklese de, şaşırtıcıdır, çünkü bağların gücü literatürünün temelini oluşturan temel varsayımları sorgulatmaktadır. Ayrıca yeni ürün ittifakının ortakları arasındaki karşılıklılık ve yakınlığın bilgi transferi ve ürün geliştirme faaliyetlerinin verimliliğini iyileştirerek pozitif yeni ürün sonuçlarına yol açabileceğini önermektedir.
Design Of A Performance Measurement Model For Industrial Clusters In Turkey, Özlem Gürellier, Master Of Science In Industrial Engineering, Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2010	Amacı Türkiye’deki endüstriyel kümelere uygulanabilecek bir performans ölçme modeli geliştirmek olan çalışmanın çerçevesi, kümelerin artan yenilikçilik, üretkenlik, istihdam ve sosyal sermaye olarak beklenen çıktıları temel alınarak oluşturulmuş ve bir ölçüm cetveli hazırlanmıştır. Türkiye’den iki küme (İstanbul Moda-Tekstil (İMTK) ve Eskişehir Bilecik Kütahya Seramik kümeleri (EBKSK) örneğine ilişkin performans değerlendirme ön-çalışması yapılmıştır. Aktörler arasında verimlilik, yenilikçilik, yeni iş oluşumları, sosyal sermaye ve işbirliğinin (modelin dört ana belirleyicisi) anlaşılması amacıyla mülakat ve gözlemler yapılmıştır.	Mülakat ve gözlemlerden elde edilen verilere göre; İMTK’da firmaların üniversite ve diğer paydaşlarla koordineli olarak arge faaliyetleri var, ortak proje (Turquality, vb.) ve işbirliği düzeyinin yüksek olduğu belirtiliyor. EBK Seramik kümesi, üniversitelerden, araştırma merkezinden ve üreticilerden gelen yapıları bünyesindeki aktörleri içermekte ancak yine de şirket içi argeyi geliştirmek için bazı ek eylemlere ve gelişmelere ihtiyaç vardır (tedarik zinciri faaliyetlerini desteklemek ve ortak üretim merkezi ve lojistik üs gibi eksik altyapı parçalarını iyileştirmek gibi). Bu durum küme performanslarını farklılaştırmaktadır.
Yenilikçi Oluşumlarda Sosyal Sermayenin Rolü ve Burdur İli Üzerine Bir Araştırma, Durmuş Çalışkan, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2010	Yenilikçi firmaların, yenilik yapma sürecinde sosyal sermaye unsurlarını ne derecede kullandığını ortaya koymak amacıyla Burdur’da 36 firmayla anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Form, yenilik performansı ve sosyal sermaye-güven düzeyini ölçmeye yöneliktir ve betimsel istatistiklerle analiz edilmiştir.	Firmaların yenilikçi yapısı bireysel çaba ve tecrübelerle sınırlı kalmaktadır. İlde gerek sivil kurumlar gerek bireyler arasında yüksek güven düzeyinden ve işbirliğinden bahsetmek oldukça zordur. Bu nedenle inovasyon performansları düşüktür. Bölgede üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve firmalar arasında bir sinerji oluşturulması, “bilgi paylaşımının artırılması”, inovasyon kültürüne ve bölge kalkınmasına önemli katkılar yapacaktır.

Bölgesel Rekabet Edebilirlik ve Türkiye Örneği, Özlem Bulut, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2012	Türkiye’de kent ve bölgelerin rekabet seviyelerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada, temel bileşenler analizi tekniği kullanılarak, literatürde genel kabul gören 5 tane temel gösterge⁹⁸⁰ ve 30 tane rekabet belirleyici değişken ile İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması bazında rekabet edebilirlik endeksi hesaplanmıştır.	Araştırma sonucunda bölgeler ve iller bazında farklılıklar gözlemlenmekle beraber; sosyal sermaye düzeyi yüksek olan İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Adana, Antalya, Eskişehir, Konya gibi iller, genelde rekabet edebilirlik, özelde de yenilik kapasitesi anlamında yüksek skorlara sahip olarak belirlenmişlerdir.
Türkiye’de Yenilikçi Girişimcilerin Sosyo-Ekonomik Durumları Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği), Mehmet Cansız, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012	Çalışmada Türkiye’de Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde faaliyet gösteren girişimcilerin sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri ile işletmelerin ekonomik yapıları anket (330 girişimci) ve mülakat (20 girişimci) teknikleri kullanılarak betimleyici istatistiklerle analiz edilmiştir. Bu özelliklerden yola çıkarak hızlı büyüyen (32 girişim) ve büyümeyen (102 girişim) işletmeler karşılaştırılmıştır (2008 ve sonrasında kuran 196 girişim). Girişimcilerin yenilikçilik ve başarılarıyla ilişkili sosyal ve ekonomik faktörler tespit edilmiştir.	Girişimcilerin işe başlama süreçlerinde ve başarılarında; ekonomik ve politik etkenlerin yanı sıra aile yapıları, aldıkları eğitim, içinde yaşadıkları sosyo-kültürel ortam, girişimcilerin deneyimleri, işletme dönemi faaliyetleri ve kullanabilecekleri sosyal sermaye düzeyleri etkilidir. Çalışma kapsamında yenilikçi girişimciliğin geliştirilmesi için; girişimcilerin seçim ve eğitimine, kamu destekleri ve üniversitelerin imkânlarının genişletilmesine, beşeri ve sosyal sermayenin geliştirilmesine yönelik strateji ve politika önerileri geliştirilmiştir.
Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks, Wenpin Tsai ve Sumantra Ghoshal, The Academy of Management Journal, Vol.41, No.4, August 1998, pp.464-476	Çok uluslu bir elektronik firmasının tüm iş birimlerinde birden fazla katılımcıdan (15 iş biriminin her birinden 3 yönetici) toplanan verileri kullanarak yazarlar, sosyal sermayenin hem yapısal, ilişkisel hem de bilişsel boyutları arasındaki ilişkileri ve bu boyutlar ile kaynak değişimi ve ürün inovasyonu kalıpları arasındaki ilişkileri incelemişlerdir.	Genel olarak, bu araştırmanın sonuçları, sosyal sermayenin değer yaratmayı kolaylaştırdığı argümanına güçlü bir destek sağlamaktadır. Sosyal sermayenin yapısal boyutunun bir tezahürü olan sosyal etkileşim ve ilişkisel boyutun bir tezahürü olan güven, ürün yeniliği üzerinde önemli bir etkisi olan, birleşik kaynak değişimi kapsamı ile önemli ölçüde ilişkiliydi.

⁹⁸⁰ “Ekonomik yapı, yenilikçilik kapasitesi, altyapı ve erişebilirlik, beşeri sermaye, sosyal sermaye”

The Role Of Local Networks In Innovation Production And Knowledge Share With University: Çanakkale Case Study, Elvin Özdemir, M.Sc. Thesis, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2012	Çalışmada örnek-olay incelemesi için Batı Marmara bölgesi ve özelde Çanakkale kentinde birincil veri olarak kentteki yerel aktörlerle (belediye, üniversite, kent konseyi, sanayi ve ticaret odası, kalkınma ajansı, sivil inisiyatif sahipleri) görüşme yapılmıştır. Kurumların inovasyon kavramı üzerine görüşleri, diğer kurumlarla olan etkileşimleri, ortak proje ve çalışmaları değerlendirilmektedir. İkincil veri olarak, kurumların stratejik planları incelenerek, kurumsal vizyon ve misyonun yenilik kavramına ne kadar öncelik verdiği ve diğer kurumlarla olabilecek iş birliklerini ne kadar öne çıkardıkları incelenmektedir.	Çalışma sonucunda üniversitenin vizyonuna paralel olarak yenilik ve yerel kalkınmaya verdiği önemi kentteki kurumlarla yaptıkları ortak projeler ile desteklediği, aynı zamanda tüm kurumlarla olan ilişki ve etkileşimini sıcak tutmaya çalışarak moderatif ve öncü bir rol üstlendiği sonucuna ulaşılmıştır. Üniversite ve belediyeyle birlikte tüm diğer yerel aktörlerin kentteki inovasyon kapasitesini geliştirebileceğini öne süren “kentsel inovasyon motorları” kavramı üzerinde durulmuştur. Çanakkale’nin ilerleyen yıllarda inovasyon kapasitesini geliştireceği düşünülmektedir.
Yenilikçi Aktivitelerin Belirleyici Faktörü Olarak Mekânsal Gömülülük: Bursa-İznik Örneğinde Bir Araştırma, Kübra Koçer, Yüksek Lisans, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya, 2018	Yenilikçi, bilgi ve öğrenme odaklı ekonomik mekânların ortaya çıkma süreci mekânın yerleşik değerleriyle ilişkilendirilerek açıklanmaya başlanmıştır. Bu çalışmada, yeni ekonomik ve sosyal paradigmlar bağlamında mekâna yönelik bakış açılarını ortaya koyarak örnek alan olarak seçilen Bursa İli İznik İlçesi özelinde yerleşik ilişkilerin bölgenin yenilikçilik düzeyini nasıl etkilediğini anket, mülakat ve ikincil verilerle belirlemek hedeflenmiştir.	Çalışma sonucunda, İznik’in sosyal sermaye ve sosyal ağ potansiyelleri, mekânsal çeşitliliği sunduğu kentleşme ve yerelleşme ekonomileri, girişimci kültür ve bağlantılar gibi yerleşik ilişkilerin İznik yerleşmesinin yenilikçi aktiviteleri üzerinde belirleyici rolü olduğu ve kentin rekabet koşullarını düzenleyerek ekonomik kırılmalı dönemlerinde dirençli olabildiği görülmüştür.
Örgütsel Sosyal Sermaye Yatırımlarının Önbüro Çalışanları Üzerine Etkisi, Esra Ünal, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2013	Araştırmanın temel amacı örgütsel sosyal sermaye yatırımlarının (kurum kültürü, adalet ve uyum) ön büro çalışanları üzerindeki etkisini (kabullenme, müşteri odaklılık, marka tutumu) incelemektir. 290 formdan (21 soru) 79’u filtre soru; ve 89’u tamamlanmamış sorular nedeniyle elenmiş, 122 forma faktör analizi ve doğrusal regresyon uygulanmıştır.	Örgütsel sosyal sermaye yatırımları ile motivasyonu pozitif etkilenen çalışanların firmanın otoritesini kabul etmesi ve belli bir otorite altında çalışmaları beklenmektedir. Çalışma sonucu bu otoritenin yaratıcılığı ve inovasyon uygulamalarını engellemeden ve çalışanlara yöneticilerden gelen geri beslemeler karşısında yöntem değişikliğine gidebilecek esnekliğin sağlanması ve iletişime açık kurum kültürü ile sağlanacağını göstermiştir.

Endüstriyel Kümelenmenin Yenilikçilik Sürecine Etkilerinin Analizi, Sedat Acar, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2014	Sektörel kümelenmenin inovasyon sürecine etkilerini analiz etmek amacıyla, İzmir plastik ve medikal sektörlerindeki firmaların kümelenme becerilerini, teknolojik inovasyon düzeylerini ve söz konusu yeniliklere katkı sunan bilgi kaynaklarını ortaya çıkarmak için plastik sektörüne 61 (48 İzmir, 13 Manisa), medikal sektörüne ise 46 anket (teknolojik inovasyon anketi) ve farklı kurumlara mülakat yöntemleri uygulanmıştır.	Firmalar, yerel dernek, oda vb. kurumların sektörün temsiliyeti konusunda yetersiz kaldığını belirtmektedirler. Ancak, firmaların da bu tür kurumlara ilgisiz kaldıkları veya aktif görev almadıkları görülmektedir. Sektörde ar-ge düzeyi yetersizdir ve test ve analiz hizmetleri dışında üniversitelerle akademik düzeyde ilişki geliştirmemektedirler. Bunlara bağlı olarak bildirilen inovasyon düzeyi yüksek olmasına rağmen, firmaların tasarım, kalıp gibi uygulamaları da inovasyon olarak değerlendirdikleri, buna karşılık radikal inovasyonların yalnızca binde beş düzeyinde kaldığı ifade edilmektedir.
Sources and Benefits of Social Capital For Technology Based Firms In STPs: A Case of METU Technopolis, Duygu Aslan, Master Of Science, Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2014	Bu tezin temel amacı bilim ve teknoloji parklarında yer alan teknoloji firmaları için sosyal sermayenin kökenlerini ve faydalarını araştırmaktır. Bu amaçla Türkiye'nin ilk bilim ve teknoloji parkı olan ODTÜ Teknokent'teki firmalar incelenerek, bu parklarda yer alan teknoloji firmalarının ikili ve ağ bazlı ilişkileri irdelenmiştir. Yöntem olarak hem nicel (anket, 53 firma) hem de nitel (mülakat, 9 firma) araştırma yöntemlerini içeren karma bir yaklaşım uygulanmış ve nitel veriler gömülü kuram kullanılarak analiz edilmiştir.	Araştırma sonuçlarına göre bilim ve teknoloji parklarında yer alan teknoloji firmalarının sahipleri ya da genel müdürleri arasındaki gayri resmi ağlar firmalar arasında sosyal sermayenin gelişimi için bir kaynak oluşturmakta ancak fiziksel yakınlığın bir etkisi olmamaktadır. İnternet, teknoloji ağırlıklı firmalara sosyal sermayenin inovatif bilgi faydalarını sınırlandıran önemli bir faktördür ancak yeni müşteri bağlantıları, ortak proje partnerleri gibi alanlarda yarar sağlamaktadır. İnovasyon ve arge çalışmalarında güçlü bağları tercih etmektedirler.

Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşım Yönelimi Aracılığı İle Organizasyonel Performansa Etkisi, Ecenur Melisa Büyüksaraç, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2015	Bu çalışmanın temel amacı telekomünikasyon sektöründe sosyal sermayenin bilgi paylaşım yönelimi aracılığıyla şirket performansına etkisini inceleyen teorik modelin test edilmesidir. Anket tabanlı çalışmada kurulan model hipotezlerle test edilmiştir. Araştırmanın kapsamını Türkiye’deki telekomünikasyon sektöründe çalışan beyaz yakalı çalışanlar oluşturmaktadır. Bu kapsam dâhilinde 281 çalışandan alınan verilerle yapılan analiz (YEM) sonuçları; sosyal sermaye ve şirket performansının ilişkisinde bilgi paylaşımı yöneliminin aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir.	Yapılan analizler yapısal ve bilişsel sosyal sermayenin bilgi paylaşımına etkisi olmadığını, ilişkisel sosyal sermayeninse olduğunu göstermektedir. İlişkisel sosyal sermaye bilgi paylaşımını arttırarak iletişim maliyetini düşürmektedir. Ayrıca bireyler arası ilişkileri yöneterek inovasyon ve büyüme gibi örgütsel performans çıktılarını artırmaktadır. Araştırma, güvenin ve benzerlik derecesinin bilgi alışverişinde ve kaynakların birleştirilmesinde pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu ve bu pozitif ilişkinin de yenilikçilik ve performans açısından pozitif bir etkiye sebebiyet verdiğini kanıtlamaktadır.
Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması, Aytül Ayşe Özdemir, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2007	Sosyal sermayenin yeni ve özgün bilgi yaratmadaki rolünün incelenmesi, tezin başlıca amacıdır. Ankara’daki çeşitli üniversitelerden 624 akademisyen tarafından cevaplanan anketlerin 600’ü değerlendirmelerde kullanılmıştır. Formdan ağ kurma ve güven düzeyine ilişkin edinilen veriler, akademik yayın performanslarıyla karşılaştırılarak istatistiksel analize tabi tutulmuştur.	Sosyal sermaye ve bilgi yaratma arasındaki ilişkiyi araştıran bu çalışmaya göre, sosyal sermaye, bilgi yaratmanın ve inovasyon üretmenin sahip olduğu en önemli kaynaklardan birisidir. Sosyal sermayenin olası etkilerinden faydalanmak için bireyler arası sosyal etkileşimin, bilgi yaratma ve paylaşma faaliyetleri ile birleştirilmesi ve çalışanlara ortak çalışma kültürünün kazandırılması gerekmektedir.
Social Capital Development Among Tenant Firms And Between Tenant Firms And The Host University In Business Incubators Gamze Köseoglu MBA Thesis Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University	TEKMER’lerdeki firmalar arası ve firmalar-üniversiteler arası sosyal sermaye gelişimiyle faydalarına odaklanan çalışmada gözlem, pilot çalışma, anket ve mülakat yöntemleri birlikte kullanılmış, veriler gömülü teori yaklaşımıyla analiz edilmiştir.	Firmalar, bilgi, know-how ve teknoloji transferi yollarıyla fayda sağlıyorlar. Ayrıca dışarıdaki firmaların TEKMER bünyesinde yer almaları ve TÜBİTAK gibi kurumlara başvurmaları yönünde teşvik ediyorlar. Ayrıca sinerji ve itibar gibi artılar da söz konusu.

Yenilikçi Girişimciliğin Dinamikleri: Bireysel ve Kurumsal Faktörler, Tülin Köroğlu, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 2018	Yenilikçi girişimcilik faaliyetinin bireysel ve kurumsal öncülleriyle ilişkisini test etmek amacıyla, Global Entrepreneurship Monitor'dan elde edilen ve 90 ülkeden 2005 ile 2013 yılları arasında 85461 adet bireysel düzeyde gözlem içeren büyük hacimli bir veri seti kullanılmış ve karışık etkili lojistik regresyonla analiz edilmiştir.	Bireysel düzeyde girişimcinin geçmişten gelen deneyiminin, sosyal sermayesinin, kendi kabiliyetlerine olan güveninin ve fırsat algılarının yenilikçi girişimcilik davranışı üzerinde pozitif, başarısızlık korkusunun ise negatif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.
EU Innovation Policy: The Role Of Social Capital, Helen Demir, Master of Arts in European Studies Graduate School of Arts and Social Sciences Sabancı University İstanbul, 2009	Çalışmanın amacı, sosyal sermayenin inovasyonu ne şekilde kolaylaştırdığını, ekonomik gelişime nasıl ışık tuttuğunu ve sosyal sermaye kavramının Avrupa Birliği içerisindeki inovasyon politikaları için nasıl bir temel oluşturduğunu izah etmeye çalışmaktır. Üçüncü İtalya⁹⁸¹ (Emilia-Romagna vs. Calabria-Round I-II) üzerine yapılan vaka analizi incelemesi ve sonuçların Avrupa Birliği'ne genelleştirilmesi, kullanılan başlıca yöntemlerdir.	Yerel ekonomilerde yer alan sosyal sermaye, ekonomik gelişime; paylaşılan değerler ve kurallar, yüz yüze yapılan çalışmalar ve birbirinden öğrenme yoluyla oluşturulan güven bağlarının inovasyonu kolaylaştırması yoluyla katkıda bulunmaktadır. Avrupa Birliği, kümelerdeki işbirliği ağlarını temel alan bir inovasyon politikası yoluyla bilgiye dayalı bir ekonomi oluşturarak; dinamik, rekabetçi ve yenilikçi bir Avrupa oluşturulması çabasıdır.

⁹⁸¹ "Üçüncü İtalya" kavramı, ekonomik kalkınma açısından ilginç bir araştırma olanağı sunmaktadır. 1970'lerin sonunda, geleneksel İlk İtalya - zengin Kuzeybatı ve İkinci İtalya - sırasıyla derin bir kriz ve durgun ekonomik büyüme belirtileri gösteren yoksul Güney'den sonra geliştirilmiştir. 1977'de Arnaldo Bagnasco tarafından ortaya atılan kavram, ülke için ekonomik bir ilerleme kaynağı olarak göze çarpmaktadır. Porter, İtalyan endüstrisini, "ürünlerde inovasyon yapmayla, en son teknolojiye sahip üretimi birleştiren olağanüstü yetenek" olarak tanımlamaktadır. Bkz: Ron A. Boschma, "The Industrial Rise of the Third Italy: Open Window of Locational Opportunity?", **38th Congress of the European Regional Science Association**, Vienna,,28 August - 1 September 1998, p.4-5; Costis Hadjimichalis, "The End of Third Italy as We Know It?", **Antipode**, Vol.38, No.1, 2006, p.84; Paul Ginsborg, "Explaining Italy's Crisis", **The New Italian Republic: From the Fall of the Berlin Wall to Berlusconi**, Stephen Gundle ve Simon Parker (Eds.), London: Routledge, 1996, p.21; Paul Ginsborg, "The Italian Economy: Constraints and Achievements", **Italy and its Discontents 1980-2001: Family, Civil Society, State**, New York: Palgrave Macmillan, 2003, p.2

Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinde Yönetim Üye İlişkileri ve Yaşanan Sorunlar: Eğirdir İlçe Örneği, Mustafa Gök, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2013	Türkiye’deki tarımsal kalkınma kooperatiflerinde yaşanan muhtelif sorunlar ve bu sorunların Eğirdir ilçesi özelinde üyelerin sosyo-demografik özellikleri, üye-kooperatif ilişkileri, yaşanan sorunlar, uyum ve tatmin durumu, sosyal ortam, yönetim ortak ilişkileri, katılım durumu, motivasyon ve genel memnuniyet durumları yüz yüze anket (74 soru) çalışması ve 324 katılımcıyla belirlenmeye çalışılmıştır (mevcut durum analizi). Çözümüne yönelik bazı yaklaşımlara yer verilmiştir.	Toplum genelindeki “kişiler arası güven, dayanışma ve ortak iş yapma kültürü” gibi değerleri de kapsayan sosyal sermayenin düşüklüğü, kooperatiflerin zayıf noktalarından biridir. Kooperatifler, ortak bir amacı başarmak için beraber çalışma, sosyal sermayeyi artırma, işbirliği normlarını geliştirme, kolektif hareket oluşturarak, yeniliklerin ve değişimin yayılmasında, benimsetilmesinde önemli rol oynamaktadır.
Relationship Between Social Capital, Information Sharing, Organizational Ambidexterity and Firm Performance In Technology Parks, Fatma Feyza Keskin, MBA Thesis, Graduate School Of Social Sciences of Middle East Technical University, Ankara, 2018	Türkiye’deki teknopark firmalarında sosyal sermaye, bilgi paylaşımı, çift yönlülük ve firma performansı arasındaki bağı araştırmak kavramlar arasındaki ikili ilişkiler ve seri aracılık etkisi irdelenmiştir. Anket yoluyla Ankara’daki üç teknoparktan veri toplanmıştır. 87 firmanın anket sonuçları seri ve birleşik (seri ve paralel) aracı etken analizi kullanılarak analiz edilmiştir.	Sonuçlara göre teknopark firmaları arasındaki yüksek sosyal sermaye, firmalar arası bilgi paylaşımı sağlayarak ve bu sayede firmaların çift yönlülüklerini artırarak firma performansını artırmaktadır. Buna ek olarak, firmalar arasındaki güvenin ve bilgi paylaşımının artırılması ile teknoparkların esas amaçları arasında yer alan inovasyon, yeni ürün geliştirme ve yeni pazarlara girme gibi aktivitelerin geliştirilmesi kuvvetle muhtemeldir.
Liderlik Davranışının Duygusal Emek ve Yenilikçi İklim Üzerindeki Etkisinde Sosyal Sermaye ile Entelektüel Sermayenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, İsa Bayhan, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018	Çalışmanın temel amacı liderlik davranışının duygusal emek ve yenilikçi iklim etkisinde sosyal sermaye ve entelektüel sermayenin aracılık rolünün incelenmesidir. Nicel yöntemlerden betimsel ve ilişkisel taramaya uygun olarak İstanbul’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinden 548 geçerli anketle veri toplanmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak ortaya konulan araştırma modeli sorgulanmıştır.	Araştırma sonucunda liderlik davranışının duygusal emek ve yenilikçi iklim etkisinde sosyal sermayenin tam aracılık rolü olduğu, liderlik davranışının duygusal emek üzerindeki etkisinde entelektüel sermayenin tam aracılık rolü olduğu, yenilik iklimi etkisinde ise kısmi aracılık etkisi oluşturduğu belirlenmiştir.

Sosyal sermaye ve inovasyon ilişkisine dair verilen açıklamalar ve özetlenen önceki çalışmalardan sonra, girişimcilerin sosyal sermaye düzeyleriyle inovasyon yapma oranları arasında ilişki olduğu görülmektedir.

3.1.2.2. Tembellik ve Yaratıcılık İlişkisi ve Geçmiş Araştırmalar

Aşağıda öncelikle tembellik ve yaratıcılık ilişkisine dair açıklamalara yer verilmekte, konuya ilişkin önceden yapılmış araştırmalar özetlenmekte, sonrasında ilgili hipotez geliştirilmektedir.

3.1.2.2.1. Tembellik ve Yaratıcılık İlişkisi

“We Learn Nothing” adlı kitabında⁹⁸² tembellik konusuna oldukça geniş yer veren Tim Kreider’e göre “tembellik sadece bir tatil, bir şımartma ya da bir zaaf değildir”. Tembelliğin sağladığı boşluk ve sessizlik, hayattan geri durup bütün olarak görmek, beklenmedik bağlantılar yapmak ve ilham verici vahşi yaz yıldıırımlarını beklemek için gerekli koşulları sağlar. Bu, herhangi bir işin yapılması için paradoksal olarak gereklidir⁹⁸³. Arşimet’in banyodaki “Eureka”sı, Newton’un elması, Jekyll ve Hyde, benzen halkası: tarih, boş anlarda ve rüyalarda ortaya çıkan ilham hikâyeleriyle doludur. İnsan neredeyse, aylakların, altın avcılarının ve hesapsızların, dünyanın en büyük fikirlerinden, icatlarından ve ustalıklarından, çalışkanlıktan daha fazla sorumlu olup olmadığını merak ediyor⁹⁸⁴. Thomas Pynchon da, “Yedi Ölümcül Günah: Tembellik” adlı denemesinde “boş rüyalar, genellikle yaptığımız şeyin özüdür” diye yazmaktadır⁹⁸⁵: “Hayallerimizi satıyoruz. Yani gerçek para, aslında artık tembellikten geçiyor. Bu dönüşümün, eğlence sektörünün başka yerlerinde daha da şaşırtıcı olduğu söyleniyor.”

Ağaç altında otururken yer çekimini keşfeden Newton⁹⁸⁶, hamam keyfi yaparken suyun kaldırma kuvvetini keşfeden Arşimet⁹⁸⁷, gaz yağı lambalarının şişelerini silmekten bezen ve ampulü keşfeden Edison, öğretmenleri tarafından tembel bir öğrenci olduğu

⁹⁸² Tim Kreider, **We Learn Nothing**, Simon&Schuster, New York: Free, 2012

⁹⁸³ Tim Kreider, “The Busy Trap”, **The New York Times**, <https://opinionator.blogs.nytimes.com/2012/06/30/the-busy-trap/>, (06.08.2018)

⁹⁸⁴ Tim Kreider, “Lazy: A Manifesto”, **Stay Strong**, <http://www.staystrongsc.com/blog/2017/1/8/lazy-a-manifesto>, (06.08.2018)

⁹⁸⁵ Thomas Pynchon “The Deadly Sins/ Sloth; Nearer, My Couch, to Thee”, **The New York Times**, https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/97/05/18/reviews/pynchon-sloth.html?_r=1, (06.08.2018)

⁹⁸⁶ Burcu Çoban, “Probleme Dayalı Öğrenmenin Öğrencilerin Akademik Başarılarına, Yaratıcılıklarına ve Transfer Becerilerine Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Şubat 2014, s.30

⁹⁸⁷ Hasan Hüseyin Akbulut, “Sıvıların Kaldırma Kuvveti ve Yüzme Kavramlarına Yönelik Probleme Dayalı Öğrenme Uygulaması ve Değerlendirilmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, Kasım 2010, s.118

düşünülen ve izafiyet teorisini geliştiren Einstein⁹⁸⁸ gibi imgeler, ister istemez tembellik ve yaratıcılık arasında bir bağlantı olduğunu akla getiriyor⁹⁸⁹. Buna paralel olarak Osho'ya göre yaratıcı birey bir şeyi yapmanın en ekonomik yolunu, en az çaba sarf ederek yapma yolunu bilen kişidir. Bunu bulabilmek için yeniyi denemekten çekinmez⁹⁹⁰.

Biliyoruz ki insanoğlu yaşadığı ortamdan en iyi yararlanabilme olanağını ancak; bilgi, yöntem ve araç-gereçleri en iyi biçimde kullanarak elde edebilmiştir. Bunu ilk gözlemlediği günden itibaren de yaratıcılık, onun yaşamın her alanında görülebilen bir özelliği olmuştur⁹⁹¹. Yaratıcı düşünce gerçekten çok güçlü bir kuvvettir. İnsanlık televizyonu, radyoyu, bilgisayarı, uzay gemisini yaratıcı düşünceyle kazanmıştır. Edebiyat, sanat, müzik ve mimari eserler onun sayesinde doğmuştur⁹⁹². Yaratıcılık toplumları ileriye götüren önemli bir durumdur. Çünkü yaratıcılık daha fazla yeni, özgün bilgi üretilmesini sağlamaktadır. Toplumlarda yaratıcılığı üst düzey olanlar tarihe damgasını vurmuşlardır. Örneğin Lidyalılar para, Mısır medeniyeti kâğıt, Çinliler matbaa buluşları ile unutulmazlar arasında yerlerini almışlardır⁹⁹³.

İster çıplak ellerimizin etkisini arttırmak için ilkel bir aletin icadı olsun, isterse pulluğun icadıyla hayvan gücünü kullanarak daha az emek ile daha iyi bir sonuç elde etmek için olsun. İster haberleşmeyi kolaylaştırmak için telefonun bulunuşu olsun, isterse yürüme zahmetinden kurtulmak için taşıtların icadı olsun. İnsan kültürünün gelişimi, hayatı daha az zahmetli hale getirmek için genel bir dürtü tarafından yönlendiriliyor gibi görünmektedir. Sanki içimizdeki enerjiden daha fazlasına karşı bir direncimiz varmış

⁹⁸⁸ Sibel Ateş Yengin, “Öğretmenlerin Aptal Deddiği Bu Çocukların Hepsisi Dahi Çıktı”, **Akşam Gazetesi**, 16.07.2017, <https://www.aksam.com.tr/pazar/ogretmenlerin-aptal-dedig-bu-cocuklarin-hepsi--dahi-cikti/haber-643342>, (07.09.2018).

⁹⁸⁹ Benzer bir bakış açısıyla, Van Gogh deli, Gauguin şizoid, Poe alkolik ve Virginia Woolf depresiftir. Bkz: Rollo May, **Yaratma Cesareti**, 6.baskı, Alper Oysal (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 1998, s.61-62. Bu listeye Degas ve Byron da eklenebilir. Bkz: Nuray Sungur, **Yaratıcı Düşünce**, 2.baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi, 1997, s.40-41. Bazı psikozların belirtileri ile yaratıcı kişilerin özellikleri arasında benzerlikler görülmektedir. Bu noktada önemli olan soru şudur: Bu benzerlik, yüksek yaratıcılığa sahip kişilerin bazı psikozlar açısından yatkınlığını mı göstermektedir, yoksa psikozların yaratıcılığı serbest bırakmak açısından kolaylaştırıcı bir etkisi mi var? Bkz: Gözlem Kıray, “Khatena-Torrance Yaratıcılık Algı Envanterinin Türkiye Koşullarına Uyarlanması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013, s.2. Ayrıca bkz: Haldun Soygür, “Sanat ve Delilik”, **Klinik Psikiyatri**, Cilt.2, Sayı.2, 1999, ss.124-133.

⁹⁹⁰ Osho, **Creativity: Unleashing the Forces Within (Osho Insights for a New Way of Living)**, Kindle Edition, Zurich Switzerland: Osho International Foundation, 2005, s.113-114

⁹⁹¹ Leyla Ağluç, “Sanat Yaratıcılık Bağlamında İnsan ve Yaratma Güdüsü”, **Mediterranean Journal of Humanities**, Cilt.3, Sayı.1, 2013, ss.1-14, s.2

⁹⁹² Savaş Yılmaz, “Başarılı ve Başarısız 7. Sınıf Öğrencilerinin Türkçe Derslerinde Kullandıkları Okuma Stratejileri ve Yaratıcılık Düzeyleri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2008, s.3

⁹⁹³ Emre Ersükmen, “İlköğretim Fen ve Teknoloji Ders Öğretmenlerinin Yaratıcılık Kavramına İlişkin Görüşleri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2010, s.2; Nergis Ebru Kurtuluş, “Xavier Dolan Sinemasında “Auteur Kuram” İzlerinin “Yaratıcılık” Bağlamında İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Eylül 2017, s.7

gibi, her koşulda ve her zaman istenen sonuçları elde etmenin daha kolay bir yolunu arayan bir zihindeyiz. Bu bakımdan direnç ve tembellik ve yaratıcılığın itaatkâr hizmetkârıdır. Tembellik güdümlü ve tehlike odaklı yaratıcılığın verimli birleşiminin, kendi özgür irademizi kullanarak az bir enerji miktarı ile hayatlarımızı yaşayabileceğimiz bir sahneye getirdiğini söyleyebiliriz⁹⁹⁴.

Stanley M. Aronson, 18.yüzyıldan itibaren kavramın kısa bir tarihçesini verdikten sonra “toplumun ahlaki dokusunun nöbetçileri olan sağlam gönüllü vatandaşlar” tarafından tembelliğin günah ilan edilmesini Sanayi Devrimi’nin istenmeyen bir yan ürünü olarak eleştirmektedir⁹⁹⁵: *“Aylaklık ve ruhsal ilgisizlik, elbette, üretkenliğin düşmanıdır, ama illaki yaratıcılığın düşmanı değildir. Toplum, barınma ve beslenme için temel gereksinimlerini karşıladığında, bazılarının kendilerini bir tefekkür hayatına adanmasına kesinlikle izin verebilir, hatta teşvik edebilir. Ancak, sessiz dalgınlık anları sırasında kaç tane harika fikir, bilimsel keşifler ve ölümsüz sanat eserleri ortaya çıktı? Ve dehaya sahip olmayan geri kalanımız için, en azından, iddiasız tefekkür, iç sessizliğin dinginliği ve doğal dünya ile birleşme hissi daima bir armağandır”*.

Ampirik araştırmaların sayısı sınırlı da olsa, son yıllarda önceki dönemlere göre tembellik kavramına olan ilginin özellikle de yaratıcılıkla olan bağlantısı nedeniyle artmış olduğu da bir gerçektir. Manfred F. R. Kets de Vries, hiçbir şey yapmamanın ve sıkılmanın yaratıcı süreç için paha biçilmez olabileceğini ileri sürer⁹⁹⁶. Ona göre, şu andaki “ağa bağlı” toplumumuz iç gözlem ve derin düşünme sanatını kaybetmiştir; bunun yerine, bilgi aşırı yüklenmesinin kurbanı olma riskimiz vardır. Etkinlik ve hareketsizlik arasındaki denge ciddi anlamda senkronizasyon dışı kalmıştır. Ancak hiçbir şey yapmamak, hayal gücümüzü besleyen zihinsel durumları teşvik etmenin harika bir yoludur. Gevşemek zihinsel sağlığımız için yapabileceğimiz en iyi şey olabilir. Görünüşte aktif olmayan zihinsel durumlar, gelecekteki yaratıcılık patlamaları için bir kuluçka dönemi olabilir.

Meşgul olmak, rahatsız edici düşünceleri ve hisleri engellemek için çok etkili bir savunma mekanizması olabilir. Fakat manik benzeri davranışlara başvuru, kesintisiz ve

⁹⁹⁴ Magnar Åm, “Creativity and Resistance”, **Innovation, Creativity and Culture**, W. Coudenys and J.Kenyon, (eds.), Loughborough University Institutional Repository, 2009, s.127-128

⁹⁹⁵ Stanley M. Aronson, “From the Shiftless Lazy to the Contemplative Scholars”, **Rhode Island Medical Journal** Commentary, January 2016, pp.11-12

⁹⁹⁶ Manfred F. R. Kets de Vries, “**Doing Nothing and Nothing to Do: The Hidden Value of Empty Time and Boredom**”, Faculty and Research Working Paper, Fontainebleau Cedex, France: INSEAD The Business School of the World, 2014, p.2

özgürce ilişkisel düşünceler dönemlerinden kaçınarak, bilinçli veya bilinçsizce duygu ve endişelerimizin gerçeğini bastırırız. Ancak bilinçsiz düşünce süreçleri, problem çözme konusundaki bilinçli bir odaklanmadan daha etkili yeni fikirler ve çözümler üretebilir. Lee Walburn, aylaklığın ünlü yazar Paul West'in kariyerine olan önemli katkısından bahseder ve kavramın daha iyi bir imajı hak ettiğini ileri sürer⁹⁹⁷: “Gerçek yaratıcılık, inanmaya başladım ki, sık sık aylaklığın pınarında yıkanır”. Yapılmış olması veya yapılması gerekenlerle ilgili her türlü endişeyi ortadan kaldırmamızı sağlayan, gereksiz zihinsel çöpleri kaldırımdaki konteynıra götüren ve içimizde dolaşmak için yeterince yer bırakan, aklımızı tökezletmeyen veya sessiz bir çaresizlik içine itmeyen belirli bir aylaklık türüne güçlü bir ihtiyaç var.

3.2.2.2. Tembellik-Yaratıcılık İlişkisi ve Bağlantılı Araştırmalar

Doğrudan doğruya tembellik ve yaratıcılık (veya çalışkanlık ve yaratıcılık) ilişkisini ele alan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bunun en temel sebebi, tembellik kavramının muğlak yapısı nedeniyle bugüne kadar ölçme girişiminde pek bulunulmaması olabilir.

Tembellik, öncelikle kişisel bir nitelik ve sığata işaret ediyor olabilir; “*Öyle tembel bir insan ki, yemek hazırlamamak için açlıktan ölecek*”. Bu durumda uzun süreli ve kalıcı bir özellik söz konusudur. Ancak aynı zamanda bir süreç veya durum bildiriyor olabilir. Bu formu, olumsuz olabileceği gibi, olumlu veya nötr (örneğin dinlenme anlamında) olarak da kullanılabilir: “*Çok yoruldum, biraz tembelliği hak ettim*”. Kaldı ki sınırlarını çizmek de zordur; “*nereye kadar dinlenme, nereye kadar tembellik?*”. Bazen de bir davranış biçimi olarak karşımıza çıkar, işi ağırdan almak gibi örneklendirilebilir.

Bir diğer neden, tembellik olarak değerlendirilebilecek pek çok durumun farklı şekillerde de isimlendirilmeye müsait oluşudur; zaman tasarrufu, enerji tasarrufu, kolaylaştırma, pratik olma gibi. Ayrıca, tembellik oldukça göreceli bir kavramdır. Hayal kurmak, kitap okumak, resim, müzik, bazılarına göre “*boş işler*” ve tembellikken, bazılarınca son derece üretken ve önemli faaliyetler olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bazen ruhsal ya da fiziksel bir durum ya da rahatsızlıkla ilgili olabilir; kan dolaşımının

⁹⁹⁷ Lee Walburn, “Let Us Now Praise Indolent Men”, **Atlanta Magazine**, Vol.39, No.9, January 2000, 46701: <https://www.atlantamagazine.com/> (05.08.19)

yavaş olması, dalgınlık, depresyon veya dikkat dağınıklığı gibi. Bazen de sadece yorgunuzdur. Bunların yanı sıra, tembelliğin farklı biçimlerde ve farklı durumlarda ortaya çıkıyor oluşu ve geniş kapsamı, tanımlanmasını ve netleştirilmesini güçleştirmektedir.

Eğer tembelliği bedensel işlerle sınırlandırıyor olsaydık ölçülmesi kolaylaşır. Nitekim kişinin fiziksel aktivite düzeyini bir takım teknik cihazlarla ölçmek mümkün olduğu gibi, bununla ilgili olarak geliştirilmiş ve yaygın olarak kullanılan fiziksel aktivite ölçekleri de mevcuttur. Ancak kavramın bir de zihinsel tembelliği kapsayan geniş bir boyutu var. Üstelik bireylerin davranışları durumlara göre farklılaşmaktadır. Yapılacak işin bedensel-zihinsel, rutin-değişken, sıradan-yaratıcı, basit-karmaşık, vb. olmasına göre, verdiği tembellik-çalışkanlık tepkisi de değişmektedir.

Son olarak tembellikle eş anlamlı olarak kullanılan aylaklık, tseyyüp, rehavet, lapacılık, kesel, atalet, ateme, tekâsül ve tembelle eş anlamlı olarak kullanılan erincek, kalp, uyuşuk, üşengeç gibi kelimelerin çokluğunu da dikkate almak gerekir. Tüm bu faktörler, tembelliğin ölçülmesini ve dolayısıyla yaratıcılıkla bağlantısının ortaya konulmasını güçleştirmektedir⁹⁹⁸.

Yapılan ampirik araştırmaların çoğu, doğrudan doğruya tembellik kavramını ele almasa da boş zaman aktiviteleri, amatör sanatsal faaliyetler, dağınıklık, üretken tembellik, sanal tembellik, dalgınlık (mind-wandering), rahat biliş, vb. kavramları ele alarak kendilerinden sonraki kavramsal çalışmalarda sık sık tembelliğe atıf yapılmasına neden olmaktadır. Aşağıda, bu şekilde, tembellik, yaratıcılık, aralarındaki ilişki ve bağlantılı diğer konuları ele alan araştırmalar ve çalışmalarla ilgili bir tablo bulunmaktadır (Tablo 7).

⁹⁹⁸ Aronson, benzer bir çalışmayı İngilizcede gerçekleştirerek “sloth, indolence, lethargy, lassitude, purposeless meditation, daydreaming, acedia, idleness”, gibi farklı kullanımlarına işaret etmektedir. Bkz: Stanley M. Aronson, pp.11-12

Tablo 7: Tembellik-Yaratıcılık İlişkisi ve Bağlantılı Diğer Araştırmalar

Araştırmanın Künyesi	Yöntemi	Bulgular
Efficient Scheduling in Crowdsourcing based on Workers' Mood (Kitle Kaynaklı Çalışmalarda İşçilerin Ruh Haline Dayalı Verimli Planlama) Han Yu, Zhiqi Shen, Simon Fauvel ve Lizhen Cui Second IEEE International Conference on Agents (ICA) 2017, pp.121-126	Çalışma, yüksek kolektif üretkenliğe ve yaratıcılığa ulaşırken kitle kaynaklı⁹⁹⁹ çalışanların emek harcamalarını en aza indiren dinamik bir zamanlama yaklaşımı olan Affective (Duygusal) Crowdsourcing (AC) ile ilgili bir model önerisidir. Analizlerde Taobao.com'un¹⁰⁰⁰ Tianchi¹⁰⁰¹ büyük veri platformu tarafından yayınlanan geniş çaplı bir gerçek dünya veri setine dayanan kapsamlı sayısal deneyler (algoritma, matematiksel denklem hesaplamaları) yöntemlerini kullanmaktadır. Önerilen yaklaşım, akıllı ajanların kitle kaynaklı çalışanların üretken tembellik¹⁰⁰² kazanmalarını kolaylaştırmalarına yardımcı olacak yeni bir çerçeve oluşturmaktadır.	Yaklaşım, 'üretken tembellik' kavramını işgücü yönetimi araştırmalarında işlevselleştirmek için insanların ruh halleriyle üretkenlikleri ve yaratıcılıkları arasındaki ilişki hakkında ortaya çıkan kanıtları kullanmaktadır. Yapılan analizler, AC'nin mikro görevlerdeki¹⁰⁰³ işçi çabalarını önemli ölçüde koruduğunu gösterirken, diğer alternatif programlama yaklaşımlarına kıyasla görev tamamlama oranları bakımından en küçük fedakârlığı yaptığını göstermektedir. Önerilen yaklaşım yenidir ve çalışanların işlerini ve dinlenme programlarını optimize etmeleri için kitle kaynaklı çalışanlara bir çerçeve oluşturmaktadır.

⁹⁹⁹ CS (kitle-kaynak-kullanımı) kavramı ilke kez 2006 yılında Jeff Howe tarafından “işletme dışındaki kişilerin (kalabalığın) işletmenin işlerinin (sıradan görevler, rutin işler, araştırma ve veri toplama faaliyetleri, vb.) yapılmasına katkıda bulunması” şeklinde tanımlanmıştır. Bir network üzerinde dağınık halde bulunan bireylerin, açık davet yoluyla, bilgi ve becerilerinin kullanılması ile problemlerin çözümüne yönelik geliştirilmiş olan, bir nevi web-tabanlı iş modelidir. Çevrimiçi kitle kaynaklı pazarlar, Amazon'un mikro-görevlere ve işbirliğine dayalı algılamaya odaklanan Mechanical Turk'ünden (mTurk), karmaşık yaratıcı tasarım çalışmalarını düzenleyen 99designs'a kadar, pek çok şekilde karşımıza çıkmaktadırlar. Bkz: Jeff Howe, “The Rise of Crowdsourcing”, **Wired Magazine**, Vol.14, No.6, 2006, <https://www.wired.com/2006/06/crowds/> (03.08.19); Zhengxiang Pan, Han Yu, Chunyan Miao ve Cyril Leung, “Crowdsensing Air Quality with Camera-enabled Mobile Devices”, **Proceedings of the Twenty-Ninth AAAI Conference on Innovative Applications (IAAI-17)**, 2017, pp.4728-4733; Remzi Altunışık, “Bir Veri Toplama Platformu Olarak Crowdsourcing (CS): Mechanical Turk Örneği Üzerinden Bir Literatür Taraması ve Değerlendirme”, **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**, ICMEB17 Özel Sayısı, 2017, ss.975-982, s.976

¹⁰⁰⁰ Taobao, eBay ve Amazon'a benzeyen çevrimiçi alışveriş amaçlı en ünlü Çin web sitelerinden biridir: <https://world.taobao.com/>, (03.08.19)

¹⁰⁰¹ Akademik kullanım için standart veri setleri sağlayan platformdur: <https://tianchi.aliyun.com/dataset/> (03.08.19), Örneğin, Taobao Kullanıcı Davranışı Veri Analizleri gibi: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/61383479> (03.08.19)

¹⁰⁰² Zamanın ve işlem gücünün sınırlarına saygı göstererek bir ihtiyacı karşılayacak “yeterince iyi” olan problem çözme tarifleri, mümkün olan en kolay ve enerji istemeyen yolla işlerini halletmek için kısa yollar ve püf noktalar. Bkz: Andy Clark, “Radical Predictive Processing”, **The Southern Journal of Philosophy**, Vol.53, No.S1, 2015, pp.3-27, p.9-11

¹⁰⁰³ **Microtasks**: İnternet üzerinden her insanın yapabileceği basit, küçük dijital görevler (içerik sınıflandırma, veri projeleri ayrıştırma analizleri, arama performansını geliştirme, vb.).

Priming for Better Performance in Microtask Crowdsourcing Environments Kitle Kaynaklı Ortamlardaki Mikro Görevlerde Yüksek Performans İçin Hazırlama, Robert R. Morris, Mira Dontcheva ve Elizabeth Gerber, IEEE Internet Computing, Vol.16, No.5, 2012, pp.13–19	Kitle kaynaklı mikro görevlerde çalışanların ruh halleri ile yaratıcı çıktı kapasiteleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla iki deney tasarlandı. İlkinde görsel hazırlamanın (priming¹⁰⁰⁴) etkisini ölçmek amacıyla fotoğraflar, ikincisinde müzikler hazırlayıcı olarak kullanılarak yaratıcı görevler sonunda performanslar ölçülerek karşılaştırıldı¹⁰⁰⁵.	Sonuçlar, çalışanların ruh hallerine göre yaratıcılık kapasitelerinin değiştiğini, çalışma öncesinde veya esnasında resim ve müziğin performanslarını etkilediğini, olumlu ve olumsuz uyarılara maruz kalanların, nötr uyarılara maruz kalanlar ve kontrol grubuna göre daha yaratıcı olduklarını ortaya koymaktadır.
Sanal Tembellik ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkide Stresin Rolü: Kosova Örneği Afërina Skeja Doktora Tezi Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Edirne, 2019	Kosova'da, devlet üniversitelerindeki akademisyenlerin (N=408) sanal tembellik davranışları, yaratıcılık ve stres düzeyleri incelenmiştir. Araştırmada, veri toplamada sanal tembellik, yaratıcılık süreci ve stres ölçekleri (65 soru), analizlerdeyse Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) yöntemi ile Kanonik Korelasyon Analizi (KKA) yöntemleri kullanılmıştır.	Araştırma sonucunda, akademik personelin genel olarak sanal tembellik faaliyetleri sergilediklerinde yaratıcılıklarının azaldığı ve stres düzeylerinin de arttığı ve stresin sanal tembellik ile yaratıcılık arasında aracılık rolü oynamadığı belirlenmiştir. Ayrıca, sanal tembellik ve yaratıcılık açısından demografik özelliklere göre akademik personel arasında istatistiksel olarak farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur.
İşyerinde Sanal Tembellik Davranışı ve Etkin Zaman Yönetimi İlişkisi: Bir Kamu Kurumunda Araştırma, Esra Genç, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara, 2014	Örneklem; Ankara'da yer alan bir kamu kurumunun genel müdürlüğünün 1212 çalışanının 400'üne anket uygulanmıştır. Zaman yönetimi (27 soru) ve sanal tembellik (11 soru) ölçekleri kullanılmıştır. Analizlerde (Yapısal Eşitlik Modeli ve Kolmogorov-Smirnov, Anova vb. istatistiki test metotları 378 form kullanılmıştır.	Zaman tuzakları boyutunun (belirsizlik, kararsızlık, plansızlık) sanal tembellik davranışını pozitif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Öte yandan iş dışı faaliyetler ve internet, çalışanlara yorgunluk ve stresten kurtulma, artan iş tatmini, yaratıcılık artışı, esneklik ve dostluk gibi olumlu etkiler sağlayabilir.

¹⁰⁰⁴ Psikolojik literatür, priming (hazırlamayı) çevresel uyarılara maruz kalmanın bir sonucu olarak davranışsal eğilimlerin geçici, dolaysız olarak aktivasyonu olarak tanımlar. Hazırlayıcılar görünür (supraliminal) veya gizli (subliminal) olabilir ve bunlar ile sonraki davranışlar arasındaki bağlantı genellikle bilinçli farkındalığının dışındadır. Hazırlayıcılar videolar, görüntüler, metinler ve müzik gibi birçok şekil alabilir. Bkz: John A. Bargh ve Tanya L. Chartrand, "Studying the Mind in the Middle: A Practical Guide to Priming and Automaticity Research", **Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology**, Harry T. Reis ve Charles M. Judd (eds.), New York: Cambridge University Press, 2000, pp.253-285

¹⁰⁰⁵ Amazon Mechanical Turk (MTurk) çalışanları üzerinde gerçekleştirilen deneylerin ilkinde 226, ikincisinde 176 kişi yer aldı. İlk deney için biri olumlu (mutluluk verici, gülen bir bebek), diğeri olumsuz (endişe, hüznün; deprem sonrası insanlar) ve biri nötr (çekiç) üç fotoğraf bilimsel yöntemlerle seçilerek kontrol grubuyla beraber, dört gruba ıraksak düşünme görevinde uygulandı. İkinci deneyde de müzik parçaları için benzer bir işlem gerçekleştirildi ve yakınsak düşünme görevinde uygulandı.

Physical Order Produces Healthy Choices, Generosity, and Conventionality, Whereas Disorder Produces Creativity¹⁰⁰⁶, (Fiziksel Düzen Sağlıklı Seçimler, Cömertlik ve Geleneksellik Üretir, Oysa Dağınıklık Yaratıcılık Üretir), Kathleen D. Vohs, Joseph P. Redden ve Ryan Rahinel, Psychological Science, Vol.24 No.9, 2013, pp.1860-1867	Kırk sekiz Amerikalı öğrenci, iki farklı şekilde tasarlanmış odada (düzenli ve düzensiz ortam) deneye tabi tutuldu. Katılımcılar, düzenli ya da düzensiz olarak düzenlenmiş bir odada görevleri tamamladılar. Yaratıcılığı ölçmek için Alternatif Kullanım Alanları¹⁰⁰⁷ yöntemi uygulandı. Katılımcılara, bir şirketin ürettiği masa tenisi topları için yeni kullanım alanları yaratmak istediğini hayal ederek 10 tanesini listelemek için talimat verildi.	Deneyde, dağınık odadaki katılımcıların, düzenli odadaki katılımcılardan daha yaratıcı çözümler ürettiği tespit edildi. Düzenli bir masada çalışmak sağlıklı beslenmeyi, cömertliği ve gelenekselliği destekleyebilir. Ancak, araştırma aynı zamanda dağınık bir masanın kendi yararlarını sağlayabileceğini, yaratıcı düşünmeyi ve yeni fikirleri teşvik ettiğini gösteriyor. Masalarını toplamayan tembeller de yaratıcı olabilir.
Disordered Environments Prompt Mere Goal Pursuit Düzensiz Ortamlar Amaçlara Ulaşmaya Yönlendirir Bob M. Fennis ve Jacob H. Wiebenga Journal of Environmental Psychology, Vol.43, No.9, 2015, pp.226-237	Bir dizi (laboratuvar ve saha) çalışmasında, yazarlar çevresel işaretler bir dağınıklık deneyimini tetiklediğinde (kalabalık, gürültü, görsel karışıklık) veya insanlar düzen için şiddetli bir ihtiyaç duyduğunda ve dolayısıyla düzen algılarını geri almak için motive edildiklerinde insanların (iyi tanımlanmış hedefleri seçebilmek ve ulaşmak için motive olarak) daha fazla odaklandığını göstermektedir¹⁰⁰⁸.	Dağınık ortam, insanların net ve iyi tanımlanmış hedeflere ulaşmaya odaklanmalarına ve yaratıcılıklarına yardımcı olur. Dahası, yazarlar düzensiz bir çevrenin hedef arayışı üzerindeki etkisinin düzen algılarını yeniden teyit etme ihtiyacından kaynaklandığını ve bunun yerine hedef belirleme ve takip etmenin gerçekten bir düzen duygusu oluşturmada işlevsel olduğunu göstermektedir.
Reflections on Information Glut and Other Issues in Knowledge Productivity (Bilgi Enflasyonu ve Bilgi Verimliliğindeki Diğer Konular Üzerine Düşünceler), Jussi T.Koski, Futures Vol.33, No.6, August 2001, pp.483-495	Bu makalede, hem bireysel hem de organizasyonel düzeyde bilgi taşınması sorunu ve sonuçları çok disiplinli ve spekülative bir bakış açısıyla tartışılmaktadır. Literatür taraması, deneme, karşılaştırma gibi yöntemlerle bilgi enflasyonunun ve stres ve yorgunluğa neden olduğu ve bilgi verimliliğini bozduğu ileri sürülmektedir.	Genel bilgi birikimi ve bilgi üretkenliği çerçevesinde, yaratıcılık için bir önkoşul olarak üretken tembellik; bilgi üretkenliği bağlamında akıllı organizasyon; gizli bilginin güven ve dışsallaştırılması; yaratıcılık ile bilgi üretkenliği arasındaki bağlantılar ve akıllı yönetim sayesinde bilgi verimliliğini artırmak konularında iddialar ileri sürülmektedir.

¹⁰⁰⁶ Aynı araştırmanın başka bir yorumu için bkz: Kathleen D. Vohs, Joseph P. Redden ve Ryan Rahinel, "Tidy Desk or Messy Desk? Each Has Its Benefits," **Science Daily**, August 6, 2013. Ayrıca bkz: <https://www.psychologicalscience.org/news/releases/tydy-desk-or-messy-desk-each-has-its-benefits.html> (03.08.19)

¹⁰⁰⁷ Nesnelerin farklı kullanım alanlarını keşfetmek yaratıcılık ölçümlerinde çok sık kullanılan bir yöntemdir.

¹⁰⁰⁸ Yazarlar, dağınıklığın engelleyici deneyimine karşı savunma stratejisi olarak, insanların, düzensizliğin kaynağı ile ilgili olmayan hedefler belirleyerek ve uygulayarak insanların bir düzen duygusunu yeniden doğrulayabilecekleri varsayımından hareket etmektedirler.

Correlates and Characteristics of Boredom Proneness and Boredom, Can Sıkıntısı ve Eğiliminin Özellikleri ve İlişkili Faktörler, Mary B. Harris, Journal of Applied Social Psychology, Vol.30, No.3, 2000, pp.576-598	Katılımcılar güneybatıdaki bir üniversitedeki altı eğitim kursundan 38 erkek (% 22) ve 132 (% 78) kız öğrenciydi (N = 170). Can Sıkıntısı Eğilimi, Ruhsal Farkındalık, Akış¹⁰⁰⁹ Eğilimi ölçekleri ve can sıkıntısı deneyimi hakkındaki soruları içeren isimsiz bir ankete cevap verdiler. Öngörüldüğü gibi, can sıkıntısı eğilimi, duygudurum izlemesi ile pozitif, duygudurum adlandırmasıyla ve akışla negatif korelasyonluydu. Katılımcılar sıkıntı algıları, nedenleri ve sıkıcı durumlar için baş etme ve planlama stratejileri hakkında ilginç bilgiler sağlamıştır. Katılımcıların çoğunluğu can sıkıntısının olumlu yönlerini tanımlamış ve % 10'u asla sıkılmadıklarını belirtmiştir.	Bu çalışma, can sıkıntısı eğilimiyle, duygudurum izleme/adlandırma, akış deneyimleme eğilimi arasındaki ilişkileri ve can sıkıntısının bazı nitel, fenomenolojik yönlerini araştırmaktadır. Can sıkıntısının, katılımcıları okuma, düşünme, hayal kurma, yeni bir şeyler deneme, öğrenme, farklı bir şeyler yapma, müzik dinleme, insanları izleme, gözlem, yazma, şarkı söyleme, keşfetme gibi yaratıcı ve sanatsal faaliyetlere yönlendirdiği belirlenmiştir. Katılımcılar can sıkıntısını düşünmek, rahatlamak ve yeni bir şeyler denemek için fırsat olarak gördüklerini ve yaratıcılıklarını artırdığını ifade etmişlerdir¹⁰¹⁰.
Cheating or Cheated? Surviving Secondary Exit Exams in a Neoliberal Era Aldatmak mı, Aldatılmak mı? Neoliberal Dönemde Hala Süren Ortaokul Bitirme Sınavları Elizabeth Buckner ve Rebecca Hodges Compare: A Journal of Comparative and International Education Vol.46, No.4, 2016, pp.603-623	Araştırmacılar, bu makale için, kamu, özel, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim öğrencileri, öğretmenler, profesörler ve idarecilerle yılların deneyiminden yararlanmaktadır. Biri 2005-2008 Fas ve diğeri 2012-2013 yıllarında Ürdün'de yürüttükleri saha çalışmaları, etnografik saha çalışması, mülakatlar, vb. yöntemlerle elde ettikleri bilgileri karşılaştırmalı nitel yaklaşımla değerlendirmektedir.	Araştırma, sınavlarda hile yapma (kopya çekme) olgusunu sadece tembellik veya ahlaksızlık olarak değerlendirmek yerine, aldatmanın toplumsal anlamlarını sorgulamaktadır. İronik olarak, hileciler, ülkenin resmi eğitim sıralama sisteminden kaçınmak için okul dışında yirmi birinci yüzyıl işbirliği, ağ oluşturma ve yaratıcılık becerileri geliştiriyorlar.

¹⁰⁰⁹ Pozitif psikolojide, **akış (flow)**, aynı zamanda alan (the zone) olarak da bilinmekte, bir etkinliği gerçekleştiriyor olan kişinin enerjik bir şekilde odaklandığını, tamamen dâhil olduğunu ve etkinlik süresince keyif aldığını hissederek kendini tamamen etkinliğe verdiği zamanki zihinsel durumdur. [https://tr.wikipedia.org/wiki/Akış_\(psikoloji\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Akış_(psikoloji)), (04.08.19)

¹⁰¹⁰ Can sıkıntısı ve yaratıcılık üzerine öncü bir diğer çalışma; Daniel S. P. Schubert, "Creativity and Coping with Boredom", **Psychiatric Annals**, Vol.8, No.3, 1978, pp.46-54; Ayrıca bkz: Shane William Bench ve Heather C. Lench, "On the Function of Boredom", **Behavioral Sciences**, Vol.3, No.3, pp.459-472; Yen Yu, Acer Y. C. Chang ve Ryota Kanai, "Boredom-Driven Curious Learning by Homeo-Heterostatic Value Gradients", **Frontiers in Neurobotics**, Vol.12, Article.88, January 2019, pp.1-14

Flaw and Order, (Akış ve Düzen) Michael Brooks New Scientist Vol.239, No.3197, 2018, pp.22-23	Literatür taraması, derleme, geçmiş araştırmalar, karşılaştırma gibi yöntemleri kullanarak yazar, öğrencilerin akademik performans ve yaratıcılıkları arasındaki farklılıkları ortaya koyuyor.	Düzen, disiplin ve çalışkanlıkla birlikte gelen akademik başarı¹⁰¹¹; yaratıcılık ve yüksek gelirin garantisidir. Teknolojik donanım, yazılım, film endüstrisi, müzik ve sanatta dağınık ve tembel insanlar da başarılı olabilmektedir.
Creativity-Based Assessment and Neural Understandings: A Discussion and Case Study Analysis, (Yaratıcılık Temelli Değerlendirme ve Sinirsel Anlayış: Vaka Analizi ve Bir Tartışma), Andrew Penaluna, Jackie Coates ve Kathryn Penaluna, Education Plus Training Vol.52 No.8/9, 2010, pp.660-678	Tasarıma dayalı pedagojileri tanıtmayı ve yenilikçi zihniyetleri geliştiren bilişsel yaklaşımları vurgulamayı amaçlayan çalışma bir vaka analizine (örnek olay çalışması) dayanmaktadır. Swansea's BA (Hons) Reklamcılıkta Tasarım öğrencilerinin, reklamcılık, pazarlama ve işletme- girişimcilik tanıtımıyla ilgili becerileri öğrenirken fikirlerinin stratejik gelişim haritaları çıkartılmış ve hazırladıkları projelerden elde ettikleri sonuçlara dayanarak kanıtlanmıştır. Ayrıca literatür taraması ve uzmanların yaratıcı tasarım, finansal yönetim ve beyinle ilgili mesleki terapi alanındaki geniş kapsamlı işbirlikleri ile geliştirilen pedagojik yaklaşımlardan elde edilen ampirik kanıtlarla çalışma desteklenmektedir.	Nöro-görüntüleme çalışmaları, yaratıcı çıktı için öğrenmenin tamamen algoritmik olduğunu; beynin sağ korteksinin, genellikle "rahat biliş" yoluyla bulgularını öne çıkarma fırsatı bulduğunda çeşitli fikirlerin ortaya çıktığını göstermektedir. Bu bağlamda dinlenme ve eğlenmeye ayrılan zamanlar önemlidir. Yenilikçiliği teşvik eden daha fazla uygulama çalışmasına, davranışa ve kültürel ortama ihtiyaç duyulmaktadır. "Serbest zaman düşünme zamanıdır" vaka çalışması/projesi, geleneksel 9-5 mesai uygulamalarının yaratıcı zihniyetler için uygun olmadığını, esnek çalışma ve serbest zaman gibi kavramlara yer verilmesi gerektiğini göstermektedir.
Addressing Common Parental Concerns About Factors That Could Influence Piano Students' Autonomous Motivation, Diligence, And Performance Piyano Öğrencilerinin Özerk Motivasyonu, Çalışkanlığını ve Performansını Etkileyebilecek Faktörler Hakkında Yaygın Ebeveyn Davranışlarını Belirleme Gilles Comeau ve Veronika Huta Intersections, Vol. 35 No.1, 2015, p27-52	Araştırmada, piyano çalmaya ilişkin olarak ebeveynin etkileyebileceği bazı seçimler ve çocuklarının piyano çalışmasına ilişkin bazı ebeveyn davranışlarının, çocuğun piyanodaki motivasyonu, ilgisi, çalışkanlığı, yaratıcılığı ve performansı ile ilişkisi incelenmiştir. Katılımcılar, ebeveyniyle birlikte en az bir yıl boyunca piyano dersleri alan 173 çocuktü. Ottawa Üniversitesi Piyano Pedagoji Araştırma Laboratuvarı tarafından geliştirilen Müzikal İlgi Anketi (SMI) kullanıldı.	Grup dersleri, çalışkanlık göstergeleri olan uygulama veya sınav performansı için harcanan zamanla pozitif ilişkili olmakla birlikte, yüksek motivasyon/ performans ve yaratıcılığa ilişkin olarak, negatif korelasyon gösterdi. Çocuğa piyano çalması için somut ödülleri vermek, pratik yapmak için harcanan daha fazla zamanla, aynı zamanda daha yüksek kontrollü motivasyon ve performans ve yaratıcılığa olan ilginin azalması ile ilişkililiydi.

¹⁰¹¹ Yi Cao, Jian Gao, Defu Lian, Zhihai Rong, Jiayu Shi, Qing Wang, Yifan Wu, Huaxiu Yao ve Tao Zhou, "Orderness Predicts Academic Performance: Behavioral Analysis on Campus Lifestyle", **Journal of the Royal Society Interface**, Vol.15, No.146, 2018, pp.1-11

The Influence of Computer Games on Children's Development. Exploratory Study on the Attitudes of Parents Bilgisayar Oyunlarının Çocuk Gelişimine Etkisi. Ebeveynlerin Tutumları Üzerine Keşifsel Çalışma Claudia Sălceanu Procedia - Social and Behavioral Sciences Vol.149, 2014, pp.837-841	Bu çalışma, ebeveynlerin (N = 1087; 527 erkek, 560 kadın) bilgisayar oyunlarının çocukların gelişimi üzerindeki etkisine ilişkin tutumlarını kendi geliştirdikleri ölçekle şu yönlerden araştırmayı amaçlamaktadır: bilgisayarda oynamak için harcadıkları zaman, en sevilen oyun türleri, çocuk gözetim yöntemleri, bilgisayar oyunlarının faydaları ve dezavantajları.	Ebeveynlere göre bilgisayar oyunlarının en büyük yararı, düşünce gelişimi (% 9,60), gözlem kapasitesi (% 8,27) ve yaratıcılıktır (% 8,01). Bilgisayar oyunlarının en büyük dezavantajları fiziksel hareket eksikliği (% 13,37), görme bozukluğu (% 13,15) ve ajitasyon (% 8,58).
Rest Is Not Idleness: Implications of the Brain's Default Mode for Human Development and Education, (Dinlenmek Aylaklık Değildir: Beyin'in İnsani Gelişme ve Eğitimdeki Varsayılan Modunun Etkisi), Mary Helen Immordino-Yang, Joanna A. Christodoulou ve Vanessa Singh, Perspectives on Psychological Science Vol.7, No.4, 2012, pp.352-364	İnsanlar fonksiyonel MRI tarayıcısında uyanık bir şekilde dinlendiklerinde, zihinleri dolaşır ve dikkat, dış dünyaya odaklandığında göreceli olarak bastırılmış olan bir varsayılan varsayılan modu (DM) kullanır. Elde edilen kanıtlar, istirahat sırasında aktif hale getirilen DM beyin sistemlerinin, örneğin kişisel hatıraları hatırlarken, geleceği hayal ederken ve ahlaki çağrışımlarla sosyal duyguları hissederken, yaratıcılık gibi aktif, dahili olarak odaklanmış psikososyal zihinsel işlemler için de önemli olduğunu göstermektedir. Bu makale, serbest şekilde hayal kurmayı ve çevrimdışı konsolidasyondan yoğun, çaba harcanan soyut düşünceye, özellikle sosyo-duygusal alaka düzeyine kadar değişen içsel odaklı düşüncenin boyutlarını araştırmaya yöneliktir.	Rahatça hayal kurmak, gündelik durumların ve ilişkilerin sosyal ve duygusal etkilerinden çıkarımlar yapmak, elekten geçirmek ve onları kişisel deneyimlere ve gelecekteki hedeflere uyarlamak açısından önemlidir; gayretli iç odaklanma, yeni bilgilerin anlamını kavramak ve karmaşık fikirler arasında yaratıcı, duygusal açıdan anlamlı bağlantıları damıtmak için gereklidir. Terapistler, öğretmenler ve mola zamanının yararlarını tartışan ebeveynler, duşta yaratıcı bir içgörüye sahip olan herkesin bildiği gibi, dinlenmek üretkenlik ve verimlilik için boş giden bir fırsat değildir. Daha ziyade, yapıcı iç yansımalarla geçmişin deneyimlerinden öğrenmek, gelecekteki seçimler için değerlerini takdir etmek, sosyal dünyada kendimizi anlamak ve yönetmek için potansiyel olarak önemlidir.

Creativity, Self-Expression and Leisure, (Yaratıcılık, Kendini İfade Etme ve Boş Zaman), James Whiting ve Kevin Hannam, Leisure Studies, Vol.34, No.3, 2015, pp.372-384	Çalışmanın ampirik temeli, 18 aylık mülakat ve katılımcı gözlem araştırmasında, 2010 ve 2011'de Newcastle upon Tyne'deki Ouseburn Valley bölgesinde gerçekleştirilmiştir. 24 kişiyle (sanatçılar ve şehir müdavimleri) 20 dakika ile 1.5 saat arasında süren derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşülen kişilere, resmi görüşme talepleri (e-posta), kartopu süreci ve referans yoluyla ulaşılmıştır.	Boş zaman etkinlikleri ile “boş zaman” ve “iş” arasındaki sınırlı alanlar arasındaki açık ayrımlar, boş zaman çalışmalarının çalışma uygulamalarına ya da tam tersine yayılmasından dolayı, bu grup tarafından sık sık zorlanmaktadır. Yaratıcı çalışma son yıllarda Batı ekonomileri için çok daha önemli bir gelişme şekli haline gelmiştir. Dinlenme, eğlenme ve kaliteli zamanlar yaratıcılığı artırıyor olabilir ancak boş zamanlardaki yaratıcılık, birçok farklı biçimlerde olabilir ve sanatçıların ve yaratıcı sınıfın yaşam tarzlarına mutlaka katılmaya gerek yoktur.
Üniversite Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyleri ve Motivasyonları Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Araştırma, Cem Ayden ve Seda İşgüzar, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.26, Sayı.2, 2016, ss.201-218	Akademik Motivasyon Ölçeği (içsel-dışsal motivasyon) ve yaratıcılık envanteriyle üniversite son sınıf öğrencilerinden (N=353) veri toplanarak istatistiksel analize tabi tutulmuştur.	Yaratıcılıkta “esneklik, çalışkanlık, ısrarcılık” gibi özelliklere işaret eden maddeler içeren detaycılık faktörüyle dışsal motivasyon arasında pozitif yönde bir ilişki bulunurken yenilikçilik¹⁰¹² faktörüyle anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir.
Mimari Tasarımda Yaratıcılık ve Cinsiyet Asiye Akgün Yüksek Lisans Tezi İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İstanbul, 2002	62’si kadın, 41’i erkek olmak üzere 103 mimarın anket yöntemiyle yaratıcılık (Torrance – How Creative Are You?) ve tasarım bilgileri (objektif ve sübjektif faktörler) ölçülmüş, istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir.	Tasarım bilgisine ilişkin sübjektif kriterlerden araştırmacı kişilik ve çalışkanlık özelliği kadın mimarlarda %10, erkeklerde %6 olarak ölçülürken meslekteki kadın mimar sayısının 1/3 oranında kaldığı ifade edilmektedir. Ayrıca yaratıcılığın cinsiyete göre değişmediği ya da böyle bir farklılığın algılanmadığı görülmektedir.

¹⁰¹² İlgili faktörde “eski problemler üzerinde yeni yaklaşımları olmak, yeni fikirleri yaymak, problemler üzerinde ayrı ayrı çalışmayı sevmek, genellikle alışlagelmişin dışında çözüm yolları denemek ve bunun getirebileceği riski göze almak gibi özellikler ölçülmektedir.

Emotional Creativity and Real-Life Involvement in Different Types of Creative Leisure Activities Duygusal Yaratıcılık ve Aktif Katılınan Farklı Türdeki Yaratıcı Boş Zaman Faaliyetleri Radek Trnka, Martin Zahradnik, Martin Kuška Creativity Research Journal, Vol.28, No.3, 2016, pp.348-356	Bu çalışma, Duygusal Yaratıcılık Envanteri ile ölçülen duygusal yaratıcılığın, aktif katılınan farklı türdeki yaratıcı eğlence aktiviteleri ve dört kategorideki üniversite ana bilim dallarıyla nasıl bağlantılı olduğunu keşfetmeyi amaçlamaktadır. Veriler, 251 üniversite öğrencisinden, üniversite mezunlarından ve genç yetişkinlerden (156 kadın ve 95 erkek) toplanmıştır.	Duygusal yaratıcılığın yaratıcı boş zaman etkinliklerini uygulamada ve yükseköğül anabilim dallarının tercihinde rolüne ilişkin; Sanat öğrencileri ve mezunları ECI'de diğer bölümlerden önemli ölçüde daha yüksek puan aldı. Beşeri bilimler teknik/ekonomik alanlardan önemli ölçüde daha yüksek puan aldı. Beş yaratıcı boş zaman etkinliği ECI ile, özellikle de yazmak, resim yapmak, müzik bestelemek, drama yapmak ve kendi evinizi geliştirmek için anlamlı şekilde ilişkiliydi.
Fostering Creativity and Communicative Soft Skills through Leisure Activities in Management Studies Yönetim Çalışmalarında Boş Zaman Etkinlikleri ile Yaratıcılığı ve İletişimsel Yumuşak Becerileri Geliştirmek Mercedes Mareque, Elena de Prada Creo ve Maria Beatriz Gonzalez-Sanchez Education Plus Training Vol.61, No.1, 2019, pp.94-107	Amaç, yükseköğretimde boş zaman etkinlikleri ve kişisel-kişilerarası becerilerin (soft skills) yaratıcılıkla olan ilişkisini ortaya koymaktır. Metodoloji, İşletme ve Turizm alanındaki 303 İspanyol öğrenciye uygulanan ankete dayanmaktadır. Araştırmada öğrencilerin yaratıcılığını ölçmek için iki araç, Runco Fikri Davranış Ölçeği (RIBS) ve iraksak düşünceyi ölçen üç boyutlu bir yapı (özgünlük, akıcılık ve esneklik) kullanılmıştır.	Sonuçlar, önerilen faaliyetlerin bazılarında katılan öğrenciler için yaratıcılık ortalamasının daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Boş zaman etkinliklerinin sayısı ile analiz edilen yaratıcılık ölçüleri arasında pozitif bir korelasyon gözlemlenmiştir. Bu, daha fazla boş zaman etkinliklerine katılan öğrencilerin daha yüksek düzeyde yaratıcılık gösterdiğini doğrulamaktadır. Son olarak, sonuçlar öğrencilerin büyük çoğunluğunun bir tür faaliyete katıldığını, ancak şirketlerin en fazla takdir ettiği kişilerarası becerilerin ikisinin (okuma ve özellikle yazma) çok az öğrenci tarafından gerçekleştirildiğini göstermektedir.
Does Being Bored Make Us More Creative?, (Sıkılmak Bizi Daha Yaratıcı Yapar Mı?), Sandi Mann ve Rebekah Cadman, Creativity Research Journal, Vol.26, No.2, May 2014, pp.165-173	Çalışma, çeşitli görevlerde can sıkıntısı ve yaratıcılık ilişkisini incelemektedir. İlk deneyde, sıkıcı bir yazma etkinliğinin ardından katılımcılardan bazı yaratıcı görevleri yerine getirmeleri istendi (kontrol grubuyla birlikte 80 katılımcı). İkinci deneyde, katılımcılardan (kontrol grubuyla birlikte 90 kişi) sıkıcı bir okuma etkinliğinin ardından ilkinden farklı türde yaratıcı görevleri yerine getirmeleri istendi.	Sonuçlar, sıkıcı faaliyetlerin yaratıcılığın artmasıyla sonuçlandığını ve sıkıcı okuma faaliyetlerinin bazı durumlarda (yakınsak görevler gibi) sıkıcı yazılı faaliyetlerden daha fazla yaratıcılığa yol açtığını göstermiştir. Can sıkıntısı ve yaratıcılık arasında arabulucu olarak hayal kurmanın rolü tartışılmış ve sonuçları belirtilmiştir.

Boredom as an Antagonist of Creativity , Yaratıcılığa Rakip Olarak Can Sıkıntısı, Daniel S. P. Schubert, The Journal of Creative Behavior, Vol.11, December 1977, pp.233–240	Geçmiş araştırmalar, can sıkıntısı genellikle düşük bir yaratıcılık seviyesini ve düşük bir farkındalık seviyesini gösterir. Deneyde katılımcılara problem çözme ve kelime ilişkilendirme egzersizlerini tamamlamaları için bolca zaman verildi. Tüm açık cevaplar tükendikten sonra katılımcılar sıkıntıyı gidermek için daha yaratıcı cevaplar verdiler.	Fiziksel heyecan arayan insanlar, bir uyarıcı olmadan sık sık sıkılırlar, ancak yaratıcılık gösterme eğilimindedirler. Can sıkıntısı, insanların seri yanıt vermelerini gerektiren durumlarda yaratıcılığın artmasına neden olabilir. Tefekkür ve hayal kurmayı teşvik ederek, yaratıcılığı teşvik edebilir.
Effects of Social Reinforcement Contingent on Conventional or Unconventional Responses on Generalized Creativity (Toplumsal Güçlendirme Koşulunun Genel Yaratıcılık Üzerine Alışıldık veya Sıradışı Cevaplara Etkisi) Courtney Allyn Polenick ve Stephen Ray Flora The Psychological Record, Vol.62, 2012, pp.631–644	Nesnelerin alternatif kullanım alanlarının belirlenmesi görevi sırasındaki toplumsal övgüye bağlı normal (alışıldık) ya da sıra dışı (alışılmadık) tepkiler üzerindeki etkileri, iki yeni, ilişkisiz görevde genel yaratıcılığın ölçütleri üzerinde değerlendirilmiştir. Katılımcılar, müşterek vasıflı bir sağlık ve bakımevinden alınan, yaşları 63-89 arasında değişen 20 yetişkin. Dengeli bir denek içi desende¹⁰¹³ katılımcılar her iki deney koşulunu da 6-10 gün arayla iki seansta tamamladılar.	Öğrenilmiş çalışkanlık teorisi¹⁰¹⁴ ile uyumlu olarak, ilk görev sırasındaki alışılmadık tepkilere bağlı olan sosyal övgü, sonraki görevlerde hem nesnel hem de öznel yaratıcılık ölçütlerindeki artışlarla ilişkilendirildi. Bu bulgular, yaratıcı cevaplara bağlı olan sosyal övgünün güçlendirici olarak işlev gördüğünü ve bakımevi ortamında yaşayan yaşlı yetişkinlerde genel yaratıcılığı artırabildiğini göstermektedir.
Can the Promise of Reward Increase Creativity?, Ödül Vaadi Yaratıcılığı Artırabilir mi? Robert Eisenberger ve Stephen Arneli Jean Pretz Journal of Personality and Social Psychology, Vol.74, No.3, 1998, pp.704-714	Öğrenilmiş çalışkanlık teorisine göre, 436 okul öncesi çocuğunu kapsayan iki deney, vaat edilen ödülün açıklığının yaratıcılığa etkisini araştırdı. İlk deneyde katılımcılar, farklı geçmişe sahip 216 beşinci sınıf öğrencisi (100 erkek ve 116 kız) idi. Malzemeler, ataş, kaşık ve lastik bant, vb. İkincisinde, çeşitli 220 beşinci sınıf ve altıncı sınıf öğrencisidir (103 erkek ve 117 kız). Malzemeler, üzerine çemberler çizili resim kâğıtlarıdır.	İlk çalışmada, spesifik olmayan bir ödül vaadi, eğer çocuklar daha önce ıraksak düşünme eğitimi aldıysa resim çizme yaratıcılığını arttırdı. İkinci çalışmada vaat edilen ödül, mevcut görev talimatları yaratıcı performansın gerekliliğini netleştirdiyse, çocuk çizimlerinin yaratıcılığını arttırdı. Vaat edilen ödül, şu anda veya daha önce yaratılmışsa, yaratıcılık ile ödül arasında açık bir pozitif ilişki varsa, yaratıcılığı artırır.

¹⁰¹³ **Denek-içi desen**, aynı katılımcının deneyin tüm koşulları ya da koşul birleşimlerine tabi tutulduğu deney desendir. Denekler-arası desen (between-subjects design) ise deneyin tüm koşullarında ya da koşul birleşimlerinde farklı katılımcıların kullanıldığı deney desendir.

¹⁰¹⁴ **Eisenberger’in öğrenilmiş çalışkanlık teorisi**, bireyler bir görevi yerine getirirken ödüllendirildiğinde, hangi performans boyutlarının ödülü üretmeye bağlı olduğunu öğrendiklerini ve müteakip işler sırasında buna göre yanıt verdiklerini iddia eder. Örneğin, bir görevdeki yüksek çaba desteklendiğinde, diğer işlerde de yaygın davranışsal bir özellik olarak yüksek çabayı seçerler. Bkz: Robert Eisenberger, “Learned Industriousness”, **Psychological Review**, Vol.99, No.2, 1992, pp.248-267

Tembellik ve yaratıcılık ilişkisine dair verilen açıklamalar ve önceki araştırmalardan özetlerden sonra girişimcilerin tembellik düzeyleriyle yaratıcılık seviyeleri arasında ilişki olduğu görülmektedir.

3.1.3. Araştırmanın Modeli

Araştırmada “*hem nicel (anket), hem de nitel (mülakat) yöntemler*” bir arada kullanılarak “**karma yöntem**” benimsenmektedir. Anketlerden elde edilen verilerle, daha önce kurulmuş olan hipotezlerin test edilmesi amaçlanırken (tümdengelim), mülakatlardan elde edilen veri ve izlenimlerle, hem konu hakkında derinlemesine bilgi elde etmek, hem de keşifsel bazı bulgulara ulaşmak amaçlanmaktadır (tümevarım). Bunun yanında, mülakata katılan girişimcilerin işletmeleri, web sayfaları ve sosyal medya hesapları, ürünleri, inovasyona konu olan çıktıları vb. incelenerek, iç içe geçmiş durum çalışması (vaka analizi) gerçekleştirilmiştir.

Araştırma, nicel verilere ilişkin olarak ilişkisel tarama (korelasyonel), nitel verilere ilişkin olarak betimsel, zaman dilimi açısından ise kesitsel niteliktedir. Tamamı girişimcilik eğitimi almış ve bir kısmı işletmesini kurmuş kişiler üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, ilişkisel açıdan araştırmanın **bağımlı değişkenleri**; yaratıcı düşünme eğilimi ve inovasyon (patent, faydalı model, vb.) ve **bağımsız değişkenleri**; tembellik ve sosyal sermayedir.

3.1.3. Araştırmanın Önemi, Özgünlüğü ve Katkısı

Klasik sermaye türlerinin dışında kapsayıcı bir kavram olan sosyal sermaye, dördüncü bir üretim faktörü olarak literatüre giren girişimcilik ve onunla çok yakından ilgili olan inovasyon ve yaratıcılık kavramları, akademik alanda ekonomik gerçekleri açıklamadaki katkılarının yanı sıra, büyüme ve kalkınma, gelişmişlik farklarının azaltılması, insani gelişim standartlarının yakalanması gibi uygulama alanları açısından da son derece önemlidir. İlgili kavramların bütünleşik bir bakış açısıyla birlikte değerlendirilmesi ve aralarındaki ilişkilerin ortaya konulması hem akademi hem de uygulama alanında araştırılmaya değer bir konu olarak değerlendirilmektedir.

Tembellik kavramı ise bilimsel anlamda çok fazla araştırılmamış, incelenmemiş bir kavram olmakla beraber, üretken tembellik, serbest zaman, dalgınlık, oyunbazlık, vb. şekillerde, çok yoğun bir biçimde olmasa da son dönemlerde yaratıcılık kavramıyla ilişkili olarak ele alınmaktadır. Tembellik nasıl tanımlanmalıdır ve ölçülmelidir, kapsamı, sınırları, boyutları ve türleri nelerdir, olumlu ve olumsuz yanları hangileridir, yaratıcılıkla olan ilişkisi nasıldır, gibi sorular, çalışmanın ele aldığı özgün konulardır.

Çalışmanın önemli katkılarından bir diğeri olarak, tembellik eğilimine ilişkin yeni bir ölçek geliştirerek söz konusu olgunun ölçümünün kolaylaşması ve yaygınlaşmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Bunun yanı sıra araştırma amacına uygun olarak girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyon kavramlarıyla bağlantılı bir yapı içeren yeni bir sosyal sermaye ölçeği geliştirilerek alana kazandırılması hedeflenmektedir. Önemli olduğu düşünülen ve çalışmada cevap aranan diğeri sorulardan bazıları aşağıdaki gibidir.

Girişimcilik eğiliminin belirlenmesinde yaygın kullanılan boyutlardan biri olan yenilikçiliğe sahip olan girişimcilerin işletmeleri, daha inovatif bir yapı sergilemekte midir? Girişimcinin yaratıcılığı, işletmesinin inovasyon performansına nasıl yansır? Girişimcilerin tembelliği yaratıcılıklarını nasıl etkiler, işletmelerinin inovasyon performanslarını nasıl etkiler? Bu üç kavram arasında doğrusal bir ilişki var mıdır yoksa inovasyon sürecinin farklı aşamalarında tembellik ve çalışkanlığa dair farklı tutumlar benimsenmesi mi gereklidir. Girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyondan oluşan yapı içerisinde sosyal sermayenin rolü nedir?

Çalışma, başta işletme, iktisat, sosyoloji ve psikoloji disiplinleri olmak üzere, çok yönlü bakış açısıyla, bu ve benzer sorulara cevap aramaktadır.

3.2. Nicel Araştırma

Bu bölümde, araştırmada kullanılan yaratıcı düşünme, tembellik eğilimi ve sosyal sermaye ölçeklerinin geliştirilmesi, örneklem ve kullanılan testlere ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

3.2.1. Kullanılan Ölçeklerin Geliştirilmesi, Uygulanması

Araştırmada kullanılan anket formu girişimci ve işletmeler hakkında bilgi toplamayı amaçlayan 16 sorunun (demografik, sektör, pazar, patent) yanı sıra, üç ölçekten oluşmaktadır*: Yaratıcı Düşünme ve Tembellik Eğilimi ölçekleri ve Sosyal Sermaye Ölçeği.

3.2.1.1. Yaratıcı Düşünme Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi

Araştırmada kullanılan anket formunun yaratıcı düşünme eğilimini ölçen bölümü, Özgenel ve Çetin'den uyarlanmıştır¹⁰¹⁵. 25 maddeden oluşan Marmara Yaratıcı Düşünme Eğilimleri (YDE) Ölçeği, 7 Aralık 2018'de 24 kişilik bir girişimci grubuna, 12 Aralık'ta 23 kişilik bir gruba ve 18 Aralık'ta 25 kişilik bir gruba (toplam 72 kişi) uygulanmış, Temel Bileşenler Faktör Çıkarma Analizi sonucu iki faktörlü bir yapıda analizler sürdürülmüştür.

Temel bileşenler analizi dik döndürme yöntemlerinden Varimax kullanarak ve maddeleri tek tek eleterek analizler 9 defa tekrarlanmıştır. Sonuç olarak 16 maddeden oluşan iki faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu haliyle form, toplam varyansın 60,42'sini açıklamaktadır. Elde edilen verilere göre, model uyumu oldukça iyi düzeydedir ve sonuçlar aşağıda Tablo 8'de özetlenmektedir.

* Tezin sonunda ekte yer almaktadır.

¹⁰¹⁵ Mustafa Özgenel ve Münevver Çetin, "Marmara Yaratıcı Düşünme Eğilimleri Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", **Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt.46, Sayı.46, Haziran 2017, ss.113-132

Tablo 8: Yaratıcı Düşünme Eğilimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik Değeri (Cronbach's Alpha)
Yenilikçilik	“Hayal gücümü kullanarak yeni bir fikir, eser veya çözüm yolu tasarlarım”.	,797	41,259	,858
	“Bir durumu, olayı veya sorunu ayrıntılı ve derinlemesine ele alırım”.	,710		
	“Bir fikir veya ürün oluşturmak için disiplinli çalışırım”.	,668		
	“Sorun veya durumlarla ilgili yararlı ve özgün cevaplar veya çözüm yolları üretirim”.	,598		
	“Bir olayın veya sorunun birden fazla nedeni olabileceğini kabul ederim”.	,576		
	“Farklı sorun, durum veya olayla ilgili ipuçları arasında bağlantı kurarım”.	,563		
	“Fikir geliştirmek için gözlem, deneyim, bilgi ve düşüncelerimi birleştiririm”.	,555		
	“Sorunların çözümünü, durumları veya olayları zihnimde canlandırırım”.	,525		
Merak ve Risk Eğilimi	“Karşılaştığım bir olay, durum veya soruna yönelik “acaba” sorusunu sorarım”.	,762	19,161	,715
	“Merak ettiğim veya ilgimi çeken olay, durum veya işlerle uğraşmayı severim”.	,733		
	“Alışılmışın yerine, yeni ve farklı olanı tercih ederim”.	,724		
	“İlginç olay, sorun, nesne veya durumları merak ederim”.	,715		
	“Birbiriyle ilgisi olmayan kavram veya fikirleri yeni bir amaç için ilişkilendiririm”.	,706		
	“Olaylara farklı açılardan bakmaya çalışırım”.	,695		
	“Çevremde olanları merak ederim”.	,657		
	“Hata yapmaktan korkmam”.	,596		
TOPLAM		60,42	GFI	0,94
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği		,825	AGFI	0,93
Bartlett Küresellik Testi Ki kare		439,238	CFI	0,97
Sd		120	RMSEA	0,045
χ^2/df oranı		3,66	RMR	0,034
p değeri		,000	SRMR	0,028

3.2.1.2. Tembellik Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi

Tembellik eğilimini ölçen üçüncü bölümde, Çakıcı'nın¹⁰¹⁶ Genel Erteleme Ölçeği Deneme Formu (43 madde) ile Arslan'ın¹⁰¹⁷ Erikson Psikososyal Gelişim Dönemi Ölçeği'nden tembellik alt boyutu (12 madde) yararlanılarak öncelikle soru havuzu oluşturulmuştur. İşlem esnasında ters puanlanması gereken maddeler düzeltilerek 55 maddelik soru havuzu yeniden düzenlenmiştir*. Devam eden girişimcilik eğitimlerinde 12 grup üzerinde faktör analizi için anket uygulaması yapılmıştır (Tablo 9). **Tablo 9: Tembellik Eğilimi Ölçek Geliştirme Uygulaması Verileri**

Tarih	Gruplar ve Kişi Sayıları	Toplam
25 Ocak	4 grup (24+23+23+22)	92
1 Şubat	4 grup (23+22+22+21)	88
4 Şubat	4 grup (21+20+19+18)	78
GENEL TOPLAM		258

Elde edilen verilerle yine geçerlilik, güvenilirlik ve faktör analizleri yapılmış, ilgili değerlerin ve toplam varyansın açıklanma oranının yüksek olduğu görülmüş, iki faktörlü 21 maddelik bir yapı ortaya çıkmıştır (Tablo 10).

Tablo 10: Tembellik Eğilimi Ölçeği Faktör ve Maddeleri

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik Değeri (Cronbach's Alpha)
Genel Tembellik	Genellikle sabahları uyandıktan sonra yataкта epey zaman harcarım.	,768	33,324	,831
	Eşyalarımı gerekmedikçe düzenli tutmam.	,668		
	Çalışmayı sevmem.	,662		
	Bir şey yapmaya karar verdiğimde, biraz yapar daha sonra sürüncemede bırakırım.	,662		
	Tembelim.	,629		
	Pek çok şey yapan enerjik bir insan olduğum söylenemez.	,599		
	Bazen çalışkan insanlardan rahatsızlık duyarım.	,597		
	Karar vermiş olsam bile harekete geçmeyi son dakikaya bırakırım.	,569		

¹⁰¹⁶ Deniz Çiğdem Çakıcı, Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Genel Erteleme ve Akademik Erteleme Davranışının İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2003

¹⁰¹⁷ Emel Arslan, Bağlanma Ergenlerde Erikson'un Psikososyal Gelişim Dönemleri ve Ego Kimlik Süreçlerinin İncelenmesi, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2008

* Tezin sonunda ekte yer almaktadır.

	Zamanım çoğunu bomboş-yararsız bir şekilde geçiriyorum.	,557		
	Çoğu kez iş işten geçtikten sonra harekete geçerim.	,550		
	Ailem ve arkadaşlarım benim işleri hep son dakikada yapacağımı söylerler.	,532		
İş Tembelliği	İşlerimi yapmak için keyfimin yerine gelmesini beklerim.	,769	26,510	,744
	Yapmayı sevmediğim ya da istemediğim işleri sona bırakırım.	,751		
	Bana verilen görevleri zamanında yetiştiremeyeceğime ilişkin bir düşünceye sahibim.	,732		
	Çok nadiren işleri zamanında bitiririm.	,725		
	Zamanında veya hiç yapmadığım işler için mutlaka gerekçeler bulurum.	,695		
	Önemli olsalar bile işleri bitirmeyi gereksiz yere son ana bırakırım.	,623		
	Yaptığım işlerimi sonuçlandıramam.	,580		
	İşlerimin üstesinden gelemem.	,565		
	İşlerimi zamanında veya hiç yapmadığım için maddi ve manevi zarara uğrarım.	,530		
	İşleri son anda yapmakta çok becerikliyim.	,500		
TOPLAM		59,834	GFI	0,92
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği		,957	AGFI	0,91
Bartlett Küresellik Testi Ki kare		4758,601	CFI	0,95
sd		210	RMSEA	0,047
χ^2/df oranı		22,66	RMR	0,036
p değeri		,000	SRMR	0,023

3.2.1.3. Sosyal Sermaye Ölçeğinin Geliştirilmesi

Sosyal Sermaye Ölçeğinin geliştirilmesinde konuya ilişkin tezin kaynakçasında bulunan pek çok eserden yararlanılmış olmasına rağmen, soru havuzu için gerekli maddelerin oluşturulmasında kullanılanların başlıcaları, Ardahan¹⁰¹⁸, Uçar¹⁰¹⁹, Polatcan¹⁰²⁰, Kuşçu'nun¹⁰²¹ (Marmara Sosyal Sermaye Ölçeği) geliştirmiş/ kullanmış oldukları ölçeklerdir.

¹⁰¹⁸ Faik Ardahan, "Sosyal Sermaye Ölçeği: Geçerlilik, Güvenirlilik Çalışması", **International Journal of Human Sciences**, Vol.9, No.2, 2012, pp.773-789

¹⁰¹⁹ Ertuğrul Uçar, "Sosyal Sermaye Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması", **İhlara Eğitim Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.1, 2016, ss.1-23

¹⁰²⁰ Mahmut Polatcan, "Okullarda Sosyal Sermaye Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması", **Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi**, Cilt.7, Sayı.4, 2018, s.2721-2732

¹⁰²¹ M. Kemal Kuşçu, s.52

Şan ve Şimşek'in makalesi¹⁰²² ve Meriç'in doktora tezidir¹⁰²³.

Tablo 11: Sosyal Sermaye Ölçeği Faktör Analizi

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik Değeri (Cronbach's Alpha)
Birleştirici Sosyal Sermaye	Kamu kurumları ve siyaset camiasında önemli tanıdıklarım var.	,933	34,320	,846
	Üniversite çalışanları ve akademisyenlerle iyi ilişkilere sahibim.	,858		
	Sahip olduğum sosyal çevre sayesinde pek çok sorunumu kolayca çözebiliyorum.	,850		
	İş açısından önemli kişilerle iyi bir iletişime sahibim.	,838		
	Medya ve kültür/sanat dünyasından ünlü tanıdıklarım var.	,836		
	İş dünyasında önemli tanıdıklarım var.	,789		
	Yurt dışında önemli bağlantılara sahibim.	,766		
Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Çalıştığım sektörde geniş bir çevrem (tedarikçiler, proje ortakları, müşteriler) var.	,838	19,209	,828
	Yeni iş ilişkileri kurmak ve mevcut olanları sürdürmek için çaba ve zaman sarf ederim.	,814		
	Çalıştığım yerlerde kritik bilgiler sağlayabilecek kişilerle aram iyidir.	,807		
	İnternet ve sosyal medyadaki bağlantılarımı etkili kullanıyorum.	,798		
	Sivil toplum kuruluşlarındaki faaliyetlerim sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.	,789		
Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Aile ve akrabalarım sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.	,811	7,981	,817
	İhtiyacım olduğunda yakın arkadaşlarımdan yardımcı olacağına güvenim tam.	,738		
	Mahalledeki esnaf ve komşularım ile iyi ilişkilerim var	,724		
TOPLAM		61,51	GFI	0,93
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği		,787	AGFI	0,92
Bartlett Küresellik Testi Ki kare		504,404	CFI	0,96
sd		105	RMSEA	0,046
χ^2/df oranı		4,8	RMR	0,035
p değeri		,000	SRMR	0,029

¹⁰²² Mustafa Kemal Şan ve Rıdvan Şimşek, 2011, ss.88-110

¹⁰²³ Övünç Meriç, Dijital Demokrasi: Türkiye’de Yeni Medya ve Siyasal Katılım, **Doktora Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014

28 Kasım 2018 tarihinde 11 kişilik 3 girişimci grubuyla (toplam 33 kişi) beyin fırtınası gerçekleştirilmiş, böylelikle girişimciliğe özel durumlar (örneğin tedarikçiler, proje ortakları, müşteriler, vb.den oluşan sosyal ağları) ve güncel gelişmeler (örneğin sosyal medya kullanımındaki patlama) dikkate alınarak 60 soruluk bir havuz oluşturulmuştur. 11 Şubat 2018 tarihinde toplam 98 kişiden oluşan 4 grup üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiş, yapılan analizlerde formun geçerlilik ve güvenilirliğinin yüksek olduğu ve 15 maddelik üç faktörlü bir yapı sergilediği görülmüştür (Tablo 11).

3.2.2. Normal Dağılım Analizi

Her üç ölçek için de normal dağılım analizleri gerçekleştirilirken şu kriterler dikkate alınmıştır: a) Aritmetik ortalama, mod ve medyanlarının birbirlerine yakın değerlerde (+1, -1) olması, b) Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro Wilk Sig. değerlerinin 0,05'ten büyük olması, c) Skewness (Basıklık) ve Kurtosis (Çarpıklık) değerlerinin sıfıra yakın (+1, -1 aralığında) olması, d) Basıklık ve çarpıklık değerlerinin standart hataya oranlarının uygun değerde (+2, -2 aralığında) olması, e) Varyasyon katsayısının (standart sapma/ortalama) 0,3'ten küçük olması, f) Histogram grafiğinin tek tepeli ve simetrik olması, başlangıç/bitiş setinin grafiğe oturması, eğrinin yatayda bitmesi (çan eğrisine benzemesi), g) Normal* ve Detrended Normal Q-Q Plot** grafiğinin uygun görünümde olması. Sonuç olarak her üç ölçeğin de normal veya normale yakın dağılım sergilediğine karar verilmiştir.

3.2.3. Örneklem Dizaynı ve Veri Toplama

Araştırma örneklemini, İstanbul Kültür Üniversitesi İş Geliştirme, Endüstriyel ve Sektörel İlişkiler Birimi¹⁰²⁴ (İGESİB), KOSGEB¹⁰²⁵ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) ve İŞKUR¹⁰²⁶ (Türkiye İş Kurumu)

* Verilerin çizgi etrafında olması

** Verilerin çizgi etrafında rasgele dağılması ve ortalamanın [-1,1] standart sapma aralığında verilerin %68'inin [-2,2] standart sapma arasında verilerin %96'sının yer alması

¹⁰²⁴ İGESİB, üniversite-sanayi işbirliğini geliştirmek, bu bağlamda genç girişimcilere ve üniversite öğrencilerine rehberlik etmek, onlara iş yaşamında ihtiyaç duyacakları bilgi, beceri, özgüven ve gücü kazandırmak için kurulmuş bir birimdir. Bkz: <https://igesib.iku.edu.tr/tr/gelistirme-endustriyel-ve-sektorel-iliskiler-birimi-igesib>, (20.08.2019)

¹⁰²⁵ KOSGEB "ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında küçük ve orta ölçekli işletmelerin payını ve etkinliğini artırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmek amacıyla" kurulmuştur. Bkz: Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, Kararname Numarası: 4, Onsekizinci Bölüm: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, Amaç ve Kuruluş, Madde 224 – (1)

¹⁰²⁶ İŞKUR, istihdamın korunması, geliştirilmesi, yaygınlaştırılması ve işsizliğin önlenmesi faaliyetlerine yardımcı olmak ve aktif ve pasif işgücü politikalarını uygulamak amacıyla kurulmuştur.

Bkz: <https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/tarihce/>, (20.08.2019)

işbirliğiyle gerçekleştirilen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimine katılarak sertifikalandırılan girişimcilerden oluşmaktadır.

Toplamda yaklaşık 20.000 girişimciyi sertifikalandıran İGESİB biriminin ve KOSGEB eğitimci havuzunun bir üyesi olan tez yazarı tarafından, bu rakamın yaklaşık %20'lik kısmının (4.000 girişimci) eğitimi 2015-2018 yılları arasında bizzat gerçekleştirilmiştir.

Erişim, iletişim, işbirliği gibi konularda kolaylık sağlaması açısından, araştırma evreni olarak söz konusu girişimciler belirlenmiştir. Ana kütle içerisinde seçilecek örneklemin büyüklüğü¹⁰²⁷;

$n = Nt^2 pq / \alpha^2 (N-1) + t^2 pq$ formülüyle

$n = 3841,6 / 10,9579 = 350,578 \sim 351$ olarak hesaplanmıştır.

N: Ana kütledeki birey sayısı,

n: Örneklem için gerekli birey sayısı

p ve q: Ana kütlede homojenlik seviyesi (homojen değilse her ikisi de 0,5 alınır).

t: Seçilen anlamlılık düzeyine göre t tablosundan elde edilen değer (sonsuz serbestlik derecesinde $\alpha=0,05$ hata payı kabulü için $t=1,96$ alınır).

α : Kabul edilen hata payı (sosyal bilimlerde genellikle 0,05 yani %5 hata payı kabul görür).

Ana kütle içerisinde rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilen 600 girişimciye 31 Mart - 10 Nisan 2019 tarihleri arasında e-posta yoluyla çevrim içi anket formu linki gönderilmiş, 12 Mayıs 2019 tarihine kadar 555 adet geri dönüş gerçekleşmiştir (ortalama tamamlanma süresi 13,5 dk.) Bunların içerisinde tam doldurulmamış 44 adet form elendikten sonra, analizler 511 adet formla gerçekleştirilmiştir.

3.2.4. Anket Verilerinin Analizinde Kullanılan Testler

Değişkenler arası ilişkiyi ölçmek için hipotez testleri (korelasyon, t testi) ve gerekli görülen durumlarda bilgi vermek amacıyla betimsel istatistiklere (frekans, aritmetik ortalama, mod, medyan, vb.) yer verilmiştir. Girişimcilerin yaratıcı düşünme ve tembellik eğilimi ile sosyal sermaye değişkenleriyle ilgili skorlarının hesaplanmasına ilişkin yöntemler aşağıda anlatılmaktadır. Ayrıca kullanılan ölçekler örneklem üzerinde

¹⁰²⁷ Şadi Can Saruhan ve Ata Özdemirci, **Bilim, Felsefe ve Metodoloji**, İstanbul: Alkım Yayınevi, 2005, s.119

uygulandıktan sonra elde edilen istatistiki verilerin bir kısmına, aşağıda Tablo 12’de yer verilmektedir.

Tablo 12: Ölçeklerle İlgili İstatistikler

İstatistikler	Yaratıcı Düşünme Eğilimi		Tembellik Eğilimi		Sosyal Sermaye		
	Yenilikçilik Eğilimi	Merak ve Risk Eğilimi	Genel Tembellik	İş Tembelliği	Birleştirici Sosyal Sermaye	Köprü Kuran Sosyal Sermaye	Bağlayıcı Sosyal Sermaye
N	511	511	511	511	511	511	511
Ortalama	80,063	81,311	41,113	44,190	61,252	52,9628	57,364
Ortalamanın Std. Hatası	,16541	,16628	,16777	0,16779	,19986	,11644	,08439
Medyan	80	82,5	38,1818	38,1818	62,857	52	60
Mod	82,5	80	38,1818	40	60	48	60
Std. Sapma	3,73921	3,75877	3,792	3,792	4,5179	2,63215	1,90775
Varyans	13,982	14,128	28,766	28,773	20,411	6,928	3,640
Çarpıklık	-,090	-,132	,168	,159	-,067	-,066	,065
Çarpıklığın Std. Hatası	,018	,018	,018	,018	,018	,018	,018
Basıklık	,323	,351	,304	,282	-,071	-,002	-,117
Basıklığın Std. Hatası	,216	,216	,216	,216	,216	,216	,216
Aralık	75,00	75,00	76,36	76	75,00	58,00	73,33
Minimum	25,00	25,00	20	20	25,00	30,00	20,00
Maximum	100,00	100,00	96,36	96	100,00	88,00	93,33

Analizlerde kullanılan ölçeklerde ölçülen tembellik ve yaratıcı düşünme eğilimi ile sosyal sermaye kavramlarına ilişkin her bir girişimcinin skorlarının hesaplanmasında kullanılan yöntemler şu şekildedir. Beşli Likert ölçeği şeklinde cevaplanan sorulardan her bir madde için en düşük 1 puan, en yüksek 5 puan hesaplanarak girişimcilerin skor hanesine yazılmıştır. Buna göre, örneğin, 16 soruluk Yaratıcı Düşünme Eğilimi ölçeğinde, tüm maddeleri “Hiçbir Zaman” şeklinde cevaplayan girişimcinin bu ölçekten elde ettiği skor, 16 puan olarak gerçekleşmiştir. Tüm maddeleri “Her Zaman” şeklinde cevaplayan girişimcinin skoru ise 80 puan olarak hesaplanmıştır. Sonrasında her bir ölçek 100’lük sisteme dönüştürülmüştür (Tablo 12).

3.2.5. Nicel Araştırmadan Elde Edilen Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, öncelikle araştırma örnekleme dair demografik bilgilere yer verildikten sonra, analiz sonuçları paylaşılmaktadır.

3.2.5.1. Araştırma Örnekleme Dair Demografik Veriler

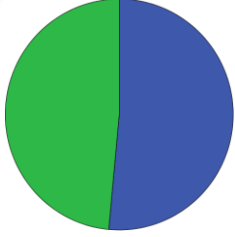
Tablo 13’te görüldüğü gibi araştırma örnekleminde yaşa göre en yüksek frekans 26-35 yaş aralığındadır ve cinsiyet açısından dengeli bir dağılım olmasına rağmen kadın girişimcilerin oranı biraz daha yüksektir (%51,3). Örneklemdaki 18-45 yaş aralığındaki girişimcilerin oranı, yaklaşık %86’yı bulduğundan, kitlenin genel anlamda genç nitelikte olduğu söylenebilir.

Tablo 13: Yaş, Cinsiyet ve Eğitime İlişkin Demografik Veriler

Yaş Aralığı	Frekans	Yüzde
18-25	49	9,6
26-35	205	40,1
36-45	185	36,2
46-55	58	11,4
56 ve üstü	9	1,8
Toplam	506	99,0
Cevapsız	5	1,0
Toplam	511	100,0



Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	262	51,3
Erkek	247	48,3
Toplam	509	99,6
Cevapsız	2	,4
Toplam	511	100,0



Eğitim	Frekans	Yüzde
İlköğretim	28	5,5
Lise	119	23,3
Yük.okul	114	22,3
Fakülte	201	39,3
YL/Doktora	47	9,2
Toplam	509	99,6
Cevapsız	2	,4
Toplam	511	100,0

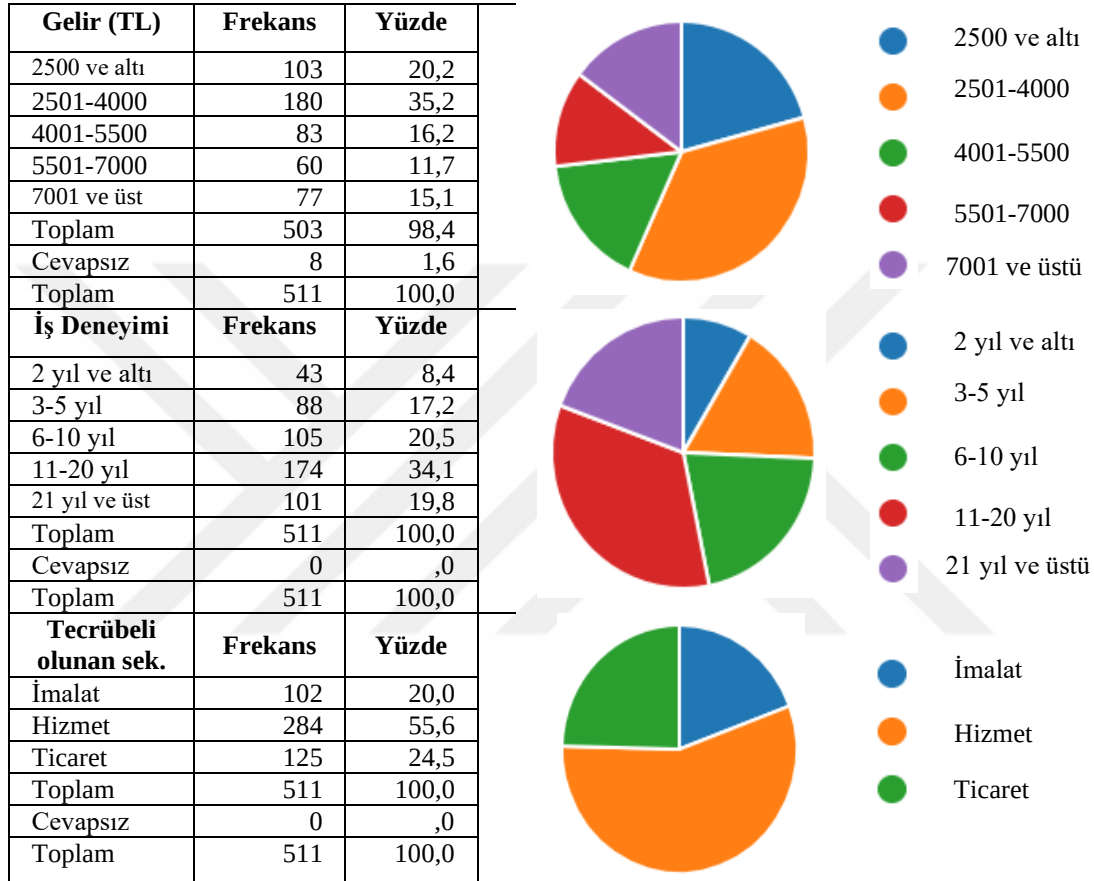


Eğitim seviyesi açısından en yüksek frekansa sahip grup lisans mezunlarıyken (%39,3) ikinci sırada lise mezunları yer almaktadır. Yüksekokul, fakülte ve lisans üstü eğitimi alanlarla beraber üniversitelilerin toplam oranı %70’in üzerindedir.

Örneklem grubundaki girişimcilerin tecrübe ve gelir seviyesine göre frekans dağılımları Tablo 14’te görülmektedir. Gelir seviyesine göre en yüksek frekans 2501-

4000 TL aralığındadır ve 4000 TL altında geliri olan girişimcilerin toplam oranı %55,4'ü bulmaktadır. İş tecrübelerine göre girişimcilerin dağılımına bakıldığında, yarısından fazlasının (yaklaşık %54) 11 yıl ve üzerinde iş tecrübesinin olduğu görülmektedir (Tablo 14).

Tablo 14: Gelir ve İş Tecrübesine İlişkin Demografik Veriler



Örneklemdaki girişimcilerin tecrübelerinin ağırlıklı olarak hangi sektörde olduğu incelendiğinde, yarısından fazlasının hizmet sektöründe (yaklaşık %55,6) olduğu, ikinci sıradaysa ticaret sektörünün (%24,5) geldiği (ikisinin toplamı %80), imalat sektörü oranının sadece %20'de kaldığı görülmektedir (Tablo 14).

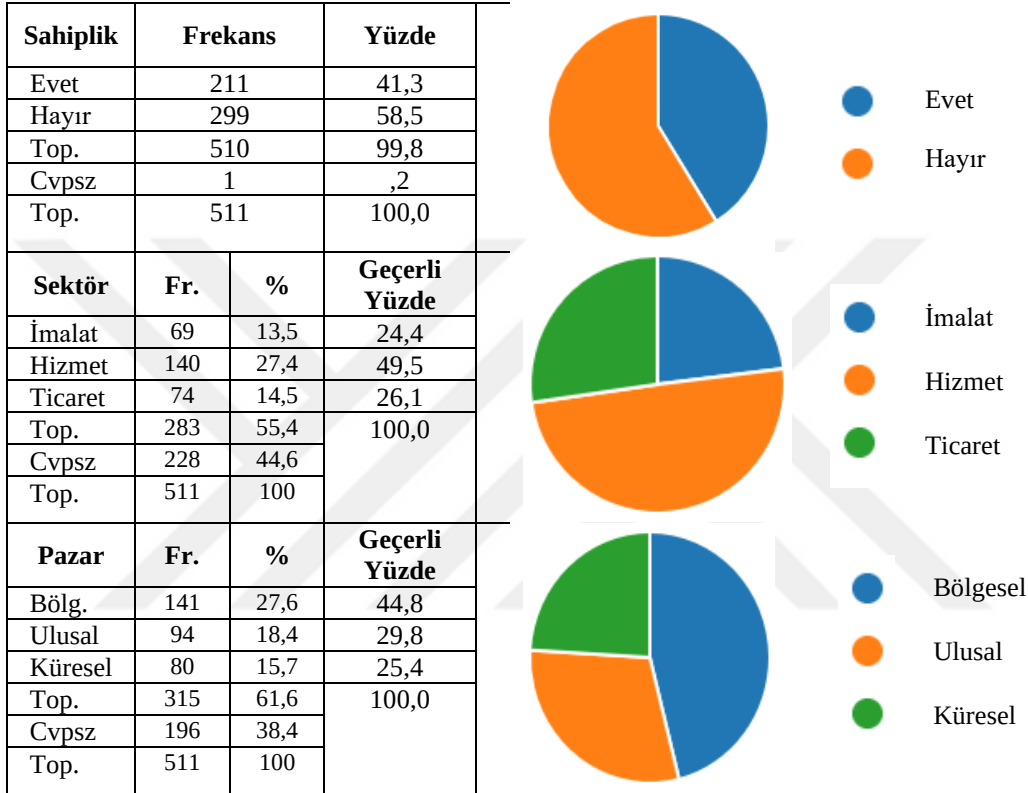
3.2.5.2. Girişimlere Dair Veriler

Örneklem grubundaki girişimcilerin işletme kurma oranlarına bakıldığında¹⁰²⁸, %40'tan fazlasının işletmesini en çok 3 yıl içerisinde kurduğu, %60'a yakınının henüz

¹⁰²⁸ KOSGEB Girişimcilik Desteğinden yararlanabilmenin ön şartlarından biri, girişimci eğitime başladığında ve eğitim tamamlanana kadar, işletme sahibi olmaması ve/veya herhangi bir işletmede % 50 ve üzerinde ortaklığının olmamasıdır. Bu nedenle örneklemdaki işletme sahibi girişimcilerin tamamı, işletmelerini eğitimden sonra kurmuşlardır. Bkz: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB),

işletme sahibi olmadığı görülmektedir (Tablo 15). İşletme sahibi girişimcilerin firmalarının faaliyet gösterdikleri sektörler incelendiğinde (geçerli yüzdelere), yine yarısına yakınının (%49,5) hizmet sektöründe yer aldığı, imalat (%24,4) ve ticaret (%26,1) sektörlerininse daha dengeli dağıldığı görülmektedir.

Tablo 15: Girişimlere Dair Veriler



Katılımcıların girişimleri, hitap ettikleri pazar açısından incelendiğinde, yaklaşık %45'inin bölgesel (hizmet sektörünün örneklem içerisindeki ağırlığı düşünüldüğünde oldukça tutarlı bir orandır), %30'unun (ikisinin toplamı %75) ulusal ve dörtte birinin (%25'inin) uluslararası pazarda faaliyet gösterdiği görülmektedir (Tablo 15).

3.2.5.3. Sınıflandırılmış Veriler

Örneklemdaki girişimcilerin, yaratıcılık konusunda, kendileriyle ilgili kişisel değerlendirmeleri ve sınai mülkiyet hakları (patent, faydalı model, vb.) konusundaki gerçek durumları Tablo 16'da görülmektedir. Örneklemdaki katılımcıların yaklaşık %78 gibi yüksek oranı, yaratıcı girişimci olduklarını düşünmekteyken, bunların içerisinde

patenti olanların oranı sadece %8'dir. Patent başvurusu henüz sonuçlanmamış olanlarla beraber oranları ancak %11,5 olmaktadır. Patent başvurusu yapmayan girişimcilerin oranı ise yaklaşık %88'dir (Tablo 16).

Tablo 16: Girişimcilerin Patent Verilerinin Frekansları

Yaratıcılık	Frk.	Yüzde
Başvuru yok	448	87,7
Patent/başvuru	60	11,7
Toplam	508	99,4
Cevapsız	3	,6
Toplam	511	100,0



3.2.5.3. Araştırma Sorunsalına Dair Testler

Çalışmanın aşağıdaki bölümü, yaratıcılık, tembellik sosyal sermaye ve inovasyon arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır. Öncelikle yaratıcı düşünme eğilimi, tembellik, sosyal sermaye değişkenleri arasındaki korelasyonlar incelenmektedir. Sonra patent başvuru-mülkiyeti olup olmadığına göre girişimcilerin yaratıcı düşünme, sosyal sermaye ve tembellik eğilimleri arasındaki farklılıklar analiz edilmektedir.

Araştırmada, yaratıcı düşünme eğilimi (yenilikçilik, merak ve risk eğilimi), sosyal sermaye (birleştirici, köprü kurucu, bağlayıcı) ve tembellik eğilimi (genel tembellik ve iş tembelliği) değişkenleri arasındaki ilişkilerin yönünü ve kuvvetini ortaya koymak amacıyla korelasyon yapılan korelasyon analizinin sonuçları ortaya konmaktadır. Söz konusu değişkenler ve alt boyutlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler, aşağıdaki Tablo 17'de gösterilmektedir.

Tablo 17. Ölçeklere Dair Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Faktörler	Ortalama	Standart Sapma	N
Yaratıcı Düşünme Eğilimi	Yenilikçilik	32,0254	3,73921	511
	Merak ve Risk Eğilimi	32,5245	3,75877	511
Sosyal Sermaye	Birleştirici Sosyal Sermaye	21,4384	4,51790	511
	Köprü Kurucu Sosyal Sermaye	13,2407	2,63215	511
	Bağlayıcı Sosyal Sermaye	8,6047	1,90775	511
Tembellik Eğilimi	Genel Tembellik Eğilimi	22,6125	7,58498	511
	İş Tembelliği Eğilimi	22,0959	7,58589	511

Aşağıdaki Tablo 18’de görüldüğü gibi, yaratıcı düşünme eğiliminin alt boyutları (yenilikçilik, merak ve risk eğilimi) ile sosyal sermayenin alt boyutları (bağlama, köprüleme, bağlanma) arasında orta düzeyde bir korelasyon vardır. Ancak tembel eğiliminin diğer değişkenlerle arasındaki korelasyon düzeyi oldukça düşük ve ters yöndedir (Tablo 18).

Tablo 18. Korelasyon Matrisi

		1	2	3	4	5	6	7
YARATICI DÜŞÜNME	1.Yenilikçilik Eğilimi	1						
	2.Merak ve Risk Eğilimi	,991**	1					
SOSYAL SERMAYE	3.Bağlayıcı Sosyal Sermaye	,406**	,410**	1				
	4.Köprü Kurucu Sosyal Sermaye	,410**	,414**	,976**	1			
	5.Birleştirici Sosyal Sermaye	,409**	,415**	,975**	,935**	1		
TEMBELLİK EĞİLİMİ	6.Genel Tembellik	-,132**	-,128**	-,043	-,055	-,033	1	
	7. İş Tembelliği	-,132**	-,128**	-,042	-,055	-,032	,998**	1

**, Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-uçlu). N = 511

Girişimlerin patent başvurusu ve mülkiyetine göre (var-yok), bağımsız grupların ölçülmesi için t testi uygulandı (Tablo 19). Patent başvurularına göre girişimcilerin yaratıcı düşünme eğilimleri ile sosyal sermaye puanları arasında anlamlı bir fark olduğu ancak tembellik eğilimi yönünden anlamlı bir fark olmadığı görüldü (Tablo 19).

Tablo 19. Bağımsız Gruplar İçin T Testi

Grup İstatistikler	Patent	N	Ortalama	Standart Sapma	Std. Hata Ortalaması
Yaratıcı Düşünme	Hayır	448	79,4102	9,55541	,45145
	Evet	60	83,7292	7,74491	,99986
Sosyal Sermaye	Hayır	448	56,7973	11,89062	,56178
	Evet	60	64,1302	11,88801	1,53474
Tembellik Eğilimi	Hayır	448	22,1573	7,43076	0,35107
	Evet	60	24,000	8,64023	0,35107

Bağımsız Gruplar Testi			Levene Varyans Eşitliği Testi			Ortalamalar Eşitliği için t-testi			
			F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Farkı	Std. Hata Farkı
Yaratıcı Düşünme	Yenilikçilik	Eşit varyans varsayımı	1,51	,219	-1,80	506	,043	-,92485	,51393
		Eşitsiz varyans varsayımı			-2,09	84,51	,039	-,92485	,44123
	Merak ve Risk Eğilimi	Eşit varyans varsayımı	1,54	,215	-1,82	506	,048	-,94375	,51676
		Eşitsiz varyans varsayımı			-2,15	85,30	,034	-,94375	,43894
Sosyal Sermaye	Birleştirici Sosyal Sermaye	Eşit varyans varsayımı	,006	,939	-4,49	506	,000	-2,73170	,60840
		Eşitsiz varyans varsayımı			-4,48	75,61	,000	-2,73170	,60933
	Köprü Sosyal Sermaye	Eşit varyans varsayımı	,437	,509	-4,33	506	,000	-1,53973	,35540
		Eşitsiz varyans varsayımı			-4,24	74,72	,000	-1,53973	,36315
	Bağlayıcı Sosyal Sermaye	Eşit varyans varsayımı	,078	,780	-4,61	506	,000	-1,18348	,25647
		Eşitsiz varyans varsayımı			-4,49	74,56	,000	-1,18348	,26304
Tembellik Eğilimi	İş Tembelliği	Eşit varyans varsayımı	,666	,415	-1,81	506	,070	-1,88929	1,0420
		Eşitsiz varyans varsayımı			-1,62	71,25	,110	-1,88929	1,1662

	Genel Tembellik	Eşit varyans varsayımı	1,04	,307	-1,72	506	,086	-1,79598	1,0425
		Eşitsiz varyans varsayımı			-1,53	71,09	,130	1,79598	1,1725

Patent başvurusu olanların ve / veya sahiplerinin yaratıcı düşünme eğilimi ortalaması 83.7292 iken, olmayanların ortalaması 79.4102'dir. Yine, patent başvurusu olanların ve / veya sahiplerinin sosyal sermayelerinin ortalaması 64.1302 iken, olmayanların ortalaması 56.773'tür. Son olarak, patent başvurusu olanların ve / veya sahiplerinin tembellik eğilimi ortalaması 24'ken, olmayanların 22,1573'tür (Tablo 19).

Tablo 19'da görüldüğü gibi tembellik eğilimi dışındaki diğer iki değişkende (yaratıcı düşünme ve sosyal sermaye) önemli bir fark vardır. Levene testi sonuçlarında yaratıcı düşünme eğilimi (yenilikçilik için $p = 0,219$ ve merak ve risk eğilimi için $p = 0,215$) ve sosyal sermaye (birleştirici için $p = 0,939$, köprü kuran 0,509 ve bağlayıcı 0,780) p değerleri $>0,05$ olduğu için, eş-varyans varsayımı kabul edilmektedir. Buna göre, patent başvurusu ve sahipliğine göre yaratıcı düşünme eğilimi (yenilikçilik için Sig.2-kuyruklu = 0,043, merak-risk eğilimi 0,048) ve sosyal sermaye (birleştirici, köprü kurucu ve bağlayıcı Sig.2-kuyruklu = 0,00) puanları arasında anlamlı bir fark vardır. Patent başvurusu ve sahipliğine göre tembellik eğilimi ortalamaları arasında ise anlamlı bir fark yoktur (genel tembellik 0,070 ve iş tembelliği 0,086). Bunun nedenleri çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılı olarak tartışılmakla beraber, tembelliğin olumsuz bir kavram olarak algılanması, kavrama farklı bireyler tarafından farklı anlamlar yüklenmesi, yaratıcılık ve inovasyon sürecinin değişik aşamalarında farklı niteliklerin gerekmesi gibi çeşitli unsurların etkili olduğu düşünülmektedir.

3.3. Nitel Araştırma

Bu başlık altında mülakat örnekleme, soruların hazırlanması ve verilerin analizinde kullanılan yöntemler açıklandıktan sonra, elde edilen bulgulara ve yorumlara yer verilmektedir.

3.3.1. Mülakat Örnekleme

Mülakat örnekleminin belirlenebilmesi açısından, elde edilen anket formları ön değerlendirmeye tabi tutulmuş, patent sahibi 41 ve başvurusu henüz sonuçlanmamış 18 kişiyle birlikte, yüksek yaratıcılık skoruna sahip toplamda 75 kişiye ulaşılmaya çalışılmış

(amaçlı örnekleme yöntemi), zaman kısıtları, uyumsuzlukları vb. nedenlerle 25 mülakat gerçekleştirilmiştir.



3.3.2. Mülakat Sorularının Hazırlanması

Mülakat soruları temelde üç konu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Öncelikle girişimcilere sabah uyandıktan itibaren bir iş gününde tembelliğe işaret edebilecek (alarm erteleme, dağınıklık, vb.) durumlarla ilgili sorular sorularak konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek amaçlanmaktadır. Bu soruların oluşturulmasında 24-27 Aralık 2018 tarihinde, 23 kişilik bir girişimci grubuna, işyerinde en sık karşılaştıkları 10 tembellik davranışını yazılı olarak sıralamaları istenmiş, veriler frekanslarına göre puanlanarak ve benzer ve birbirini tamamlayan sorular birleştirilerek 10 soruda özetlenmiştir. Mülakatın, tembellik ve yaratıcılık ilişkisine odaklanan ikinci kısmında, katılımcılara konuyla ilgili 4 sayfada 20 görsel gösterilerek görüşlerinin alınması* ve dış çevrenin kendileri hakkındaki değerlendirmelerinin sorgulanması hedeflenmiştir. Mülakatın inovatif süreçte odaklanan üçüncü kısmında ise, yeni ürün geliştirmeye ilgili fikir üretme, tasarım, uygulama aşamalarıyla finansal performans sorgulanarak pazarlama ve yönetsel alandaki yeniliklerle ilgili detaylı bilgi edinmek amaçlanmaktadır¹⁰²⁹.

* Görseller, internet sayfaları ve sosyal medyadan edinilmiştir. Tezin sonunda ekte yer almaktadır.

¹⁰²⁹ Bu kısımdaki soruların oluşturulmasında şu kaynaklardan yararlanılmıştır: Seda Aslı Yavuz, Bilgi Özümseme Kapasitesi ve İnovasyon Performansı: Mekânsal Yetkinlikler Önemli Mi?, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi



13-26 Mayıs tarihleri arasında ortalama 1-1,5 saat uzunluğunda 25 adet yarı yapılandırılmış mülakat gerçekleştirilmiştir. İstanbul Kültür Üniversitesi İncirli Kampüsü İGESİB Ofisi toplantı odasında gerçekleştirilen mülakatlar, görüntülü ve sesli olarak (video) kaydedilmiştir. Mülakatlardan önce katılımcılardan, elde edilen görüntü, ses kaydı, fotoğraf, bilgi ve belgenin tez çalışmasında kullanılmasıyla ilgili muvaffakatname alınmıştır*.



Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2019; Banu Duman, İnovasyon Performansı ve Örgütsel Destek Algısı İlişkisi: Sivas İlinde Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas, 2015; Mecit Emre Bülbül, İnovasyon Performansı Değerlendirme Sürecinde AHS ve GİA Bütünleşik Yaklaşımı: Süt Ürünleri Sektöründe Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2014; Cansu Erdoğan, İşgören Motivasyonunun İnovasyon Performansına Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011; Oğuz Demirel, İnovasyon Performansı Ölçüm Kriterlerinin Nitel Bir Araştırma ile Belirlenmesi: Bilişim İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce, 2015; Hakan Tatar, İnovasyonun Finansal Performans Üzerindeki Etkisi: İmalat Sektöründe Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2010; Yakup Aslan, İnovasyonun Firma Performansı Üzerine Etkisi: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme, **Doktora Tezi**, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van, 2018; Mert Aksungur, İnovasyonun Firma Performansına Etkisi: Mersin İlindeki Lojistik Firmalar Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 2018; Burak Torun, İnovasyon Algısı, İnovasyon Sürecindeki Liderlik Tarzları ve İşletmenin İnovasyon Performansı Arasındaki İlişkiler: Düzce'deki Kobi'ler Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce, 2016; Mehmet Fatih Aslan, İşletmelerde Bilgi Paylaşımı, İnovasyon ve Firma Performansı İlişkisi: Gaziantep İlinde Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2014

* Tezin sonunda ekte yer almaktadır.

3.3.3. Mülakat Verilerinin Analizinde Kullanılan Yöntemler

Tez araştırmasının konusunu oluşturan girişimcilik, sosyal sermaye, tembellik, yaratıcılık ve inovasyon olgularıyla ilgili, katılımcıların davranış ve inançlarını ortaya çıkarmak amacıyla ilk aşamada görüntü ve ses kayıtları, her bir girişimci için ayrı dosyalarda yazılı hale getirilmiştir. İkinci aşamada mülakat sorularına uygun biçimde, tüm girişimcilerin cevapları tek bir dosyada, sorular dışında harici konular hakkındaki bilgiler ise ayrı bir dosyada toplanmıştır.



Araştırılan olgulara ilişkin sosyal süreçleri, kavramları, aşamaları açıklamak amacıyla üçüncü aşamada araştırma amacına uygun şekilde kodlanan veriler, özetleme, sınıflandırma/kategorilere ayırma yöntemleriyle mümkün olduğunca değiştirilmeden tablolara dökülmüştür. İçerik analizi kapsamında sayısal verilere dönüştürme ve matris hazırlama gibi yöntemler kullanılmıştır. Kelimelerin kullanılma sıklıkları, benzerlikler-zıtlıklar ve kullanılan metaforlar incelenmiştir. Dördüncü ve son aşamada, ham ve işlenmiş tüm verilerden yola çıkılarak bazı sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır.





3.3.4. Mülakat Örnekleme Dair Demografik Veriler

Mülakata katılan girişimcilere ve işletmelerine ilişkin demografik veriler aşağıdaki gibidir (Tablo 20).

Tablo 20: Mülakat Örnekleme Dair Demografik Veriler

Yaş Aralığı	Frekans	Yüzde	Tecrübe	Frekans	Yüzde	Sektör	Frekans	Yüzde
18-25	0	0	2 yıl ve altı	0	0	İmalat	12	48
26-35	15	60	3-5 yıl	1	4	Hizmet	12	48
36-45	6	24	6-10 yıl	6	24	Ticaret	1	4
46-55	4	16	11-20 yıl	13	52	Toplam	25	100
56 ve üstü	0	0	21 yıl ve üst	5	20	Pazar	Frekans	Yüzde
Toplam	25	100	Toplam	25	100	Bölgesel	2	8
Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Sahiplik	Frekans	Yüzde	Ulusal	12	48
Kadın	14	56	Evet	19	76	Küresel	11	44
Erkek	11	44	Hayır	6	24	Toplam	25	100
Toplam	25	100	Toplam	25	100	Destek	Frekans	Yüzde
Eğitim	Frekans	Yüzde	Gelir	Frekans	Yüzde	Başvuru Yok	10	40
İlköğretim	1	4	2500 ve altı	0	0	Sonuç Yok	4	16
Lise	6	24	2501-4000	5	20	Destek Aldı	11	44
Yük.okul	3	12	4001-5500	6	24	Toplam	25	100
Lisans	14	56	5501-7000	5	20			
YL/Doktora	1	4	7001 ve üst	9	36			
Toplam	25	100	Toplam	25	100			

Mülakata katılan girişimcilerin %60'ının 26-35 yaş aralığında ve %56'sının kadın olduğu görülmektedir. Eğitim seviyeleri açısından %56'sı lisans mezunudur ve yüksekokul ve lisansüstü eğitimi alanlarla birlikte oranları %72'yi bulmaktadır. Bu anlamda, mülakat örnekleminin genç ve eğitimli katılımcılardan oluştuğu söylenebilir. İş deneyimi açısından değerlendirildiğinde, en yüksek frekansa sahip grup 11-20 yıl arası tecrübeye sahip olanlardır (%52). Katılımcıların %96'sı, 6 yıl ve üzerinde iş tecrübesine sahiptir (Tablo 20). Bu anlamda örneklem grubunun deneyimli girişimcilerden oluştuğu gözlemlenmektedir.

Gelir seviyeleri açısından en yüksek frekansa sahip olan grup, 7.001 TL ve üzerinde geliri olanlardır (%36). Girişimcilerin %80'inin aylık ortalama geliri, 4.001 TL

ve üzerindedir. Örneklemedeki girişimcilerin %76'sı işletme sahibi ya da ortağıdır (Tablo 20). İşletme sahibi olmayan altı girişimcinin dördünün işletmesi kuruluş aşamasında, ikisi ise yakınlarının (biri eşi, diğeri babasının) işletmelerinde ücretli olarak çalışmaktadır.

Girişimcilerin sahibi/ortağı oldukları veya çalıştıkları işletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörler incelendiğinde, %48'inin imalat, %48'inin hizmet, %4'ünün ise ticaret sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir (Tablo 20). Hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların büyük çoğunluğu, yazılım, otomasyon gibi nitelikli alanlardadır.

Alt sektörler açısından inceleme yapıldığında, imalat sektöründe firmalardan biri gıda makineleri üreticisiyken, diğeri inovatif şişe ve kapak tasarımlarıyla vitaminli su pazarında yer almaktadır. Gıda üreticisi firmanın bir diğeri yan kolu, oyuncak imalatıdır. İlaç, kozmetik alanında faaliyet gösteren iki firmadan ilki, saç ekimi sonrası kullanılması gereken şampuan, serum, losyon, vitamin takviyesi gibi ürünlerde yoğunlaşmışken (ayrıca el dezenfektanı), diğeri, sağlık sektörüne yönelik olarak, etiket, ambalaj vb. hizmetlerinin yanı sıra, ultrason kâğıdı üretimi de yapmaktadır. İnsanların günlük yaşamını kolaylaştırmaya ve güzelleştirmeye yönelik endüstriyel ürünlerin imalatını yapan firmalardan ikisi tasarım ağırlıklıyken (markalar için maskotlar, ev ve ofislerde kullanmak üzere mobilya ve dekoratif eşyalar, vb. yanı sıra, çanta, ayakkabı, takı, vb. kişisel ürünler), diğeri üçü, inovatif ürünleriyle dikkat çekmektedir (yıkabilir kedi tuvaleti, gençleştiren toka, çamaşır korumalı askılık, vb.). Tasarım ağırlık olarak çalışan girişimcilerden biri, aynı zamanda resim ve heykel gibi sanatsal alanlarda da üretim gerçekleştirmektedir.

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların yedi tanesi yazılım ve otomasyon gibi alt sektörlerde çalışmaktadır. Yoğunlaştıkları alanlar incelendiğinde, ikisi sosyal medya uygulamalarının geliştirilmesi, ikisi dijital ajans ve reklam hizmetleri vermektedir. Sosyal medya uygulamaları üzerinde çalışan girişimcilerden biri, aynı zamanda şarkı yorumculuğu ve dijital platformlardan dinleyicilere ulaştırılması ile de ilgilenmektedir. Bir diğeri yazılım firması sanayiye dönük olarak ölçme ve güvenlik sistemleri üzerinde çalışırken, biri radyo frekanslı tanımlama sistemleri ağırlıklı endüstriyel çözümler üretmektedir. Sonuncu firma ise inşaat sektörüne yönelik olarak proje, yazılım ve otomasyon hizmetleri sağlamaktadır.

Hizmet sektöründe yer alan diğeri firmaların ikisi eğitim, biri marka ve patent danışmanlığı ve sonuncusu endüstriyel ürün fotoğrafçılığı alanlarında çalışmaktadır.

Eğitim sektöründe çalışan girişimcilerden biri, aynı zamanda sinema sektöründe oyunculuk ve televizyonda oyunculuk, sunuculuk, vb. alanlarda faaliyet göstermektedir. Ticaret sektöründe faaliyet gösteren firma ise bilgisayar, yedek parça satışının yanı sıra, tamir ve sistem bakım hizmetleri de vermektedir.

Kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve vakıflar gibi örgütlerden, girişimcilik ve inovasyon faaliyetleriyle ilgili destek alan girişimciler, örneklemin %44'ünü (11 kişi) oluşturmaktadır (Tablo 20). Bu girişimcilerin 9 tanesi KOSGEB'den, biri TÜBİTAK ve üniversitelerden, diğeri ise girişimcilikle ilgili bir dernekten destek almıştır. KOSGEB'den destek alan girişimcilerden biri, aynı zamanda İŞKUR'dan, bir diğeri ise aynı zamanda TÜBİTAK'tan destek aldığını ifade etmiştir.

Girişimcilerin %40'ı destek başvurusunda bulunmazken, buna gerekçe olarak bürokratik işlemlerin fazlalığını, destek başlıklarının uyumsuzluğunu, işletmelerinin henüz kurulmamış olmasını ileri sürmüşlerdir. İki girişimcinin başvuru süreci devam ederken, birinin başvurusu takipsizlikten, diğerininki ise koşullarının uygun olmamasından dolayı reddedilmiştir.

3.3.5. Mülakat Örneklemine Dair Sınıflandırılmış Veriler

Mülakata katılan girişimciler ve/veya sahibi/ortağı oldukları/çalıştıkları firmalar, fikri ve sınai mülkiyet haklarına sahiplikleri açısından incelendiğinde, biri dışında tamamının marka ve isim, yarısına yakınının patent (%48), yaklaşık %30'unun telif ve % 8'inin faydalı model haklarına sahip oldukları görülmektedir (Tablo 21). Hiçbir fikri ve sınai mülkiyet hakkına sahip olmayan girişimci, ürün tasarımı ve imalatı alanında faaliyet göstermekte ve gerekçe olarak söz konusu modellerin kolayca taklit edilebildiğini, koruma konusunda ilgili sistemlerin yetersiz kaldığını ileri sürmektedir.

Tablo 21: Mülakat Örneklemine Dair Sınıflandırılmış Veriler

Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları	Frekans	%	Firma Öncülüğü	Frekans	%
Marka ve İsim	24	96	Evet	21	84
Patent	12	48	Hayır	4	16
Telif	7	28	Toplam	25	100
Faydalı Model	2	8	Yaratıcılık	Frekans	%
Yok	1	4	Evet	25	100
N*	25	100	Hayır	0	0
*1'den fazla başlıkta hak sahibi girişimciler var.			Toplam	25	100

Girişimcilerin %84'ü firmalarının bulundukları sektörde öncü olduklarını ve ilkleri gerçekleştirdiklerini ileri sürerken, dört girişimci, henüz işletmelerini kurma aşamasında olduklarını ve sektöre inovatif bir yaklaşım getirmeye niyetli olduklarını ifade etmektedir. Katılımcıların tamamı yaratıcı girişimciler olduklarını belirtmektedir (Tablo 21). Çevrelerindeki ve tanıdıkları insanların kendilerinin yaratıcılıklarıyla ilgili görüşleri sorulduğundaysa, %80'i (20 kişi) yaratıcı ve yenilikçi olarak değerlendirileceklerini, %20'si ise problem çözme konusunda yaratıcı olarak değerlendirileceklerini belirtmişlerdir. Mülakata katılan girişimcilerin yaratıcı düşünme eğilimi ortalamaları, anket örnekleminde biraz daha yüksektir (68,77 ve 64,55).

Mülakata katılan girişimcilerin, tembellik eğilimi açısından frekans dağılımları incelendiğinde, yarısından fazlası (%52) genel olarak çalışkan olduğunu, %12'si ise genellikle tembel olduğunu ifade etmiştir (Tablo 22).

Tablo 22: Tembellik Eğilimi Frekans Dağılımları

Tembellik Eğilimi	Frekans	%
Genel olarak tembel bir insanımdır.	3	12
Söz konusu iş ya da durum, düşünsel bir faaliyetle ilgiliyse çalışkan olduğum söylenebilir ancak bedensel bir faaliyetse tembelleşirim.	8	32
Söz konusu iş ya da durum, bedensel bir faaliyetle ilgiliyse çalışkan olduğum söylenebilir ancak düşünsel bir faaliyetse tembelleşirim.	1	4
Genel olarak çalışkan bir insanımdır.	13	52
TOPLAM	25	100

Girişimcilerin %32'lik önemli bir kısmı, bedensel çaba gerektiren faaliyetlerde tembelleşirken, zihinsel faaliyetlerde çalışkan olduklarını, yalnızca bir girişimci ise düşünsel faaliyetlerde tembel ancak bedensel faaliyetlerde çalışkan olduğunu belirtmiştir (Tablo 22). Çevrelerindeki ve tanıdıkları insanların kendilerinin tembellik-çalışkanlıklarıyla ilgili görüşleri sorulduğundaysa, %52'si çalışkan (13 kişi), %32'si özel hayatında tembel ama işte çalışkan (8 kişi), iki kişi **“üşengeç ama iş bitirici”**, **“üşengeç ama disiplinli”** ve iki kişi **“çalışkan ama uykuyu seven”** şeklinde cevaplar vermişlerdir. Mülakata katılan girişimcilerin tembellik eğilimi ortalamaları, anket örnekleminde biraz daha yüksektir (47,52 ve 44,70).

Girişimcilerin tembellik eğilimlerinin daha ayrıntılı incelenebilmesi açısından, sabah uyanma davranışları ayrıntılı olarak incelendiğinde, tamamının alarm kurduğu ve ikisi dışında hepsinin alarmı ertelediği (%92), %44'lük önemli bir kısmının (11 kişi)

uyandıktan sonra yarım saat kadar yatakta vakit geçirdiği ve üç girişimcinin de uyanabilmek için saat dışında mutlaka birilerinin kendilerini uyandırması gerektiği gözlemlenmiştir (Tablo 23).

Tablo 23: Sabah Uyanma Davranışı Frekans Dağılımı

İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
Sabah uyanma davranışı	Alarm kurup çalmadan kalkanlar	2	% 8
	Alarm kurup 15 dk.ya kadar erteleyenler	9	% 36
	Alarm kurup 30 dk.ya kadar erteleyenler	11	% 44
	Uyanmak için birinin yardımına ihtiyaç duyanlar	3	% 12
TOPLAM		25	% 100

Çalışma ortamındaki eşyaların, ofis masasının düzeni açısından sınıflandırma yapıldığında, en yüksek frekans, “dağınık” şeklinde cevap veren girişimcilere aitken (%36), onu %24’le “düzenli” olduğunu söyleyenler izlemiştir. Sık topladığını (%20) ve iş bittikten sonra topladığını (%20) ifade edenlerin oranı eşittir (Tablo 24).

Tablo 24: Çalışma Ortamı ve Masa Düzeni

İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
Çalışma ortamı ve masa düzeni	Düzenli	6	% 24
	Çalışırken dağınık ama sık toplarım	5	% 20
	Çalışırken dağınık ve iş bitene kadar toplamam	5	% 20
	Dağınık	9	% 36
TOPLAM		25	% 100

Çalışma masası düzenli olan ve sık toplayan girişimciler, “*masadaki sabit eşyaların (bilgisayar, not defteri gibi) işlevsellik esasına göre dizayn edildiğini, sadelik ve düzenden hoşlandıklarını, simetri sevdiklerini ifade etmişlerdir*”.

Mülakat örneklemindeki girişimcilerin çalışma ortamlarındaki faaliyet akışlarının düzeni ve farklı işlere bölünme nedeniyle işlerin sürüncemede kalması durumları sorgulandığında, girişimcilerin %32’si iş akışlarının düzenli olduğunu ve farklı işler tarafından bölünmesine izin vermediklerini belirtmektedir. Girişimciler, iş akışının düzeninin bozulmasında, içsel ve dışsal faktörlerin payının eşit olduğunu

düşünmektedirler. Girişimcilerin %12'si faaliyet akışlarının işin doğası gereği düzensiz olduğunu ifade ederken, %28'i işlerin sürüncemede kalmasının nedeni olarak içsel ve dışsal faktörlerin payı olduğuna işaret etmektedirler (Tablo 25). İçsel faktörler, girişimcinin kendisinden ya da firma çalışanlarından kaynaklanan düzensizlik ve gecikmeler (*insanız, hepimiz hata yaparız*) olarak ifade edilirken, dışsal faktörlerin tedarikçiler veya fason işletmenin geç teslimatı ya da müşterinin ani fikir değişiklikleri gibi durumlar nedeniyle oluştuğu belirtilmektedir.

Tablo 25: İş Akış Düzeni (Frekans Analizi)

İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
İş akışı düzeni	Düzenli	8	% 32
	Dışsal faktörlerden düzensiz	7	% 28
	Hem dışsal, hem içsel faktörlerden düzensiz	7	% 28
	Düzensiz	3	% 12
TOPLAM		25	% 100
İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
Farklı işlere bölünme ve işlerin sürüncemede kalması	Bölünmem	8	% 32
	Dışsal faktörler sebebiyle	5	% 20
	İçsel faktörler sebebiyle	5	% 20
	Hem dışsal, hem de içsel faktörler sebebiyle	7	% 28
TOPLAM		25	% 100

Aksaklıkların işe olumsuz yansımalarını engellemek için girişimciler yaratıcı çözümler üretmektedir: “Örneğin, tedarik safhasındaki bir gecikme, bizim müşteriye teslimatımızı da geciktiriyor. Bu nedenle ben artık bu aksaklıklar için de bir marj koyup, müşteriye teslimat süresini ona göre bildiriyorum. Teslimat yarınsa, ben onu en geç bir hafta gibi düşünüyorum”.

3.3.6. Mülakat Görsellerine İlişkin Değerlendirmeler

Mülakatın ikinci kısmında girişimcilerin tembellik ve inovasyon hakkındaki görüşlerini derinlemesine analiz etmek amacıyla bazı görseller gösterilerek düşünceleri sorgulanmıştır. İlk görselde insan hayatını kolaylaştırmaya dönük basit ve inovatif mutfak gereçleri (çoklu makas, süzen kapak, muz dilimleyici, karıştıran kupa, keser çatal ve

dönen külâh) bulunmaktadır (Ek 6). Söz konusu görsellere ilişkin girişimcilerin değerlendirmeleri Tablo 26’da görülmektedir.

Tablo 26: Küçük İnovasyonlara İlişkin Değerlendirmeler

Kelimeler	Frekans	Yüzde	Kelimeler	Frekans	Yüzde
Kolaylık	20	% 21	Yaratıcı, Kullanışsız, Üşengeç işi	6	% 6
Pratik	18	% 19	Mantıksız, Değişik, Abartı,	4	% 4
Beğendim	16	% 17	İlginç, Hiç aklıma gelmezdi,		
Mantıklı	12	% 13	Tembel işi		
Gereksiz	10	% 10	İhtiyaca dönük, Rahatlık,	2	% 2
Komik, Kullanışlı	8	% 8			
TOPLAM			96	% 100	

Çoklu makas ve süzen tencere kapağı en çok beğenilen ürünler olurken, dönen dondurma külâhı daha çok “komik, ilginç, gereksiz, değişik”, gibi sıfatlarla nitelendirilmiştir. İkinci görselde, ağaç altında uzanan Newton, hamamdaki Arşimet ve Ericsson Chatboard bulunmaktadır. Girişimcilerin tembellik, bilimsel buluşlar ve inovasyon hakkındaki görüşlerini beş başlık altında toplamak mümkündür (Tablo 27).

Tablo 27: Bilimsel Buluşlar, İnovasyon ve Tembellik İlişkisi

İçerikler	Frekans	Yüzde
Tembellik etkilidir. Bazı insanlar beden yerine zihin gücü kullanmayı tercih ederler.	8	% 32
Gözlem, serbest zaman, dinlenmiş zihin ve bilinçaltının yardımı etkilidir.	6	% 24
Dinlenme zamanları benim için de yaratıcıdır, bu nedenle yanımda not defteri bulundururum.	4	% 16
Tesadüf etkilidir. Biz hazır olduğumuzda eksik parçayı evren tamamlar.	4	% 16
Newton ve Arşimet diğerlerinden (bakış açıları) farklı insanlardır. Yoksa milyonlarca kişinin kafasına elma düşmüştür.	3	% 12
TOPLAM	25	100

Üçüncü görselde göbeğinde uzaktan kumandayla uyuyan bir adam, normal ve yürüyen merdiven, asansör, gaz lambası ve ampul fotoğrafları bulunmaktadır. Girişimcilerin görüşlerini dört başlık altında toplamak mümkündür. Girişimcilerin %32’si teknolojinin hayatımızı kolaylaştırdığını ifade ederken, yine aynı sayıda girişimci (8 kişi) avantajlarını kabul etmekle birlikte dezavantajlarına da dikkat çekmiş, fiziksel ve ruhsal açıdan sağlık sorunlarına yol açabileceğini (obezite, doğadan uzaklaşma ve stres,

depresyon) belirtmiştir. Girişimcilerin %20'si doğrudan tembelliğin yaratıcılığı artırdığını, %16'sı ise insanların acele ve yorgunluk sebebiyle zaman ve enerji tasarrufu sağlamaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Dördüncü görselde sosyal medyada Bill Gates ve Steve Jobs'a atfedilmiş bazı sözler yer almaktadır. Girişimcilerin değerlendirmeleri aşağıdaki tabloda özetlenmektedir (Tablo 28).

Tablo 28: Bill Gates ve Steve Jobs'ın Tembellik ve Yaratıcılıkla İlgili Sözleri

İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
Zor işleri yapmak için her zaman tembel kişileri seçerim. Çünkü onlar işi yapmanın kolay bir yolunu bulurlar. Bill Gates	Katılmıyorum.	1	% 4
	Kısmen katılıyorum.	8	% 32
	Katılıyorum.	16	% 64
	TOPLAM	25	% 100
İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
“Ben bazı derslerin sınavlarını geçemedim ama arkadaşım hepsini geçti. O şimdi Microsoft'ta başarılı bir mühendis. Bense Microsoft'un sahibiyim”. Bill Gates	Katılmıyorum.	1	% 4
	Kısmen katılıyorum.	10	% 40
	Katılıyorum.	14	% 56
	TOPLAM	25	% 100
İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
Yaratıcılık sadece nesneleri birbirine bağlamaktır. Yaratıcı yeteneklere sahip insanlara bir şeyi nasıl yaptıklarını sorduğunuzda, bu konuda biraz suçlu hissediyorlar, çünkü onlar aslında bir şey yapmadılar, sadece bir şeyler gördüler. Steve Jobs	Katılmıyorum.	1	% 4
	Kısmen katılıyorum.	6	% 24
	Katılıyorum.	18	% 72
	TOPLAM	25	% 100
İçerik	Seçenekler	Frekans	Yüzde
İyi bir mühendis olmak istiyorsanız, sınavlara çalışmaya daima geç başlayın; bu size zaman yönetimini ve acil durumlarla başa çıkmayı öğretir. Bill Gates	Katılmıyorum.	1	% 4
	Kısmen katılıyorum.	10	% 40
	Katılıyorum.	14	% 56
	TOPLAM	25	% 100

Girişimcilere genel olarak tembellik, yaratıcılık ve inovasyonla ilgili görüşleri sorulduğunda ise daha önceki bedensel-zihinsel faaliyetler ayrımı, dinlenmiş zihin, zaman ve enerji tasarrufu gibi temaların yanı sıra, öncekilerden farklı görüşler de ortaya çıkmıştır. Bunların başlıcaları;

- Fikir üretme aşamasında tembel, uygulama aşamasında çalışkan (6 kişi),
- Özel hayatında tembel, işte çalışkan (7 kişi),
- Hayal kurarken tembel, problem çözerken çalışkan (4 kişi),

- Rutin işlerde tembel, tekrarlamayan işlerde çalışan (3 kişi),
- Vazgeçmişlik anlamında tembellik, tembellikten çözüm çıkarma (2 kişi),
- Tembel ve yaratıcı, analitik ve çalışan (3 kişi) ayrımlarıdır.

3.3.7. İnovasyon Kavramına İlişkin Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde inovasyon sürecine ilişkin mülakat örnekleminde elde edilen verilere yer verilmektedir.

3.3.7.1. Fikir Üretme Aşaması

Fikir üretme aşamasıyla ilgili girişimciler genel olarak belirli bir sistematüğün mümkün olmadığını, bazen bir anda, kendiliğinden ve çok fazla fikir üretilebildiğini, bazen de müşteri ve rekabet baskısıyla planlı olarak ve az sayıda fikrin üretilebildiğini belirtmişlerdir. Fikir üretme aşamasında girişimcilerin en çok kullandıkları teknikler aşağıdaki tabloda görülmektedir (Tablo 29).

Tablo 29: Fikir Üretme Aşamasında Kullanılan Teknikler

Yöntemler	Frekans	Yüzde	Yöntemler	Frekans	Yüzde
Gözlem yapma	20 (% 80)	% 25	Beyin Fırtınası	10 (% 40)	% 12
Hayal etme	16 (% 64)	% 20	Yaratıcı Drama	5 (% 20)	% 6
Görüşme, toplantı	15 (% 60)	% 19	Kendiliğinden	3 (% 12)	% 4
Not alma	10 (% 40)	% 12	Tümden gelim	2 (% 8)	% 2
TOPLAM				81	% 100

Girişimcilere fikir üretme aşamasında bilgi birikimlerinden yararlanma düzeyleri sorulduğunda tamamı çok fazla olduğunu, ancak bilmedikleri konularda da internet sayesinde kolayca istedikleri bilgiye ulaşabildiklerini belirtmişlerdir. Fikir üretme aşamasının bireysel mi yoksa grup faaliyeti mi olduğu konusunda girişimcilerin görüşleri aşağıdaki gibidir (Tablo 30).

Tablo 30: Fikir Üretme Süreci (Bireysel-Grup)

Yaratıcılık Süreci	Frekans	Yüzde
Bireysel bir süreçtir.	15	% 60
Hem bireysel, hem grupsal bir süreçtir.	8	% 32
Grupsal bir süreçtir.	2	% 8
TOPLAM	25	% 100

Girişimcilerin %60 gibi büyük bir kısmı fikir üretme aşamasının bireysel bir süreç olduğunu ifade etmektedir.

İnovasyon kaynakları açısından arz itmeli (üretici odaklı) ve talep çekmeli (pazar odaklı) modellerin her ikisinin de kullanılabildiği gözlemlenmiştir: “*Sürekli fikir üretmek değil de önce talebe de bakmak gerekiyor. Elimizdekini en iyi hale getirmek öncelikli planımız. Ancak tabi biz önce şampuan ve serumla çıkmıştık yola, sonradan vitamin soran çok olunca, vitamini de ekledik (şişesi, ambalajı, etiketi, vs.). Sonra bunu sete koyalım, 3 aylık set yapalım, 1 aylık set yapalım gibi. İşin kendisi getiriyor bunu, pazar getiriyor, talepleri karşılamak için yapıyorsunuz. Ancak bunların dışında hiç pazarda olmayan ve bizden istenmeyen bir ürünle de çıktık. Travel bag. Saç ekimi için 2-3 günlüğüne el bagajıyla, sırt çantasıyla gelenler için. Çantasında uçağa sokabilsin diye. Saç ekimi uzmanlarıyla yaptığımız görüşmeler ve saç ektirenlerle kurduğumuz empati neticesinde*”.

Girişimcilik ekosistemi, inovasyon sistemleri ve sosyal sermaye açısından, fikir üretme aşamasında girişimcilerin yararlandıkları işbirlikleri, aşağıdaki tabloda özetlenmektedir (Tablo 31). Tablo 31’de görüldüğü gibi, girişimcilerin tamamı, yeni ürün ve hizmetlerle ilgili fikir geliştirirlerken, müşterilerden gelen istek, şikâyet ve tavsiyelerden yararlanmakta, yine %64 gibi çok büyük bir kısmı, bu süreçte ürün ve hizmet tedarikçileriyle işbirliğine gitmektedirler. Girişimcilerin yarısına yakını (%48), rakiplerden yararlandıklarını belirtirken, bu ilişki, işbirliğinden çok, onların eksiklerini inovatif olarak avantaja çevirme, onların sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerin daha iyisini piyasaya sunma anlamında kullanılmıştır (Tablo 31).

Tablo 31: Girişimcilerin İnovasyon Ekosistemi

Partner	Frekans	Yüzde	Partner	Frekans	Yüzde
Müşteriler	25 (%100)	% 35	Diğer (aile, arkadaş, vb.)	12 (% 48)	% 16
Tedarikçiler	16 (%64)	% 21	Araş. ve Kamu Kurumları	6 (% 24)	% 8
Rakipler	12 (%48)	% 17	TOPLAM	71	% 100

Girişimcilerin, yine yarısına yakını, fikir üretme sürecinde aile, arkadaş ve tanıdıklar gibi sosyal sermayesine başvururken, %24’ü araştırma ve kamu kurumlarıyla (TÜBİTAK, üniversiteler, araştırma merkezleri, vb.) işbirliği yaptıklarını ifade etmişlerdir (Tablo 31). Mülakata katılan girişimcilerin sosyal sermaye skor ortalamaları, anket örnekleminde biraz daha yüksektir (45,12 ve 43,24).

3.3.7.2. Tasarım Aşaması

Görünüm, ambalaj, şekil ve hacim gibi değişikliklerle temel teknik ve işlevsel özelliklerini değiştirmeden mevcut ve/veya yeni ürünlerin tasarımını yenilemek amacıyla

girişimcilerin yürüttükleri faaliyetler aşağıdaki tabloda özetlenmektedir. Tablo’da görüldüğü gibi girişimcilerin %44’lk önemli bir kısmı ürünlerin estetik ve işlevsel açıdan iyileştirilmesiyle ilgili faaliyetler yürütürlerken, %40’ı boyut ve malzemeyle ilgili tasarım faaliyetlerine yönelmektedir (Tablo 32).

Tablo 32: Tasarım İnovasyonunda Yürütülen Faaliyetler

Faaliyetler	Frekans	Yüzde
Estetikten ziyade işlevselliğe önem vermek	6	% 24
Mevcut rnlerin estetik açıdan iyileştirilmesi, çeşitlendirilmesi	5	% 20
Taşınabilir küçük boyunu piyasaya sürmek	3	% 12
Ana malzeme veya malzeme bileşenini değiştirmek	3	% 12
Sanal ve reel ortamda malzeme araştırması, incelemesi	2	% 8
Farklı alanlardan eklektik bakış açısı kullanmak	2	% 8
Ekonomik büyük boyunu piyasaya sürmek	2	% 8
Ticari olarak genel beğeniye, sanatsal olarak kişisel tercihleri ön planda tutmak	2	% 8
TOPLAM	25	% 100

Deneme sürümü ve tam sürüm aşamalarıyla ilgili karşılaşılan sorunlar, süre, bütçe, işbirlikleri, kalite standartları, müşteri beklentileriyle alakalı girişimcilerin görüşleri aşağıdaki gibidir (Tablo 33). Girişimcilerin %40’ı tasarım sürecinde zaman ve bütçenin açılması sorunlarını ifade ederken, %32’si, müşterilerden kaynaklanan kalite-maliyet ilişkisinin göz ardı edilmesi, ani fikir değişiklikleri ve iyi sonuç vermeyecek talepler gibi problemlere işaret etmiştir (Tablo 33). Yaşanan tüm bu sorunlara rağmen girişimciler, süreç sonunda, kalite standartları ve müşteri beklentileri yönünden tatminkr sonuçların elde edildiğini belirtmişlerdir. Girişimciler, arge ve inovasyon aşamalarının doğası gereği belirsizlik taşıdığını, bu nedenle sürecin esnek bir şekilde planlanması gerektiğini ifade etmektedirler.

Tablo 33: Tasarım Sürecinde Karşılaşılan Problemler

Sorunlar	Frekans	Yüzde
Dış kaynaklardan yararlanılan iş süreçlerinde zaman aşımı sorunu	5	% 20
Tahmin edilen bütçenin açılması	5	% 20
Müşterinin kalite-maliyet ilişkisini göz ardı etmesi	5	% 20
l, büyüklük, boyut, eğim gibi şekille ilgili yaşanan sorunlar	4	% 16

Müşterilerin süreç esnasındaki ani fikir değişiklikleri	2	% 8
Müşterilerin iyi sonuç vermeyecek talepleri	1	% 4
Yatırımcıların kısa vadeli düşünceleri ve riskten kaçan yaklaşımları	1	% 4
Bilgi yönetim sistemi, internet altyapısı vb. yazılımsal sorunlar	1	% 4
Sorun yok	1	% 4
TOPLAM	25	% 100

İhtiyaca uygun olarak özel makinelerin tasarımı ve üretimi alanında çalışan bir girişimci, yazılım geliştirme süreci örneği üzerinden şelale metodu¹⁰³⁰ yerine neden çevik yaklaşımı¹⁰³¹ kullandıklarını anlatarak durumu örneklendirmektedir: “*Aksaklıklar oluyor mutlaka, sebeplerine gelince iç ve dış etkenler aynı oranda etkili, benim de payım oluyor elbette, ancak arge sürecinin doğası da belirsiz, bir işe başlayıp beklemediğiniz bir sonuçla karşılaşabiliyorsunuz. Şelale metodu denen bir yöntem var, küçük ve kısa hedefler konuyor aşamalı olarak, örneğin ikinci adımda süreci beşe dallandırmak gerekebiliyor “bu iş böyle yürümüyor” diye, beş farklı yöntem denemeniz gerekiyor. Zaten benim üzerinde çalıştığım işlerde biz ilk baştan şelale metodunu kullanıyorduk ama 2-3 yıl önce bundan vazgeçtik. Dedik ki biz önce başlayacağız, “ne yapacağız?”, ne gerekiyorsa onu. Herkes eline bir konuyu alacak ve o an neyi hissedebiliyorsa, yapabiliyorsa onu yapacak. Ondan sonra sonuçlara karar vereceğiz diye düşündük. Bu da yazılımcıların kullandığı çevik yaklaşım diye bir yöntem var. Onu kullanmaya karar verdik, orda da olay sürekli çevrimler üzerine kurulu. Dene, yanıl, dene yanıl ve bunu bol bol yap. Bunun üzerine kurulu. Artık bu yöntemi kullanıyoruz. O günden sonra işlerin yetişmeyeceğine eminiz, o yüzden içimiz rahat. Müşterilerle de öyle konuşuyoruz. O yüzden herkes rahat. Süreci izleyebildikleri müddetçe müşterilerin de içi rahat oluyor ki biz de bunu onlara sağlıyoruz. Genellikle bizden özel makineler geliştirmemiz bekleniyor. Ayrıca zaten biz bu işi bilmiyoruz ve keşfetmeye çalışıyoruz, Türkiye’de bilen başka biri*

¹⁰³⁰ “Bilinen en eski yazılım ürün geliştirme tekniği olan şelale metodu, doğrusal bir yaklaşım izler. Bu metotta yapılacak işler listelenerek safhalara ayrılır. Uygulama adım adım her safhanın tamamlanması ile gerçekleştirilir. Herhangi bir safhada yapılacak işlemler tamamlanmadan bir sonraki safhaya geçilmez. Uygulamanın herhangi bir adımında kesinlikle kontrol veya test amaçlı geriye dönüş yapılmaz. Adından da anlaşılacağı gibi kayalardan aşağı akan suyun tekrar yukarı çıkamaması gibi adım-adım yaklaşım izlenir”. Bkz: Gülşen Akman ve Çağın Karakoç, “Yazılım Geliştirme Prosesinde Kısıtlar Teorisinin Düşünce Süreçlerinin Kullanılması”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**, Yıl.4, Sayı.7, Bahar 2005, ss.103-121, s.110-111

¹⁰³¹ Çevik yaklaşımların özelliği, süreçler ve araçlardan çok geliştirme ekibindeki kişilere ve çalışan yazılıma, dokümantasyondan daha fazla değer vermeleridir. Çevik yaklaşımlara göre yazılım geliştirme ekibinin, müşterinin gerçekten ne istediğini anlayabilmesi ve onu üretmesi için proje sonuna kadar müşteriyle birlikte çalışması gerekir. Plandan çok, değişim isteklerini karşılamaya önem vermektedirler. Bkz: Turgay Karlıdere ve Oya Kalıpsız, “Yazılım Mühendisliği Projelerinde Çevik Yaklaşımların Yeri”, **I. Ulusal Yazılım Mühendisliği Sempozyumu Bildirileri**, İzmir, 23-25 Ekim 2003, ss.1-8, s.2

de yok. O yüzden her adımı deniyoruz ve müşteriyle paylaşıyoruz. Onların da içi rahat oluyor, “bu adamlar bizi oyalıyor” duygusunu yaşatmadan süreci yönetiyoruz”.

3.3.7.3. Uygulama Aşaması

Girişimciler çok fazla yeni fikir ürettiklerini, ancak, talep ve bütçe gibi kısıtlar nedeniyle, çoğunun uygulama aşamasına geçemediğini belirtmişlerdir. Ortalama 3 yılda en az 1, en çok 10 fikir uygulama aşamasına geçebilmiştir. Girişimciler, rakiplerden önce pazara yeni ürün ve hizmetler sunma becerilerinin yüksek olduğunu, pazarlarında ilkleri gerçekleştirdiklerini ve öncülük ettiklerini ifade etmişlerdir. İnovasyon süreci genel olarak fikir, tasarım, deneme sürümü, tam sürüm, satış aşamalarından oluşmakla beraber doğrusal bir şekilde gerçekleşmemekte, pek çok faaliyet eş zamanlı ilerlemektedir. Sunum aşamasından sonra da düzeltme ve iyileştirmeler gerçekleştirilmekte, böylelikle inovasyon süreci döngüsel bir yapıya kavuşmaktadır.

Gerçekleştirdikleri inovasyonlar çok yüksek oranda mevcut ürünlerin geliştirilmesi-iyileştirilmesi ve yeni özellikler eklenmesi (artımsal inovasyon) şeklindedir. Bunun yanı sıra malzeme inovasyonu da önemli ölçüde ön plandadır: *“Benzerini silikon malzemeden yapan çok var ancak silikon sağlığa zararlı bir malzeme. Bizimkinin getirdiği yenilik keçeden, doğal bir malzeme olması”*. İnovatif ürün/hizmetlerini, uygunluk kalitesi, üretim maliyeti, kapasite (hacim) esnekliği, üretim ve teslim hızı kriterleri açısından başarılı bulmaktadırlar.

Mülakat örneklemindeki girişimciler, mevcut ürünlerin bileşenleri ve malzemelerindeki üretim maliyetinin düşürülmesi, üretim ve teslimat ile ilgili süreçlerde katma değer yaratmayan faaliyetlerin belirlenmesi ve ortadan kaldırılması, değişken maliyetlerin azaltılması ve/veya sevkiyat hızının ve tekniklerde, makinelerde ve yazılımlarda, çıktı kalitesinin artırılmasına yönelik inovatif çalışmalar yürütmektedirler.

3.3.7.4. Diğer İnovatif Faaliyetler ve Finansal Performans

Mülakat örneklemindeki girişimcilerin idari sistemi ve firma aklını, çevre koşullarına uygun olarak yenilemek amacıyla yürüttükleri faaliyetler, aşağıda özetlenmektedir (Tablo 34).

Tablo 34: İnovasyon ve Çevreye Uyum

Faaliyetler	Frekans	Yüzde
Çevre analizi ve adaptasyon	6	% 24
SWOT analizi ve stratejiler	4	% 16
Çevre analizi ve dış kaynaklardan yararlanma	4	% 16
Çevre analizi ve kıyaslama	3	% 12
Uluslararası çevredeki değişime bağlı olarak yeni alternatifler yaratma	2	% 8
Teknolojik çevredeki hızlı değişime bağlı olarak farklı alternatifler	2	% 8
Ekonomik çevre faktörlerine bağlı, maliyet minimizasyonu çalışmaları	2	% 8
Ekonomik çevre faktörlerine bağlı, yatırımlarda temkinli davranma	2	% 8
TOPLAM	25	%100

Tablo 34’te görüldüğü üzere, girişimcilerin %70’e yakını çevre analizi yaparken, önlem olarak %24’ü adaptasyon, %16’sı rekabet stratejilerinin uygulanması, %16’sı dış kaynaklardan yararlanma, %12’si ise kıyaslama yöntemlerini kullanmaktadır. Girişimcilerin %16’sı uluslararası ve teknolojik çevredeki hızlı değişimlere karşı yeni ve farklı alternatifler üzerinde yoğunlaşırken, yine %16’sı ekonomik çevre faktörlerine bağlı olarak maliyet minimizasyonu ve yatırımlarda temkinli davranma önlemlerine başvurmaktadır.

Mülakat örneklemindeki girişimciler, pazarlama ve üretim gibi farklı işlevler arasında ve/veya stratejik ortaklıklar ve uzun vadeli işbirliğini kolaylaştırmak için organizasyon yapısını ve dağıtım kanallarını, ürün tanıtım, fiyatlandırma tekniklerini ve/veya genel pazarlama yönetimi faaliyetlerini yenilemeye dönük çalışmalar gerçekleştirmektedirler. Pazarın gereklerine ve bütçe kısıtlarına uygun olarak tedarik zinciri, üretim-kalite-insan kaynakları yönetim sistemlerini ve şirket içi yönetim bilgi sistemini ve bilgi paylaşımı uygulamalarını yenilemek amacıyla çalışmaktadırlar. Firma faaliyetlerini yenilikçi bir tarzda yürütmek için kullanılan usul ve süreçleri ve ekip çalışmasını ve/veya proje türü organizasyonunu kolaylaştırmak için organizasyon yapısını yenilemektedirler. Bu kapsamda, esnek çalışma saatleri, informal iletişim ve ilişkiler, firma içi bürokrasi ve prosedürlerin azaltılması, hiyerarşinin azaltılması, merkezileşmeden uzaklaşma gibi yöntemlere başvurmaktadırlar. Finansal performans açısından değerlendirildiğinde, girişimcilerin %56 gibi önemli bir kısmı (14 kişi), gelirlerinin %90-100 gibi büyük bir kısmının, %32’si %50-60’ının, %8’i ise %70-80’inin yaratıcılıkla bağlantılı olduğunu belirtmektedirler.

3.4. Tartışma

Aşağıda araştırmanın nicel ve nitel kısımlarından elde edilen bulgular ayrı ayrı tartışılmaktadır.

3.4.1. Nicel Araştırmaya İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırma örnekleminde, genel olarak kadın (%51,3) ve genç girişimcilerin (%49,7'si 35 yaşından küçük) oranının göreceli olarak yüksek olduğu görülmektedir. Örneklemin bu şekilde oluşmasında, kadın ve genç girişimcilere (29 yaşından küçük) daha yüksek devlet desteği olanak ve avantajlarının etkisinin ve bilimsel araştırma projelerine daha yüksek destek sağlama eğilimlerinin söz konusu olabileceği düşünülmektedir.

Yine araştırma örnekleminde, genelde üniversitelilerin (%70'in üzerinde), özelde de lisans mezunlarının oranı (%39,4), göreceli olarak diğerlerinden önemli ölçüde yüksektir. Böyle bir dağılımın oluşmasında, ilgili kitlenin yüksek öğrenimle edinmiş oldukları bilgileri kendi işletmelerinde değerlendirme arzusu, kendilerini geliştirebilecek eğitimlere katılmaya daha hevesli olmaları, eğitim ve devlet desteği gibi konulardan haberdar olma olanaklarının daha fazla olması, bilimsel araştırmalara destek verme eğilimlerinin daha yüksek olması gibi faktörlerin etkili olabileceği düşünülmektedir. Lisans mezunlarından sonra örneklem grubunda en yüksek orana sahip olan grup, lise mezunlarıdır (%23,3). Lise mezunlarının iyi olanaklara sahip (maaş, statü, ek imkânlar, vs.) iş bulma olanakları göreceli olarak daha düşük olduğundan kendi işlerini kurma (girişimcilik) eğilimleri daha yüksek olabilir. İlköğretim mezunlarıyla birlikte oranları %30'u bulan bu grubun (düşük eğitim seviyesi, alt sınıflar) gerçekleştirdiği iş kurma faaliyetleri, emek piyasasında ücretli işçi olarak kendine yer bulamadığı için (itme faktörleri) verimliliği düşük alanlarda kendi hesabına çalışmayı seçme anlamında zorunlu girişimcilik¹⁰³² olarak adlandırılmaktadır. Gelişmiş ülkeler ortalamasıyla kıyaslandığında, Türkiye'nin toplam girişimcilik faaliyeti değeri yaklaşık bir değerken, zorunlu girişimcilik faaliyeti değeri gelişmiş ülke ortalamasından yüksek, fırsatçı girişimcilik faaliyeti değeri ise gelişmiş ülkelere nazaran düşüktür¹⁰³³. Fırsatçı girişimci;

¹⁰³² Nestor Gandelman ve Virginia Robano, "Intragenerational Mobility and Entrepreneurship in Uruguay. *Latin American Journal of Economics*, Vol.51, No.2, 2014, pp.195-226, p.196; Zübeyde Demircioğlu, "Girişimcilik Kadınlar İçin Bir Sosyal Hareketlilik Aracı Olabilir Mi? Eskişehir'de Kendi İşini Kuran Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme", *Sosyoloji Konferansları*, Cilt.54, No.2, 2016, ss.143-166, s.157

¹⁰³³ Nihat Işık, Deniz Göktaş ve Efe Can Kılınc, "İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt.6, Sayı.1, 2011, ss.147-178, s.175

orta sınıf, iyi eğitimli, yöneticilik tecrübesi olan, yeni fırsatları görebilen, inovatif ve çeşitli stratejiler geliştirebilen, çeşitli finansal kaynaklar kullanan, büyüme odaklı (çekme faktörleri) stratejik plan yapan bir girişimci tipidir¹⁰³⁴.

Araştırma örneklemindeki girişimcilerin gelir seviyesinin genel anlamda düşük (%70'inden fazlası 5.500 TL'nin altında) olmasının nedeni de zorunlu girişimcilikle bağlantılı olabilir¹⁰³⁵. Bir başka deyişle, girişimci adaylarının çoğu, zaten mevcut durumlarından daha yüksek bir gelir seviyesi hedefledikleri için girişimciliğe yönelmiş olabilirler. Bunların yanı sıra, girişimcilerin yaş, eğitim ve tecrübesi arttıkça, gelir seviyeleri de yükselmektedir.

İş deneyimi açısından değerlendirildiğinde, girişimcilerin yaklaşık dörtte üçünün tecrübesi altı yılın üzerindedir. Tecrübeli olunan sektörler açısından girişimcilerin profili incelendiğinde, %55,6 gibi çok önemli bir oranın hizmet sektöründe, %24,5'inin ticaret sektöründe, buna karşılık yalnızca beşte birinin imalat sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir. Türkiye genelinde toplam istihdamın sektörlere göre dağılımına bakıldığında; istihdamın %55,4'ü hizmet sektöründe, %19,9'u sanayi sektöründe gerçekleştiği¹⁰³⁶ görülmektedir ve araştırma verileriyle birebir örtüşmektedir. İmalat sektörünün payının düşük olma nedenleri değerlendirildiğinde, üretim faaliyetlerinin daha yüksek sermaye gerektirmesi (duran varlıklara yatırım ve çalışma sermayesi), yüksek sabit ve değişken giderler, tahsilat sürelerinin uzun olması¹⁰³⁷, yönetsel ve bürokratik işlerin fazla olması, rekabetin fazla olması (yabancı marka ve şirketler), alt

¹⁰³⁴ Gökhan Özkul ve Murat Ali Dulupçu, "Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.2, Sayı.2, 2007, ss.67-92, s.77; Sedat Sadioğlu ve Necla Haliloğlu, "Bir Ülke, Girişimcileri Kadar Güçlüdür", **Anahtar Dergisi**, Cilt.24, Sayı.282, Kasım 2012, ss.10-13, s.10; Duygu Deniz ve Metin Reyhanoğlu, "İten ve Çeken Faktörler Temelinde Türkiye'deki Suriyeli Mültecilerin Girişimci Olma Nedenleri", **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**, Cilt.7, Sayı.2, Aralık 218, ss.33-66, s.38-39

¹⁰³⁵ TÜRK-İŞ (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu) Araştırmasının Haziran 2019 ayı sonucuna göre: "dört kişilik bir ailenin sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenebilmesi için yapması gereken aylık gıda harcaması tutarı (açlık sınırı) 2.067,17 TL, gıda harcaması ile birlikte giyim, konut (kira, elektrik, su, yakıt), ulaşım, eğitim, sağlık ve benzeri ihtiyaçlar için yapılması zorunlu diğer aylık harcamalarının toplam tutarı ise (yoksulluk sınırı) 6.733,44 TL, evli olmayan-çocuksuz bir çalışanın 'yaşama maliyeti' ise aylık 2.558,94 TL" olarak hesaplandı.

<http://www.turkis.org.tr/HAZIRAN-2019-ACLIK-ve-YOKSULLUK-SINIRI-d249748>, (27.08.2019)

¹⁰³⁶ Buket Alkan, **İşgücü İstatistikleri**, TSKB Ekonomik Araştırmalar, Ocak 2018, s.2

¹⁰³⁷ Tahsilat süreleri hizmet ve ticaret sektörlerinde oldukça kısadır. "Perakende ticaret sektöründe genellikle vadeli alınıp nakit satış yapılması nedeniyle, alacak tahsil süreleri çok uzun olmamaktadır. Ağırlıklı olarak gıda ürünleri satmaları da stoklarını kolayca paraya çevirme olanağı sağlamaktadır. Bu nedenle kısa süreli borçlarını ödeme süresini arttırmaları ve negatif nakit dönüşüm süresine sahip olmaları bu firmalar açısından olumlu olarak kabul edilebilir. Ekonomik krizlerden de üretim firmaları kadar etkilenmiyor olmaları nedeniyle de nakit dönüşümü açısından üretim firmalarına göre daha avantajlı oldukları düşünülebilir". Bkz: Müge İşeri ve Nurgül Chambers, "Üretim ve Perakende Ticaret Sektörlerinin Nakit Dönüşüm Süreçlerinin İrdelenmesi", **Mali Çözüm Dergisi**, Sayı.62, Mart 2003, ss.1-6, s.5. Hizmet sektöründe de üretildiği anda tüketiliyor olması nedeniyle depoda beklememesi ve nakit satışların yaygın olması, benzer bir sonuç doğurmaktadır. Bkz: Ferhat Sayım ve Volkan Aydın, "Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistematiği Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri ile Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı.29, Nisan 2011, ss.245-262, s.246-247

yapı yetersizlikleri gibi faktörlerin söz konusu olabileceği düşünülmektedir. Örneklemedeki işletmelerin (283 işletme) sektörler göre dağılımları incelendiğinde, imalat sektörünün payının yine düşük olmakla beraber, göreceli olarak yükseldiği (%24,4), ülke geneliyle kıyaslandığında iki kat fazla olduğu¹⁰³⁸, hizmet (%49,5) ve ticaret (%26,1) sektörlerinin payının göreceli olarak azaldığı görülmektedir. İmalat sektöründe devlet desteklerinin daha fazla olmasının bu dağılımda etkisinin olabileceği düşünülmektedir.

Girişimcilerin %78'i yaratıcı olduklarını belirtirken, sınai mülkiyet hakları başvurusu ve patentli olanların oranı sadece %12 civarındadır. Aradaki bu farkın nedenleri değerlendirildiğinde, yaratıcılıkların inovasyona dönüştürülmesi konusunda sıkıntılardan kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Girişimciye ilişkin faktörler, bilgi ve beceri eksikliği, azim ve özgüven düşüklüğü gibi kişisel unsurlardan kaynaklanabileceği gibi, zaman, mekân, finansman yetersizliklerinden de kaynaklanabilir. Ayrıca ülkeye özgü sosyal ve kültürel faktörler, alt yapı imkânları da bu çerçevede değerlendirilmelidir. Bunun yanı sıra patent, faydalı model gibi uygulamaların daha çok somut endüstriyel ürünlerle ilgili oldukları da dikkate alınmalıdır. Girişimcilerin yaratıcılıkları, problem çözme veya sanat gibi farklı alanlardaysa, bu durumun da veriler üzerinde etkili olması muhtemeldir.

Yapılan ilişki analizlerinde de yaratıcılık ve sınai mülkiyet hakları arasında korelasyon olduğu gözlemlenmiştir ve patent başvurusu olan 59 girişimcinin biri hariç tamamı, yaratıcı girişimciler olduklarını belirtmişlerdir. Patent sahibi girişimcilerin de biri hariç tamamı yüksek yaratıcı bir girişimci olduğunu ifade etmektedir (%97,5). Bu durumda öncelikle yaratıcılık ve inovasyon arasındaki ilişki akla gelse ve literatür ve önceki araştırmalarla örtüşse de korelasyona neden olabilecek diğer faktörler de (örneğin özgüven) incelenmelidir. Bununla beraber, girişimcilerin %35,3'ü, işletmelerinin bulundukları sektör ve pazarda öncü olduğunu düşünmektedir. Sınai mülkiyetle aradaki bu farkın nedenleri değerlendirildiğinde, girişimcilerin işletmeleri, ulusal veya uluslararası pazarlar için eski, ancak kendi sektörleri ve/veya pazarları için yeni uygulamalar gerçekleştirmiş olmalarından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, gerçekleştirdikleri yenilikler, patente konu olabilecek nitelik taşıyor olabilir.

¹⁰³⁸ Ülke genelinde sektörel açıdan KOBİ'lerin üçte birinden fazlası ticaret sektöründe faaliyet göstermişken, bu sektörü %15,9 ile ulaştırma ve depolama ve %12,1 ile imalat sektörü takip etmiştir. KOSGEB, **2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı** (KSEP), Ankara, 2015, s.11

Girişimcilerin %73,5 gibi büyük bir çoğunluğunun işletmelerine destek almak için başvuru yapmamasının nedenleri değerlendirildiğinde ise desteklerin imalat sektörü ağırlıklı olması, işletme kurma ve özsermaye şartına bağılı olması gibi faktörlerin etkili olabileceğı değerlendirilmektedir.

Eğitim ve yaratıcılık algısı ilişkisi üzerine gerçekleştirilen analizlere göre, girişimcilerin eğitim seviyesi yükseldikçe yaratıcılığa ilişkin öz değerlendirmeleri de olumlu yönde artmaktadır. Yüksek yaratıcılığa sahip girişimcilerin yaklaşık %70'i üniversitelidir. Bu demografik veri, girişimcilerin yaratıcı düşünme eğilimi skorları ve Ki-kare analizi değerleriyle de desteklenmiştir. Bununla birlikte, tutucu, kalıplaşmış, yaratıcı düşüncede en önemli öge olan “ıraksak düşünmeyi” tümüyle inkâr eden, geleneksel olarak basma kalıp düşüncüyü sürdürmeyi hedefleyen bir görünümdeki örgün eğitimin, günümüzde beklenen ezbercilikten kurtulmuş, yapıcı ve yaratıcı düşünen insan profilini yetiştirmekte¹⁰³⁹ güçlük çekeceğı de unutulmamalıdır.

Girişimcilik, yaratıcılık ve inovasyon ilişkisine dair araştırmanın sorunsalı açısından değişkenler arası ilişkiler incelendiğinde, yaratıcı düşünme eğilimi ve sosyal sermaye arasında orta şiddette pozitif korelasyon, yaratıcı düşünme eğilimi ve tembellik eğilimi ve tembellik eğilimi arasında düşük düzeyde negatif korelasyon, tembellik eğilimi ve sosyal sermaye arasında düşük seviyede negatif korelasyon olduğu görülmektedir.

Değişkenlerin alt boyutları açısından değerlendirme yapıldığında, yaratıcı düşünme eğiliminin iki alt boyutundan biri olan yenilikçilik eğiliminin sosyal sermayenin alt boyutlarıyla olan ilişkilerinin düzeyi sırasıyla bağlayıcı sosyal sermaye için 0,406, köprü kurucu sosyal sermaye için 0,410, birleştirici sosyal sermaye için 0,409'dur ve orta şiddettedir. Yaratıcı düşünme eğiliminin diğer alt boyutu olan merak ve risk eğiliminin sosyal sermayenin alt boyutlarıyla olan ilişkilerinin düzeyi ise sırasıyla bağlayıcı sosyal sermaye için 0,410, köprü kurucu sosyal sermaye için 0,414 ve birleştirici sosyal sermaye için 0,415'tir ve orta şiddettedir. Bu bulgulardan yola çıkılarak girişimcilerin yaratıcı düşünme eğilimleri ile sosyal sermayeleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Girişimcilerin sosyal sermayesi onların yaratıcı düşünme eğilimlerini olumlu yönde etkilemektedir. Tüm bu bulgular, literatür taraması ve önceki araştırmalardan elde edilen bulgularla örtüşmektedir.

¹⁰³⁹ Ergün Öztürk, “Yaratıcılık ve Eğitim”, *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı.1, 2001, ss.158-164, s.159

Bağlayıcı sosyal sermayenin tembellik eğiliminin genel tembellik alt boyutuyla arasındaki korelasyon -0,043; iş tembelliği alt boyutuyla arasındaki korelasyon ise -0,042'dir. Köprü kurucu sosyal sermayenin tembellik eğiliminin genel tembellik ve iş tembelliği alt boyutlarıyla arasındaki korelasyon -0,055'dir. Birleştirici sosyal sermayenin tembellik eğiliminin genel tembellik alt boyutuyla arasındaki korelasyon -0,033; iş tembelliği alt boyutuyla arasındaki korelasyon ise -0,032'dir. Düşük düzeyde de olsa aradaki bu negatif korelasyon önceki çalışmalar ve geçmiş araştırmalarla karşılaştırıldığında anlamlı görünmektedir. Çünkü *“sosyal sermayenin muhafaza edilmeye ihtiyacı vardır. Toplumsal bağlar dönemsel olarak güncellenmeli ve yeniden onaylanmalıdır. Bu da belirli bir çaba göstermeyi, emek ve zaman harcamayı gerektirmektedir. Bunun sebebi, sosyal sermayenin yararlanıldıkça değer yitirmemesine karşılık, kullanılmadığı zaman değerinin azalmasıdır”*.

Yaratıcı düşünme eğiliminin yenilikçilik eğilimi alt boyutunun tembellik eğiliminin alt boyutlarıyla arasındaki korelasyonlar sırasıyla; genel tembellik için -0,132 ve iş tembelliği için -0,132'dir ve düşük şiddette, ters yönlüdür. Bu bulgular, yaratıcı düşünme eğilimi ve tembellik eğilimi arasında ilişki olmadığı ya da düşük seviyede negatif bir ilişki olduğu şeklinde yorumlanabilir. Tembellik, düşük seviyede de olsa yaratıcı düşünme eğilimini olumsuz yönde etkilemektedir. Bir diğer deyişle korelasyon düzeyi düşük de olsa çalışan girişimcilerin yaratıcı düşünme eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tembellik kavramının toplumsal ve kültürel bağlamda olumsuz bir anlam ifade etmesi, girişimcilerin konuya ilişkin görüşlerini etkileyebilecek bir unsur olarak değerlendirilebilir. Yine kavramın kişilik özelliği, davranış biçimi, kalıcı veya geçici bir durum, vb. farklı anlamlar içermesi nedeniyle sahip olduğu muğlaklık, katılımcıların değerlendirmelerinde etkili olabilecek bir faktör olarak dikkate alınabilir. Bu bağlamda tembellik ve yaratıcılık kavramlarını sosyokültürel bağlamla birlikte ele alarak değerlendiren çalışmaların, alana katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Elde edile bu bulgular, önceki çalışmalar ve geçmiş araştırmalarla karşılaştırıldığında, konunun farklı yönlerden ele alınarak araştırılması gerektiğine işaret etmektedir. Bu açıdan, tembellik davranışının bedensel ve düşünsel tembellik olarak ikiye ayrılarak yaratıcılıkla olan ilişkisinin incelenmesinin, yaratıcılık alanına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Tembellik kavramına benzer şekilde, yaratıcılık olgusu da çeşitli sınıflandırmalar dâhilinde ele alınabilmekte ve buna bağlı olarak ölçümünde çeşitli ölçek

ve yöntemler kullanılabilir. Kişilik özellikleriyle yaratıcılık arasındaki ilişkiyi inceleyen Batey ve diğerlerinin çalışması, yaratıcılığın sınıflandırılmasında sanatsal, bilimsel ve günlük yaratıcılık ayrımını temel almakta ve dışa dönük, nevrotik, deneyime açık, uyumlu ve özdisiplinli kişilik özellikleriyle olan ilişkilerini incelemektedir¹⁰⁴⁰. Sanatsal yaratıcılıkla nevrotiklik arasında çok güçlü bir pozitif ilişki olduğunu belirten çalışma, bu anlamda uygun bir örnek oluşturmaktadır. Zira nevrotik davranışlar kişiden kişiye büyük farklılıklar göstermekle beraber, nevroz hastaları gündelik işlerle uğraşmaktan çok onlardan kaçmak isterler, bu durumu bireyin savunma mekanizmalarına bağlamak mümkündür¹⁰⁴¹.

Sanatsal yaratıcılığı yüksek nevrotik kişilik özelliğine sahip bireylerin tembel olarak nitelenmeleri son derece olasıdır. Çünkü yapılan çalışmalar sonucunda nevrotik bireylerle ilişkilendirilen çöküntü¹⁰⁴², zor işler karşısında yüksek stres ve negatif davranışlar¹⁰⁴³, düşük yaşam doyumu¹⁰⁴⁴, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma¹⁰⁴⁵, yüksek işten ayrılma niyeti¹⁰⁴⁶, örgütsel sinizm¹⁰⁴⁷ gibi olgular, kolaylıkla kendilerine boş vermiş, tembel, üşengeç gibi sıfatların yakıştırılmasına neden olabilecektir. Bu nedenle, sanatsal, bilimsel ve günlük yaratıcılıklar dışında anlamlı, üretken, özgün, yenilikçi ve buluşçu yaratıcılık¹⁰⁴⁸, büyük, küçük ve minik yaratıcılık¹⁰⁴⁹, vb. sınıflandırma ve yaratıcılık türleriyle tembellik arasındaki bağlantı ve ilişkilerin araştırılması alana katkı sağlayabilir. Ayrıca yaratıcılığı somut bir şekilde süreç sonunda elde edilen çıktılar (buluş, inovasyon, patent, vb.) üzerinden ele aldığımızda da tembellikle arasında negatif bir korelasyon olması mantıklı görünmektedir. Girişimlerin patent başvurusu ve mülkiyetine göre (var-yok) bağımsız grupların ölçülmesi için yaratıcı düşünme, tembellik

¹⁰⁴⁰ Mark Batey, Adrian Furnham ve Xeniya Safiullina, "Intelligence, General Knowledge and Personality as Predictors of Creativity", **Learning and Individual Differences**, No.20, 2010, pp.532-535, p.534

¹⁰⁴¹ İbrahim Taşel, **Üniversite Giriş Sınavına Hazırlık Felsefe Grubu Konu Anlatım Kitabı**, Ankara: Final Yayınları, 2018, s.178

¹⁰⁴² Susan Turk Charles, Margaret Gatz, Kenji Kato ve Nancy L Pedersen, "Physical Health 25 Years Later: The Predictive Ability of Neuroticism", **Health Psychology**, Cilt.27, Sayı.3, 2008, pp.369-378, p.369

¹⁰⁴³ Shu-wen Wang, Rena Repetti ve Belinda Campos, "Job Stress and Family Social Behavior: The Moderating Role of Neuroticism", **Journal of Occupational Health Psychology**, Vol.16, No.4, 2011, pp.441-456, p.441

¹⁰⁴⁴ Kristina M. Deneve ve Harris Cooper, "The Happy Personality: A Meta-Analysis Of 137 Personality Traits and Subjective Well-Being", **Psychological Bulletin**, Vol.124, No.2, 1998, pp.197-229, p.220

¹⁰⁴⁵ Arnold B Bakker, Karen van der Zee, Kerry Lewig ve Maureen Dollard, "The Relationship Between the Big Five Personality Factors and Burnout: A Study Among Volunteer Counselors", **The Journal of Social Psychology**, Vol.146, 2002, pp.31-50, p.43

¹⁰⁴⁶ Yılmaz Akgündüz ve Gürkan Akdağ, "İşgörenlerin Kişilik Özelliklerinin Temel Benlik Değerlendirmelerine ve İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi", **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.12, Sayı.24, 2014, ss.295-318, s.310

¹⁰⁴⁷ Akşit Aşık, "Kişilik Özellikleri Örgütsel Sinizmi Etkiler Mi?", **Uluslararası İşletme Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi**, Cilt.1, Sayı.5, 2016, ss.1-13, s.2

¹⁰⁴⁸ Süleyman Yaman, 2003, s.70-71

¹⁰⁴⁹ Hasan Akdeniz, 2014, s.12-13

eğilimi ve sosyal sermaye değişkenleriyle uygulanan t testi bulguları da benzer sonuçlara işaret etmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre patent başvuru ve sahipliklerine göre girişimcilerin yaratıcı düşünme eğilimleri ile sosyal sermaye puanları arasında anlamlı bir fark olduğu ancak tembellik eğilimi yönünden anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Yaratıcı fikir ve düşüncelerin uygulanması anlamında inovasyon sürecinin (ve çıktısı olan patentin) önemli bir çaba ve emek gerektirdiği varsayıldığında, elde edilen bu sonuç anlamlı olarak değerlendirilebilmektedir.

Girişimcilik ekosistemi ve inovasyon sistemleriyle pek çok noktada çakışan sosyal sermayenin düzeyinin, yaratıcılık seviyesi ve inovasyon performansı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olması, literatür ve önceki araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir.

3.4.2. Nitel Araştırmaya İlişkin Bulguların Tartışılması

Mülakat katılımcılarına ilişkin demografik veriler nicel araştırma örneklemiyle paralellik göstermektedir. Ancak sınai mülkiyet haklarına sahip, yaratıcılık skorları yüksek girişimcilerden amaçsal örneklem yöntemiyle oluşturulan mülakat grubu, göreceli olarak daha yüksek tembellik ve sosyal sermaye skorlarına sahiptir. Kendileriyle ilgili tembel sıfatını yakıştırmamakla birlikte, girişimcilerin yarısına yakını (12 kişi), tüm inovasyonların ana teması hayatı kolaylaştırmak olduğundan, tembellik ve yaratıcılık arasında bir ilişki olabileceğini iddia ederken, diğerleri (13 kişi) tembel insanların işleri yalnızca kendileri için kolaylaştırmaya çalıştıklarını ve bunun da her zaman işletmenin yararına olmayabileceğini ifade etmişlerdir.

Tembellik, yaratıcılık ve inovasyon arasında bağlantı olduğu düşüncesine yakın duran girişimcilerin pek çoğu, tembelliği sınıflandırma yoluna gitmekte ve belirli tembellik türlerinin yaratıcılık üzerinde olumlu etkisi olabileceğini düşünmektedir.

Girişimciler tarafından ifade edilen başlıca ayrımlar:

- Bedensel tembellik, düşünsel tembellik,
- Özel hayatında tembel, işte çalışkan,
- Fikir üretme aşamasında tembel, uygulama aşamasında çalışkan,
- Hayal kurarken tembel, problem çözerken çalışkan,
- Rutin işlerde tembel, tekrarlamayan işlerde çalışkan,
- Vazgeçmişlik anlamında tembellik, tembellikten çözüm çıkarma,

- Tembel ve yaratıcı, analitik ve çalışkan ayrımlarıdır.

Bedensel tembellik, düşünsel tembellik ayrımı temelinde, tembelliğin yaratıcılıkla olan ilişkilerinin incelenmesinin ilginç açılımlar sağlayabileceği düşünülmektedir. Bedensel tembelliğin (veya çalışkanlığın) ölçümünde fiziksel aktivite ölçeği¹⁰⁵⁰ kullanılabileceği gibi, aktigrafi¹⁰⁵¹ cihazıyla ölçüm gibi daha teknik yöntemlere de başvurulabilir. Zihinsel tembelliğin (veya çalışkanlığın) ölçümünde düşünme ihtiyacı ölçeği kullanılabileceği gibi, beyin görüntüleme¹⁰⁵² (neuroimaging) gibi daha teknik yöntemlere de başvurulabilir.

Bireylerde gayret gösterilen düşünme süreçlerini isteme ve bu süreçlerden memnuniyet duyma eğilimi ve tutumu anlamında düşünme ihtiyacı¹⁰⁵³, zihinsel çalışma ve yaratıcılık bağlantısıyla ilgili kullanışlı olabilecek bir kavram olarak görünmektedir. Çünkü *“üst düzey düşünme ihtiyacına sahip bireylerin kendiliğinden araştıran, sahip oldukları bilgiler üzerinde düşünen kişiler oldukları ve çıkarımlar yapma, problem çözme gibi görevler ile ilgili olumlu düşünce ve davranışlara sahip oldukları”* kabul edilmektedir.

Düşünme ihtiyacı, aslında bilişsel güdülenmeyi gösteren bir kavram olduğundan “zihinsel yetenekler” ile yakından ilişkili bir boyut olarak ele alınmalıdır. Düşünme ihtiyacının “kendine güven, yeni deneyimlere açık olma” gibi değişkenlerle pozitif yönde ilişkili olduğu gösterilmiştir¹⁰⁵⁴.

¹⁰⁵⁰ Uluslararası Fiziksel Aktivite Anketi- Kısa Form (UFAA-KF), bireylerin fiziksel aktivite seviyelerini uluslararası standartta değerlendirmek için 1998 yılında Cenevre’de Uluslararası Uzlaşma grubu tarafından geliştirilmiştir. Ardından 2000 yılında 12 farklı ülkede geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak kabul edilmiştir. Bkz: Michael L. Booth, “Assessment of Physical Activity: An International Perspective”, **Research Quarterly for Exercise and Sport**, Vol.71, No.2, 2000, pp.114-120; Cora L. Craig, Alison L. Marshall, Michael Sjostrom, Adrian E. Bauman, Michael L. Booth, Barbara E. Ainsworth, Michael Pratt, Ulf Ekelund, Agneta Yngve, James F. Sallis ve Pekka Oja, “International Physical Activity Questionnaire: 12-Country Reliability and Validity”, **Medicine & Science In Sports & Exercise**, Vol.35, No.8, 2003, pp.1381-1395; Maria Hagstroömer, Pekka Oja ve Michael Sjostrom, “The International Physical Activity Questionnaire (IPAQ): A Study of Concurrent and Construct Validity”, **Public Health Nutrition**, Vol.9, No.6, 2006, pp.755-762

¹⁰⁵¹ Aktigrafi, insanın dinlenme/aktivite döngülerinin izlenmesinde invazif olmayan (cerrahi müdahale gerektirmeyen) bir yöntemdir. Ayrıca, asimetri sensörü olarak da adlandırılan küçük bir aktigraf ünitesi (kol saati gibi), brüt motor aktivitesini ölçmek için bir hafta veya daha uzun süre giyilir. Bkz: <https://en.wikipedia.org/wiki/Actigraphy>, (30.08.2019)

¹⁰⁵² Nörogörüntüleme veya beyin görüntüleme, sinir sisteminin yapısını, işlevini veya farmakolojisini doğrudan veya dolaylı olarak görüntülemek için çeşitli tekniklerin kullanılmasıdır. Tıpta, sinirbilimde ve psikolojide nispeten yeni bir disiplindir. Bkz: <https://en.wikipedia.org/wiki/Neuroimaging>, (30.08.2019)

¹⁰⁵³ Emel Tok, “Okul Öncesi 1. Sınıf Öğretmen Adaylarının Düşünme İhtiyaçları ve Düşünme İhtiyacına Yönelik Görüşleri (Pamukkale Üniversitesi Örneği)”, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, Cilt.7, Sayı.2, 2010, ss.45-62, s.48

¹⁰⁵⁴ Gökçe Atakan, Yaratıcı Tasarım Sürecinde Bilişsel Yaklaşım ve Üstbilişsel Farkındalık, **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara, 2014, s.28; Sema Karakelle, “Üst Bilişsel Farkındalık, Zekâ, Problem Çözme Algısı ve Düşünme İhtiyacı Arasındaki Bağlantılar”, **Eğitim ve Bilim**, Cilt.37, Sayı.164, 2012, ss.237-250, s.241

Ülkemizde, düşünme ihtiyacının problem çözme¹⁰⁵⁵ ve problem çözme değişkeninin yaratıcılık ile olan ilişkisini ele alan çalışmalar¹⁰⁵⁶ bulunmakla beraber, doğrudan düşünme ihtiyacı ve yaratıcılık ilişkisine odaklanan araştırmalara rastlanmamıştır. Problemler, duygusal, bilişsel, yaratıcılık gerektiren veya bunların birleşimi olmak üzere çeşitli şekillerde oluşabildiğinden¹⁰⁵⁷, düşünme ihtiyacı ve yaratıcılık değişkenleri arasındaki bağlantıların sorgulanması, mantıklı görünmektedir. Diğer yandan, problem çözme değişkeninin teknoloji ve inovasyonla bağlantısına işaret eden çalışmalar da yapılmaktadır. Araştırmalara göre, kişilerin “teknoloji kullanımı” ile “problem çözme becerileri” arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu durum, biliş-ötesi farkındalık düzeyinin gelişmesi ile bağlantılı olarak problem çözme düzeyinin artmasına ve teknolojik farkındalığın yükselmesine bağlı olduğunu ortaya koymaktadır¹⁰⁵⁸. Bu anlamda düşünme ihtiyacının farklı yaratıcılık türleriyle ve tembellikle olan bağlantılarının kurulmasının, ilginç bir araştırma alanı olabileceği düşünülmektedir.

Bedensel-düşünsel tembellik ayrımı temelinde fiziksel aktivite düzeyinin, yaratıcılığın yanı sıra, araştırmanın diğer değişkenleri olan girişimcilik, sosyal sermaye ve inovasyonla olan bağlantılarının araştırılmasının, kayda değer açılımlar sağlayabileceği düşünülmektedir. Örneğin, Yıldız’ın öğrenci örneklemiyle gerçekleştirdiği çalışmasına göre, uzak aile sosyal sermayesi, orta ve yüksek şiddette fiziksel aktiviteye katılımı ters yönlü ilişkilidir. Ayrıca kız öğrenciler için yakın aile sosyal sermayesi ile genel fiziksel aktiviteye katılım ters yönlü bir ilişkiye sahiptir¹⁰⁵⁹. Kısaca, fiziksel aktivite düzeyi arttıkça sosyal sermaye seviyesi azalmaktadır. Bir başka

¹⁰⁵⁵ Ruşen Hatay Polat, Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin Bazı Sosyo-Demografik Özellikleri ve Düşünme İhtiyacına Göre Problem Çözme Becerilerinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, 2008

¹⁰⁵⁶ Sibel Zeytin, Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrencilerinin Yaratıcılık ve Problem Çözme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2010; Sibel Sonmaz, Problem Çözme Becerisi İle Yaratıcılık ve Zekâ Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2002; Mahmut Aydın, Sorun Çözme Becerisi ile Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2009

¹⁰⁵⁷ Ruşen Hatay Polat ve Songül Tümkaya, “Sınıf Öğretmeni Adaylarının Düşünme İhtiyacına Göre Problem Çözme Becerilerinin İncelenmesi”, **İlköğretim Online**, Cilt.9, No.1, 2010, ss.346-360, s.348

¹⁰⁵⁸ Büşra Bakıoğlu, Menşure Alkış Küçükaydın, Orhan Karamustafaoğlu, Şafak Uluçınar Sağır, Emrah Akman, Ercüment Eranlı ve Recep Çakır, “Öğretmen Adaylarının Bilişötesi Farkındalık Düzeyi, Problem Çözme Becerileri ve Teknoloji Tutumlarının İncelenmesi”, **Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.1, Sayı.1, 2015, ss.22-33, s.30; Hatice Mertoğlu ve Aysun Öztuna, “Bireylerin Teknoloji Kullanımı Problem Çözme Yetenekleri ile İlişkili Midir?”, **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, Vol.3, No.1, ss.83-92, s.90-91

¹⁰⁵⁹ Günay Yıldız, The Association Between Physical Activity Participation and Social Capital, Physical Self Perceptions Among Adolescents: Case Of Eskişehir Urban, **Ph.D. Dissertation**, Eskişehir, Anadolu University Graduate School of Health Sciences, 2018

deyişle tembellik ve sosyal sermaye arasında doğrusal bir korelasyon bulunduğu ileri sürülebilir.

Fikir üretme aşamasında ya da hayal kurarken tembel ancak uygulama veya problem çözme aşamasında çalışkan ayrımı, literatürdeki yaratıcılığın kuluçka evresine ilişkin bilgiler ve yapılan işle, mevcut görevle ilgili olmayan düşünce veya düşünceler anlamında dalgınlıkla (mind-wandering) yaratıcılık arasındaki pozitif ilişkiye dair görüşlerle örtüşmektedir¹⁰⁶⁰. Sezer ve Ergün’e göre, araştırmalar DEHB (dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu) olan insanların genellikle aşırı derecede yaratıcı olduğunu söylerken, okullarımız ve toplumumuz bu konuda ciddi bir beceriksizlik içindedir¹⁰⁶¹. Kuluçka aşamasının muhtemelen kişinin sezgisi hariciden bazı çevresel sinyaller ve çeşitli meşgalelerle uğraşırken yeni fikirlerin oluşması neticesinde meydana gelebileceğine dair görüşler, 1960’ların başından beri, ileri sürülmektedir¹⁰⁶². Kendiliğinden dalgınlığın, özellikle yeni fikirlerin kuluçkası sırasında yaratıcılıkla birleşmiş olduğu düşüncesi ifade edilmektedir¹⁰⁶³.

Girişimciler tarafından “rutin işlerde tembel, tekrarlamayan işlerde çalışkan” şeklinde ifade edilen ayrım, konuya ilişkin bir diğer kayda değer bulgudur. Motivasyon teorileriyle ilgili olarak literatürde rutin-tekrarlamayan işler ayrımı uzun zamandır yapılmaktadır¹⁰⁶⁴. Rutin işlerde çalışan nitelikli personelin işe ilişkin değerlendirmelerinin olumsuz olabileceği¹⁰⁶⁵, iş bölümü, uzmanlaşma ve işlerin rutinleşmesinin becerilerin kısıtlanması, yüzeyselleşme, edilgenleşme, yıpranma ve iş yorgunluğu gibi istenmeyen sonuçlar doğurabileceği¹⁰⁶⁶ ifade edilmektedir. Birçok

¹⁰⁶⁰ Konu, tezin ikinci bölümünde “Yaratıcı Kişilik Özelliği Olarak Dalgınlık ve Tembellik” başlığı altında ayrıntılı olarak incelenmektedir. Ayrıca bkz: Izabela Lebeda, Darya L.Zabelina ve Maciej Karwowska, “Mind Full Of Ideas: A Meta-Analysis Of The Mindfulness–Creativity Link”, **Personality and Individual Differences**, Vol.93, April 2016, pp.22-26; Claire M. Zedelius ve Jonathan W. Schooler, “Mind Wandering “AHAS” Versus Mindful Reasoning: Alternative Routes To Creative Solutions”, **Frontiers in Psychology**, Original Research, Vol.6, 17 June 2015, pp.1-13; Keith Sawyer, “The Cognitive Neuroscience of Creativity: A Critical Review”, **Creativity Research Journal**, Vol.23, No.2, 2011, pp.137-154

¹⁰⁶¹ Engin Sezer ve Kübra Ergün, “Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu”, **Alanya RAM**, Antalya: Alanya Rehberlik ve Araştırma Merkezi, Ocak 2016, ss.6-9, s.6

¹⁰⁶² Aylin Sözer Çapan, 2014, s.75

¹⁰⁶³ Paul Seli, Jonathan S. A. Carriere ve Daniel Smilek, s.750; Preiss ve diğerleri, s.418; McMillan ve diğerleri, s.1-9; Baird ve diğerleri, 2012, s.1120-1121

¹⁰⁶⁴ Gülbin Çakır, İşgörenlerin Demografik Özelliklerine Göre Motivasyon Araçları ve Denetim Odağı Değişkeninin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, 2009, s.54

¹⁰⁶⁵ Ahmet Serhat Suntur, Havacılık Sektöründe İş ve Çalışan Niteliğinin Çalışanların Motivasyon ve İş Tatminine Etkisi, **Doktora Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2012, s.4

¹⁰⁶⁶ Fatih Taşpınar, Motivasyon Araçlarının İşgören Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Afyonkarahisar İlindeki Termal Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2006, s.26; Ali Basmacı, KKTC’de Özel Eğitim Merkezi Yönetici Düşünce ve Davranışlarının, Öğretmenlerin Motivasyonuna Etkisine İlişkin Durum Değerlendirmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, KKTC, 2013, s.69; Ufuk Selen, Çalışanların İç ve Dış Motivasyon Tekniklerine Bakış Açılarının

çalışanın yeteneklerini ortaya çıkarma fırsatının olmadığı rutinleşmiş işlerle ilgilenmek zorunda kaldığı, iş görenler için bu monotonluktan kurtulmanın, kendine güvenlerini artıran, benliklerini anlamlandıran, onları sorumluluk almaya iten, yaratıcı bir sürecin başlangıcı olabileceği belirtilmektedir¹⁰⁶⁷. Birçok çalışanın, “bağımsız olabilecekleri, rutin olmayan, farklı yeteneklerini ve yaratıcılıklarını kullanabilecekleri ve onları geliştirebilecek bir işte çalışmayı arzu ettikleri” ileri sürülmektedir¹⁰⁶⁸. Bu bağlamda, rutin-tekrarlamayan işler ayrımı temelinde tembellik ve yaratıcılık kavramları ve aralarındaki ilişkilerin incelenmesi, ilginç bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunların yanı sıra, yine tembellikte olduğu gibi, girişimciler, yaratıcılığı da sınıflandırarak tembellikle ilişkilendirme eğilimindedirler. Örneğin, bazı girişimcilerin ifadelerine göre “sanatsal yaratıcılık biraz tembelliğe ihtiyaç duyarken, ticari yaratıcılık çalışmayı gerektirmektedir. Yenilikçi yaratıcılık biraz tembellik gerektirirken, yaratıcı problem çözme davranışı içinse buna ihtiyaç yoktur”. Bunun yanı sıra bireysel ve örgütsel yaratıcılık¹⁰⁶⁹ sınıflandırması temelinde tembellik ve yaratıcılık ilişkilerinin incelenmesinin bir diğer araştırma konusu olabileceği değerlendirilmektedir.

Girişimcilerin kendileriyle ilgili ve kendileriyle özdeşleştirdikleri durumlarda tembel kelimesini kullanmaktan kaçındıkları, üşengeçlik, kolaylık, pratiklik, zaman tasarrufu, enerji tasarrufu gibi farklı tanımlamalara başvurdıkları gözlemlenmiştir. Bir diğer ifade şekli, “tembel ama iş bitirici”, “çalışkan ama uykuyu seven” vb. şeklinde dengeleyici tamlamalardır. Konuya ilişkin genel değerlendirmelerinde de “tembel ve yaratıcı insanlara da ihtiyaç var, mühendisler ve teknik adamlara da ihtiyaç var” veya “fikir üretme aşamasında biraz tembellik ve hayalperestlik işe yarayabilir ancak uygulama aşamasında sıkı çalışma gerekir” şeklinde, konuya daha dengeli bir biçimde yaklaşmaktadırlar. Bu durumda, daha önce belirtildiği gibi sosyokültürel faktörlerin etkili olabileceği düşünülmekle birlikte, konuya ekonomik olarak “emeğin sömürüsü” açısından yaklaşan görüşler de söz konusudur¹⁰⁷⁰. Buna paralel, tembelliğin nedenlerine ilişkin açıklamaları ise aşırı çalışma ve yorgunluk, uzun mesailer, ulaşım ve trafik gibi nedenlerle kişilerin kendilerine zaman ayıramamaları gibi farklı şekillerde karşımıza

Değerlendirilmesi; Yerel Yönetim Örneği, **Doktora Tezi**, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ, 2016, s.90

¹⁰⁶⁷ Hasan Aygün, Okul Yöneticilerinin Çalışan Öğretmenlerin Motivasyonları Üzerindeki Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016, s.21

¹⁰⁶⁸ Yunus Obuz, Maddi ve Maddi Olmayan Motivasyon Unsurlarının Cinsiyete Dayalı Ölçümü; Perakendecilik Sektöründe Uygulaması, **Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2011, s.46

¹⁰⁶⁹ Ebru Yıldırım, “Bilgi Çağında Yaratıcılığın ve Yaratıcılığı Yönetmenin Önemi”, **Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi**, Yıl.9, Sayı.12, Haziran 2007, s.112, 115

¹⁰⁷⁰ Gülşah Aykaç ve Esra Sert, “Türkiye’de Mimarlığın Emek Süreçlerini Yeniden Tartışmak”, **Moment: Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi**, Cilt.5, Sayı.2, 2018, ss.219-237

çıkılmaktadır. Kuşkusuz, bu açıklamalardaki gerçeklik payı dikkate alınmaktadır. Beşeri ve sosyal hayatın her alanında giderek artan hız, beklentilerin yükselişine paralel bunlara ulaşmak için sarf edilen çaba ve ayrılan zamanın da artışı, tüketim kültürü, medya ve bilgi bombardımanı, vb. unsurlar, yorgunluk ve zamansızlık olarak karşımıza çıkabilmektedir. Böyle bir dünyada birazcık tembellik etmeye hakkı olduğunu içten içe düşünen insanoğlu, bundan bahsetmek söz konusu olduğunda, tembellik demekten kaçınmaktadır.

Peter Taylor, tembel proje yönetiminin basit tekniklerinin herkesin kendi faaliyetlerinde nasıl uygulanabileceğini ve sonuç olarak iş-yaşam dengesinin nasıl geliştirilebileceğini anlattığı kitabındaki üretken tembellik kavramıyla konuya farklı bir açılım getirmiştir. Akıllı çalışma (daha odaklanmış şekilde ve çabaların gerçekten önemli olan yerlerde kullanılması, pareto prensibi (harcanan emek, zaman ve diğer kaynakların % 20'si, sonuçların % 80'inde belirleyici, kaynakların geri kalan % 80'i, sonuçların % 20'sinde belirleyici) ve Brontosaurus'un şekli (projenin kritik aşamalarında (başlangıç ve bitiş) zaman ve çaba harcaması gerektiği) biçiminde üç temel prensibi vardır. Taylor, ana fikri, *“zor işleri tembel insanlara veririm, onlar yapmanın kolay bir yolunu bulurlar”*, şeklindeki Walter Chrysler sözünden aldığını ifade etmektedir¹⁰⁷¹. Bruce Bell, Taylor'a paralel, bir perakende satış mağazası yöneticisi üzerinden daha çok değil ama daha akıllı çalışmayla çok başarılı sonuçlar elde edilebileceğini anlatmaktadır¹⁰⁷². Kavramın tanınmaya başlanmasıyla birlikte, işlerin zaman planlaması gibi alanlarda, çalışan motivasyonu ile birlikte hem çıktı kalitesini hem de personelin yaşam kalitesini artırmak amacıyla kullanılan olgulardan biri haline gelmektedir¹⁰⁷³.

Girişimcilerin %28'i, sıkışık dönemlerde ve stres anlarında konsantrasyon ve yaratıcılığın daha yüksek olduğuna işaret etmişlerdir. Bu da tembellikle birlikte değerlendirilebilecek “erteleme davranışı” ve yaratıcılık ilişkisine işaret etmektedir. Çünkü erteleme, belirli bir zamanda yapılması planlanan işlerin geciktirilmesidir. Tembellik davranışında olduğu gibi, “geciktirilen işler pek çok durumda çalışan tarafından çeşitli bahanelerle önemsiz olarak görülmekte veya belirli bir nedene bağlı olarak ya son anda yapılmakta veya hiç yapılmamaktadır”¹⁰⁷⁴.

¹⁰⁷¹ Peter Taylor, **The Lazy Project Manager**, Oxford: Infinite Ideas Ltd, 2010, p.1, 5, 12, 18; Peter Taylor, **The Art Of Productive Laziness**, New York: International Project Management Association, June 2009, p.3

¹⁰⁷² Bruce Bell, **The Lazy Manager**, Bloomington, Indiana: iUniverse, 30 October 2008

¹⁰⁷³ Han Yu, Chunyan Miao, Yongqing Zheng, Lizhen Cui, Simon Fauve ve Cyril Leung, “Ethically Aligned Opportunistic Scheduling for Productive Laziness”, Proceedings of the 2nd AAAI/ACM Conference on **Artificial Intelligence, Ethics, and Society** (AIES-19), 2019, pp.1-7

¹⁰⁷⁴ Ali Baltacı, “Erteleme Davranışı Eğilimi ve Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Okul Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma”, **International Journal of Contemporary Educational Studies** (IntJCES), Vol.3, No.1, June 2017, pp.56-80, p.58

Eğitim sektöründe yer alan iki girişimci, akademik başarısı yüksek olan çocukların sosyalleşme ve iletişim anlamında sorun yaşadıklarını ve yaratıcılıklarının da köreldiğini belirtmişlerdir. Bu görüşler, yukarıda nicel araştırma bulguları tartışılırken ileri sürülenlerle paraleldir. Karakuş, eğitim sistemimizde aktarma yoluyla eğitim yapıldığını, müfredatın çok fazla yüklü olduğunu ve öğrenciyi ezbere yönelttiğini, bu şekilde yüzeysel yaklaşımın da sonuçta entelektüel büyüme ve gelişmeyi engellediğini, hayal dünyası ve yaratıcılık yeteneğinin boğulduğunu ifade etmektedir. Yaratıcı ve sorun çözen bireyler yetiştirmeye yönelik bir eğitimin verilebilmesi için öncelikle eğitim programlarının bu paralelde hazırlanması ve öğretmenlerin de bu konuda daha duyarlı olarak yetiştirilmesi gerekmektedir¹⁰⁷⁵.

Bunların dışında mülakatlarda ön plana çıkan başlıca kavram temalar, hayal gücü ve görselleştirme, gözlem ve deney yapma, yaratıcı problem çözme, motivasyon ve finanstır. Hayal gücü ve görselleştirmeye ilişkin olarak bir girişimcinin anlattıkları güzel bir örnek oluşturmaktadır: *“Hayal gücüm çok geniş, çok seviyorum, bir şeyi yapmadan önce hayal ediyorum. Eğer bunu hayalimde de gerçekleştirebiliyorsam, sanki bir mekanizma var, onları hayal ederken o çarklar dönmeye başlıyor. Birbiriyle uyumluysalar, bu iş olur diyorum, ondan sonra arge çalışmasına başlıyorum. Makineyi önce zihnimde çalıştırıyorum. Puzzle gibi parçaları tek tek zihnimde oturtuyorum. Çıkan bütün sorunları hayalimde çözüyorum önce, ondan sonra reeale döküyorum”*.

Girişimciler, pek çok inovatif fikrin gözlem sonucu ortaya çıktığını ve deneyerek geliştiğini ifade etmektedirler. Pek çok girişimci, yeni bir “şey” ortaya çıkarma anlamındaki yaratıcılıkla, “yaratıcı problem çözme” kavramlarının birbirinden çok farklı olduğuna dikkat çekmektedir. Fikirlerin hayata geçirilmesinde en önemli sorunlarının özsermaye ve finansman yetersizliği olduğunu, yatırımcıların riske girmekten kaçındıklarını ve kısa vadeli düşündüklerini belirtmektedirler. Motivasyonla ilgili günlük kullanıma dönük olarak inovatif ürünler tasarlayan bir girişimcinin anlattıkları güzel bir örnek oluşturmaktadır: *“2004 yılında liseyi bitirdikten sonra babamın triko atölyesinde çalışıyordum. Kazak dokumada kullandığımız makineler Alman malıydı ve 1950’li yıllarda yapılmıştı. İp koptuğunda ya da pislik geldiğinde makineyi koruyacak bir güvenlik sistemleri yoktu. Bu sistem bazı dijital modellerde vardı ancak bizimki mekanik bir modeldi. Ben bir gün bunun üzerinde çalışırken babam geldi; “ne yapıyorsun, ne çiziyorsun?” diye sordu. Makineyi koruyan bir sistemle ilgili proje yaptığımı söyledim.*

¹⁰⁷⁵ Mehmet Karakuş, “Eğitim ve Yaratıcılık”, **Eğitim ve Bilim**, Cilt.26, Sayı.119, 2001, ss.3-7, s.6

Babamın “bu makineyi üreten Almanlar yapamamış, Karaca’da ustalarım, mühendislerim vardı, onlar uğraştılar, yapamadılar, piyasadaki bir çok elektrikçi uğraştı, yapamadı, sen mi yapacaksın?”, diye bir cevabı oldu. Halbuki ben hayalimde canlandırıp bitirmiştım bile. Nihayetinde 2006’da askerden geldiğimde ilk işim bu projeyi yapmak oldu ve başardım. Yaptım, test ettim, çalıştı. Babam gelip gördüğünde çok şaşırdı”. Okuma yazma, eğitime yatırım, makale-dergi yazıları, arge yatırım, teknoparkların sayısı, patent başvuruları ve sosyal sermaye oranları düşük olan ülkemizde¹⁰⁷⁶, motivasyonu yüksek, yenilikçi girişimcilere her zamankinden daha çok ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Tembellik ve yaratıcılık ilişkisi bağlamında motivasyon ve ödül değişkenlerinin yaratıcılık üzerindeki etkilerinin araştırılması konuya dair bir diğer önemli açılım olarak değerlendirilmektedir. Crutchfield’in, daha 1960’ların başında, içsel motivasyonun yaratıcı düşüncüyü teşvik ederken, dışsal motivasyonun onu engellediğini iddia etmesiyle¹⁰⁷⁷ konuya ilişkin pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir¹⁰⁷⁸.

İçsel motivasyon, dış sonuçların aksine, ilgi, zevk ve kişisel zorluk için bir şeyler yapma arzusu olarak tanımlanmaktadır¹⁰⁷⁹ ve bazen tembellik davranışı olarak yorumlanan “işleri yapmaya başlamak için keyfinin gelmesini beklerim” yaklaşımıyla örtüşmektedir. İçsel motivasyonun yaratıcılığa olumlu etkisi, pek çok ampirik

¹⁰⁷⁶ Yüksek teknoloji ürünleri olan akıllı telefon, PC, tablet, web gibi ürünleri satın alıp kullanma ve değiştirme sıklığı açısından ele alındığında dünya sıralaması listesinin ilk sıralarında yer alırken “bu teknolojileri üretip dış pazarlara satma” açısından değerlendirildiğinde listenin alt sıralarında yer alındığı görülmektedir. “Küreselleşen dünya da bilginin hızlı yayılımını sağlayan ileri teknoloji ürünleri olan bilgisayarlar vasıtasıyla kullanılan internet kullanım oranları açısından değerlendirme yapıldığında OECD ve BRIC ülkelere göre zaten az olan kullanım oranı, amacına uygun kullanılmamakta, e-posta maksatlı kullanım araştırma maksatlı kullanıma göre üç kat daha fazla olduğu değerlendirilmektedir. Ancak internet için ödenen ücretler olarak dünyanın en pahalı internetini kullanan ülkeler arasında olduğumuz da bir gerçektir”. Bkz: Mehmet Ayaz, Hızla Gelişmekte Olan (BRIC) Ülkelerde Bilgi Toplumu ve Sosyal Sermaye Etkileşimi: Türkiye Karşılaştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova, 2012, s.108-109

¹⁰⁷⁷ Richard S. Crutchfield, “Conformity and Creative Thinking”, **Contemporary Approaches to Creative Thinking: A Symposium Held at the University of Colorado**, H. E. Gruber, G. Terrell, & M. Wertheimer (eds.), New York: Atherton Press Behavioral Science Series, 1961, pp.120-140

¹⁰⁷⁸ Vernon L. Allen ve John M. Levine, **Creativity and Conformity**, Technical Report No.33, Madison: The University of Wisconsin Research and Development Center for Cognitive Learning, November 1967; Joshua D. Landau ve Donald P. Lehr, “Conformity to Experimenter-Provided Examples: Will People use an Unusual Feature?”, **Journal of Creative Behavior**, Vol.38, No.3, 2004, pp.180-191; Olga Goldenberg ve Jennifer Wiley, “Quality, Conformity, and Conflict: Questioning the Assumptions of Osborn’s Brainstorming Technique”, **Journal of Problem Solving**, Vol.3, No.2, February 2011, pp.96-118; Holly A. White, “Thinking “Outside the Box”: Unconstrained Creative Generation in Adults with Attention Deficit Hyperactivity Disorder”, **Journal of Creative Behavior**, <https://doi.org/10.1002/jocb.382>, 2018, pp.1-12; Julien Nelson ve Jérôme Guegan, “I’d Like To Be Under The Sea: Contextual Cues In Virtual Environments Influence The Orientation Of Idea Generation”, **Computers in Human Behavior**, Vol.90, January 2019, pp.93-102

¹⁰⁷⁹ Beth A. Hennessey ve Teresa M. Amabile, “Creativity”, **Annual Review of Psychology**, Vol.61, 2010, pp.569-598

araştırmadan elde edilen bulgularla desteklenmekte¹⁰⁸⁰ ve hatta bilgi ve fikirlerin yaratılması için vazgeçilmez olduğu¹⁰⁸¹ ileri sürülmektedir.

Dışsal motivasyon ise para ödülü gibi dış koşullara dayanır ve farklı teşviklerin yaratıcı performans üzerindeki etkisi belirsizliğini korumaktadır. Parasal ödüllerin yaratıcı performansı artırıp arttırmadığı konusunda, kendini gerçekleştirme ve öğrenilmiş çalışkanlık teorilerine dayanan iki okul arasında uzun zamandır gerçekleştirilen bir tartışma sürmektedir¹⁰⁸². Konuya tembellik-çalışkanlık ikilemi ile tembellik ve yaratıcılık türleri bağlamında yaklaşan çalışmaların, süregelen tartışmalara yeni açılımlar getirebileceği düşünülmektedir.



¹⁰⁸⁰ Teresa M. Amabile, **The Social Psychology of Creativity**, New York: Springer-Verlag, 1983; Teresa M. Amabile, **Creativity in Context**, Boulder, CO: Westview Press, 1996; Beth A. Hennessey, "The Social Psychology of Creativity", **Scandinavian Journal of Educational Research**, Vol.47, No.3, 2003, pp. 253-271; Teresa M. Amabile, Phyllis Goldfarb ve Shereen C. Brackfield, "Social Influences on Creativity: Evaluation, Coaction, and Surveillance", **Creativity Research Journal**, Vol.3, No.1, November 2009, pp.6-21; Gergana Markova ve Cameron Ford, "Is Money The Panacea? Rewards For Knowledge Workers", **International Journal of Productivity and Performance Management**, Vol.60, No.8, November 2011, pp.813-823; Abdur Rahman Malik, Arif Nazir Butt ve Jin Nam Choi, "Rewards and Employee Creative Performance: Moderating Effects Of Creative Self-Efficacy, Reward Importance, and Locus of Control", **Journal of Organizational Behavior**, Vol.36, No.1, 2014, pp.59-74

¹⁰⁸¹ Margit Osterloh ve Bruno S. Frey, "Motivation, Knowledge Transfer, and Organizational Forms", **Organization Science**, Vol.11, No.5, October 2000, pp.538-550

¹⁰⁸² Robert Eisenberger ve Stephen Armeli, "Can Salient Reward Increase Creative Performance Without Reducing Intrinsic Creative Interest?", **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.72, No.3, 1997, pp.652-663; Robert Eisenberger, W. David Pierce ve Judy Cameron, "Effects of Reward on Intrinsic Motivation - Negative, Neutral, and Positive: Comment on Deci, Koestner, and Ryan (1999)", **Psychological Bulletin**, Vol.125, No.6, December 1999, pp.677-700; Robert Eisenberger ve Linda Rhoades, "Incremental Effects of Reward on Creativity", **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.81, No.4, 2001, pp.728-741; Robert Eisenberger ve Linda Shanock, "Rewards, Intrinsic Motivation, and Creativity: A Case Study of Conceptual and Methodological Isolation", **Creativity Research Journal**, Vol.15, No.2, July 2003, pp.121-130; Robert Eisenberger ve Justin Aselage, "Incremental Effects of Reward on Experienced Performance Pressure: Positive Outcomes for Intrinsic Interest and Creativity", **Journal of Organizational Behavior**, Vol.30, No.1, 2009, pp.95-117; Kris Byron ve Shalini Khazanchi, "Rewards and Creative Performance: A Meta-Analytic Test of Theoretically Derived Hypotheses", **Psychological Bulletin**, Vol.138, No.4, March 2012, pp.809-830

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hayatın her alanında değişim hızındaki yükseliş ve küreselleşmeyle birlikte şekil değiştiren ve şiddeti artan rekabet karşısında işletmelerinin yaratıcı ve yenilikçi faaliyetlerde bulunması, girişimcilerin en önemli görevleri arasında yer almaktadır. Girişimcilik ve inovasyonun; ülkelerin büyüme, kalkınma, gelişmişlik ve rekabet güçleriyle olan ilişkileri nedeniyle, sosyal sermaye kavramıyla pek çok noktada çıkan girişimcilik ekosistemi, inovasyon sistemleri gibi oluşumlar gündeme gelmekte ve bunlara ilişkin mikro ve makro seviyede politikaların geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Bu kapsamda girişimcilik, sosyal sermaye, yaratıcılık ve inovasyon kavramları arasındaki ilişkilerin incelenmesi, bu çalışmanın ele aldığı konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnovasyonun ön koşullarından biri olan yaratıcılıkla ilgili teorilerin önemli bir kısmı yaratıcı birey üzerine odaklanmakta, kişilik ve kişisel özellikler üzerinden yaratıcılığı açıklamaya çalışmaktadır. Yaratıcı kişilere atfedilen hayalperestlik, dalgınlık, dağınıklık, oyunbazlık, özgürlük gibi bazı özellikler, tembel kişilerin davranışlarıyla benzerlik göstermekte, bazı noktalarda örtüşmektedir. Yüksek düzeyde yaratıcılığıyla ön plana çıkan tarihsel kişiliklere atfedilen depresyon, nevroz gibi bazı ruhsal hastalıklar ve içedönüklük gibi bazı kişilik özellikleri de tembellik ve yaratıcılık ilişkisine dair benzer bir nitelik taşımaktadır. Ayrıca, içsel-dışsal motivasyon teorileri, maddi-maddi olmayan ödüllendirme, serbest zaman etkinlikleri ve sanatsal faaliyetlerle yaratıcılık arasındaki bağlantılar, tembellik ve yaratıcılık arasında muhtemel bağlantılara işaret etmektedir. Bunların yanı sıra bilimsel nitelik taşımamakla beraber internet ve sosyal medyada tembellik ve yaratıcılık ilişkisine dair yapılan göndermeler, ayrıca üretken tembellik gibi güncel kavramlar konunun bir diğer yönünü oluşturmaktadır. Tüm bu kavram ve tartışmalar ışığında tembellik ve yaratıcılık ilişkisinin araştırılması, bu çalışmanın özgün konularından bir diğerini oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmadan elde edilen bulgulara dayanarak varılan sonuçlar ve öneriler, mikro ve makro düzeyde uygulama ve akademi alanlarına yönelik olarak aşağıda sınıflandırılmaktadır.

Girişimci ve işletmelere yönelik olarak elde edilen sonuçlar ve geliştirilen öneriler şu şekildedir: Örneklem grubundaki girişimcilerin eğitim ve gelir düzeyiyle ilgili

bulgular değerlendirildiğinde, önemli bir kısmının zorunlu girişimcilik kategorisinde değerlendirilebileceği gözlemlenmektedir. İş fikirleri belirlenirken gereken özenin gösterilmemesi ve fırsatların gözlenip, belirlenip, değerlendirilememesi sonucu, girişimler rekabette zorlanmakta, büyümemekte ve kısa ömürlü olmaktadır. Rekabetin yoğun olduğu, doymuş sektör ve pazarlarda, hiçbir yenilik getirmeksizin var olmaya çalışmaktansa, iyi bir pazar-talep analiziyle ve fırsat ve inovasyon temelinde iş modellerinin geliştirilmesinin, girişimlerin başarı şansını artıracakı düşünülmektedir.

Girişimcilerin tecrübeli oldukları ve işletmelerinin faaliyet gösterdikleri sektörler açısından elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, makro ekonomik verilerle uyumlu bir şekilde, hizmet ve ticaret sektörlerinin ağırlığının çok fazla olduğu, imalat sektörününse toplam içerisindeki payının düşük olduğu gözlemlenmektedir. Arz düşüklüğü hizmet ve ticaret sektörlerinin girdi maliyetlerini artırırken, bu sektörlerdeki yoğunlaşma rekabetin şiddetini artırmaktadır. Girişimcilerin, faaliyetlerini, imalat ve yüksek nitelikli hizmet sektörlerine (yazılım, otomasyon, tamir-bakım) kaydardıkları ölçüde hem başarı şanslarını hem de ülke ekonomisine katkılarını artıracakları düşünülmektedir. Ayrıca, fırsat ve yenilikçiliğe dayalı, imalat ve yazılım gibi katma değeri yüksek alanlarda gerçekleştirilecek olan girişimlerin kendine fon yaratma olanaklarının (melek yatırımcılar, devlet destekleri, vb.) daha fazla olabileceği hususunun da girişimciler tarafından dikkate alınması gerektiği değerlendirilmektedir.

Girişimcilerin kendileriyle ilgili yaratıcılık değerlendirmeleri ve yaratıcı düşünme eğilimi skorları oldukça yüksek olmasına karşın, patent ve diğer fikri-sınai mülkiyet hakları açısından verilerin düşük olması, yaratıcı fikirlerin inovasyona dönüşmesinde yaşanan problemlere işaret etmektedir. Girişimcilerin, inandıkları fikirlerin hayata geçirilmesi sürecinde, bilgi ve beceri eksikliği, zaman-mekân ve finansman yetersizlikleri gibi tüm sorunların çözümüyle ilgili olarak da yaratıcı ve azimli olmalarının, başarı yolunda son derece etkili olabileceği düşünülmektedir. Genel anlamda örneklemdeki toplam patent sayısı düşük olsa da yapılan farklılık analizlerinde de yaratıcılık ve sınai mülkiyet hakları değişkeni arasında ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle girişimcilerin, genel olarak yaratıcılık seviyelerini yükseltecek uygulamalardan ve özelde de yaratıcı fikir geliştirmeye yönelik tekniklerden yararlanmalarının, işletmelerinin

inovasyon performansını ve rekabet gücünü artırabileceği düşünülmektedir. Araştırma bulguları, yaratıcı düşünme eğilimi yüksek bireylerin inovasyon performanslarının (patent başvuru ve sayılarının) daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu nedenle girişimcilerin, kısa, orta ve uzun vadede, kendileri ve çalışanlarının eğitimine gerekli önemi vermelerinin işletmelerinin yaratıcılık, inovasyon performansına ve rekabet gücüne olumlu katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlara göre sosyal sermaye; yaratıcılık ve patent (inovasyon) değişkenini olumlu yönde ve anlamlı seviyede etkilemektedir. Sosyal sermaye, kullanımıyla fayda sağlamanın yanında diğer sermaye türlerini de harekete geçiren itici bir kuvvettir. Sosyal sermaye ve onun kullanımına imkân tanıyan sosyal ağların sahip olduğu bilgi, etki, kontrol, güç ve dayanışma bileşenleri; girişimcilerin fırsat tanımlama, yenilikçi fikirler üretme, işe başlama, geliştirme ve başarı elde etmeleri için gerekli kaynakları temin etmelerine imkân tanıyan birer kanal olmaktadır. Girişimciler sosyal sermayenin dışlama, olumsuz grup normları, yeni bilgi ve yöntemlere kapalı olma, ayrımcılık, kayırma gibi olumsuz etkilerinden korunmaya dikkat ederek, sunduğu olumlu olanaklardan yararlanabilecekleri stratejiler geliştirmelidir.

Nicel araştırmadan elde edilen, tembellik ve yaratıcılık arasındaki negatif ilişkiye dair sonuçlar ışığında girişimcilerin, yaratıcılık ve inovasyon süreçlerinin en azından belirli safhalarında çalışkan bir tutum sergilemeleri gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte yaratıcı faaliyetlerde zorlamanın her zaman olumlu sonuç vermeyebileceği, zihinsel bir çaba gerektirmesinden dolayı motivasyonun önem kazanması gibi durumlar da dikkate alınmalıdır.

Makro ölçekte karar vericilere yönelik olarak araştırma bulguları neticesinde elde edilen sonuç ve öneriler şu şekildedir: Katma değeri göreceli olarak düşük alanlarda gerçekleştirilen ve ülke ekonomisine katkısı sınırlı olan zorunlu girişimcilik yerine, daha verimli ve yenilikçi alanlara dönük olarak gerçekleştirilen fırsatçı girişimciliğin toplam ekonomideki payının artırılmasına yönelik özendirici kamu politikalarının yürütülmesinin kısa ve uzun vadede yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Girişimcilik faaliyetlerinin sektörel yöneliminde imalat sektörünün payının artırılmasına yönelik kamu politikalarının hayata geçirilmesinin büyüme, kalkınma ve ülke ekonomisinin gelişmesi anlamında olumlu katkılar sağlayabileceği ifade edilmektedir. Hizmet sektörü özelinde ise girişimcilik yöneliminin, lokanta, oto ve halı yıkama, kuru temizleme gibi düşük nitelikli faaliyetlerdence yazılım, otomasyon, makine ve teknolojik araç gereçlerin tamir ve bakımı gibi yüksek nitelikli alanlara yönlendirilmesi hususunda gerekli önlemlerin alınmasının gerekliliği değerlendirilmektedir.

Girişimcilerin yaratıcı fikirlerinin inovasyona dönüşmesinin önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik olarak politikalar geliştirilmesinin yanında, girişimcilik ve yenilikçiliğin yalnızca maddi ve finansal yönden desteklenmesi değil, girişimcilik ve yenilikçilik kültürünün yaygınlaşması için de çeşitli uygulamaların hayata geçirilmesinin, ülkenin inovasyon performansı ve rekabet gücünün artırılması açısından yarar sağlayabileceği düşünülmektedir. Karar vericilerin yalnızca finansal desteklerle değil, bunun yanında birlikte çalışma ve ortak proje kültürünün gelişmesi, risk sermayesi, melek yatırımcılar gibi olguların yaygınlaşabilmesi açısından gerekli hukuksal, eğitsel ve diğer alanlarda gerekli düzenlemelerin hayata geçirilmesiyle ilgili olarak da atacağı adımların, sonuç alınmasında katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Ayrıca desteklere ilişkin süreçlerin kolaylaştırılması ve bürokratik yükün azaltılması yönünde yapılacak düzenlemeler, doğru işlerle gerekli kaynakların bir araya gelmesini kolaylaştıracaktır. Bunun yanında, girişimcilerin, yenilik ve buluşlarını patent vb. uygulamalarla koruma altına almanın, ticari açıdan anlamsız ve yararsız olduğuna dair varsa olumsuz düşüncelerinin sebeplerinin ortaya konulması ve çözüm getirilmesi, ölçülebilirlik ve kontrol açısından yarar sağlayacaktır. Bu nedenle gerek genel anlamda örgün öğretimde girişimcilik eğitime ilişkin nicel ve nitel performans değerlerinin yükseltilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılmasının, gerekse de özelde girişimcilik ve yenilikçilik temelinde eğitim çalışmalarına ağırlık verilmesinin, güçlü bir girişimcilik ve inovasyon iklimi yaratılmasında katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Böylece, girişimcilik ve yenilikçilik performansı yüksek olan yaratıcı bireylerin yetiştirilmesi hedefine ulaşmada, önemli bir adımın atılmış olacağı değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, tutucu, kalıplaşmış, yaratıcı düşünmeyi yok sayan ve inkâr eden, geleneksel olarak basma kalıp

düşünceyi sürdürmeyi hedefleyen bir örgün eğitimin, günümüzde beklenen ezbercilikten kurtulmuş, yapıcı ve yaratıcı düşünen insan profilini yetiştirmekte güçlük çekeceği de unutulmamalıdır.

Sosyal sermayenin yaratıcılık ve patent değişkenlerinin ikisini de olumlu yönde ve anlamlı seviyede etkilediğine ilişkin araştırma bulguları dikkate alındığında, makro politikalar açısından da dikkate alınması gereken bir kavram olduğu ortaya çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde dinin, geleneğin, ortak tarihsel geçmişin ve kültürel normların yan ürünü olarak ve akraba gruplarının ve geleneksel sosyal grupların (nesep, köy, kabile vb.) varlığı beraberinde sosyal sermaye stoğu yüksek seviyede olmasına karşın, daha da geniş olan ekonomik ve politik organizasyonlar şeklinde hizmet veren oluşumlar eksiktir. Eğitime, bilime, bilgi ve iletişim teknolojilerine, inovasyon ve yaratıcılığa önem vermeden tek başına sosyal sermayenin güçlü olması da bir anlam ifade etmeyebilir. Bu nedenle tüm bu kavramlar arasındaki ilişkilerin bütünleşik bir şekilde ele alınarak politikaların üretilmesinin, istenilen sonuçların elde edilebilmesinde yarar sağlayabileceği düşünülmektedir.

Çalışmadan elde edilen bulgulara dayanarak varılan akademik alana yönelik sonuçlar ve öneriler şu şekildedir: Korelasyon analizi sonuçlarına göre, tembellik ve yaratıcılık arasında negatif yönde anlamlı ve zayıf şiddette bir ilişki vardır. Bir başka deyişle, tembellik düzeyi arttıkça yaratıcılık azalmaktadır. Elde edilen bu sonuçlar, öğrenilmiş çalışkanlık teorisiyle uyumlu bir şekilde dışsal motivasyon, maddi ödüller ve çalışkanlığın yaratıcılığı artırdığına ilişkin yapılan çalışmalarla örtüşmektedir.

Ülkemizde akademik anlamda üzerinde pek fazla durulmamış konulardan biri olan öğrenilmiş çalışkanlık teorisi ve yaratıcılık arasındaki bağlantıların kültürel ve coğrafi değişkenler de göz önünde bulundurularak araştırılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Buna karşılık konunun daha ayrıntılı araştırılması gerektiği düşünülmektedir.

Konuya ilişkin “kendini gerçekleştirme” kavramı etrafında şekillenen görüşler, öğrenilmiş çalışkanlık teorisinin aksine, dışsal motivasyon ve maddi ödüllerin yaratıcılığı engellediğini ileri sürmektedir. Yaratıcı performansın artırılabilmesi için içsel

motivasyon ve maddi olmayan ödüllerin olumlu etkisinin olduğuna dair bu görüşler, daha çok kişisel ilgi, yapılan işten keyif alma gibi faktörlere dayanır ve geleneksel çalışkanlık anlayışıyla pek fazla örtüşmemektedir. Bu nedenle, bu iki farklı okulun (öğrenilmiş çalışkanlık ve kendini gerçekleştirme) içsel-dışsal motivasyon, maddi-maddi olmayan ödüllendirme çerçeveleri ışığında tembellik ve yaratıcılık değişkenleri arasındaki bağlantıların araştırılmasının akademik anlamda değerli olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca araştırma kısıtları ile ilgili olarak, tembellik kavramının ekonomik, toplumsal ve kültürel bağlamda olumsuz bir anlam ifade etmesi, girişimcilerin konuya ilişkin görüşlerini etkileyebilecek bir unsur olarak değerlendirilebilir. Yine kavramın kişilik özelliği, davranış biçimi, kalıcı veya geçici bir durum gibi farklı anlamlar içermesi nedeniyle sahip olduğu muğlaklık, katılımcıların değerlendirmelerinde etkili olabilecek bir diğer faktör olarak dikkate alınabilir. Bu kapsamda tembellik ve yaratıcılık değişkenlerini ölçmeye yönelik olarak farklı form ve yöntemlerle, farklı örneklemeler üzerinde gerçekleştirilecek çalışmaların, konuya ilişkin daha detaylı ve daha sağlıklı bulgulara ulaşılmasını sağlayabileceği düşünülmektedir.

Nitel ve nicel araştırma bulgularından elde edilen bir diğer önemli sonuç hem tembellik, hem de yaratıcılık değişkenlerinin sınıflandırılarak ele alınmasının yarar sağlayabileceği yönündedir. Girişimcilerin önemli bir kısmı, tembelliğin bazı türleriyle yaratıcılığın bazı türleri arasında olumlu ilişkiler bulunabileceğine ve inovasyon sürecinin bazı safhalarında tembelce, bazı safhalarında ise çalışkanca bir tutum sergilemenin gerekliliğine dair görüşlerini ifade etmiştir. Bu kapsamda tembelliğe ilişkin bedensel-düşünsel, özel hayat-iş, rutin-tekrarlamayan işler, vazgeçmişlik anlamında tembellik-tembellikten çözüm çıkarma şeklindeki sınıflandırmalar ve inovasyon sürecinin aşamalarına ilişkin fikir üretme-uygulama ve hayal kurma-problem çözme biçimindeki ayrımlar ön plana çıkmaktadır. Ayrıca girişimcilere ilişkin olarak da tembel ve yaratıcı olanlarla çalışkan ve analitik olanlar ayrımı söz konusu olmakta ve her ikisine de ihtiyaç olduğu yönünde görüşler ifade edilmektedir. Yaratıcılığın sınıflandırılmasına ilişkin olaraksa bilimsel-sanatsal-günlük yaratıcılık; sanatsal-ticari yaratıcılık; anlamlı, üretken, özgün, yenilikçi ve buluşçu yaratıcılık; büyük, küçük ve minik yaratıcılık, vb. sınıflandırma ve yaratıcılık türleriyle çeşitli tembellik türleri arasındaki bağlantı ve ilişkilerin araştırılması alana katkı sağlayabilir. Benzer şekilde yaratıcılık (hazırlık,

kuluçka, fikrin doğuğu, geliştirme) ve inovasyon süreçlerinin (fırsat tanımlama, kavram geliştirme, proje değerlendirme, ürün geliştirme, vb.) farklı safhalarında tembellik ve türleriyle olan bağlantıların incelenmesi anlamlı olabilir. Bunun yanı sıra literatürde yeni çalışılmaya başlanan üretken tembellik kavramı etrafında yaratıcılık sürecinin incelenmesinin, akademik anlamda değerli olabileceği düşünölmektedir.

Tüm bu sonuçlar, ölkemizde gerçekleştirilen geçmiş araştırmaların bulgularıyla örtüşüyor olsa da, sosyal sermaye üzerine gerçekleştirilen yerli araştırmaların çok büyük bir çoğunluğu kavramın olumlu yönlerine odaklanmaktadır. Gelecek araştırmalarda kavramın muhtemel olumsuz yönlerinin de incelenmesinin anlamlı olabileceği düşünölmektedir.

Araştırma sonucunda özetle örneklemdaki girişimciler ve işletmeler açısından yaratıcılık ve inovasyon sürecinde eğitim ve sosyal sermayenin önem taşıdığı, bunun işletmelerinin rekabet gücü yanında, girişimcilerin gelir seviyelerine de olumlu olarak yansıdığı belirlenmiştir. Ayrıca yaratıcılık ve inovasyon süreçlerinin en azından belirli kısımlarında alışkan bir tutum benimsemelerinin gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Karar vericiler açısından genel anlamda yaratıcılık seviyesinin yüksekliğine karşın patent ve sınai mülkiyet hakları rakamlarının düşöklüğü, yaratıcılığın inovasyona dönüşmesinde ve/veya belgelendirilmesinde bazı sorunlara işaret etmektedir. Ayrıca sosyal sermaye ile yaratıcılık ve inovasyon arasındaki olumlu bağlantılar girişimcilik ekosistemi ve inovasyon sistemleri gibi yapılara ilişkin gerçekleştirilecek faaliyetlerin önemine işaret etmektedir.

Akademik açıdan, tembellik ve yaratıcılık ilişkisi gibi özgün bir konu üzerinde gerçekleştirilen çalışma, üretken tembellik, öğrenilmiş alışkanlık ve kendini geliştirme okulları, dalgınlılığın belirli bir türü olan mind-wandering, mikro görevler gibi yeni ve güncel konulara değinen öncü bir çalışma olma umudu taşımaktadır. İlgili kavramlar çerçevesinde gerçekleştirilecek sonraki çalışmalara katkı sağlayabileceği düşünölmektedir.



EK 1: TEZ ARAŞTIRMASINDA KULLANILAN ANKET FORMU

Değerli girişimci,

Aşağıdaki anket formundan elde edilecek bilgiler, yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacak olup, değerlendirmeler kişi bazında değil, toplu bir şekilde istatistiksel olarak yapılacaktır. Size uygun seçeneğin bulunduğu kutucuğu (X) işaretleyiniz. Katılımınız için çok teşekkürler.

1) Adınız, soyadınız?.....

2) Yaşınız? ☐ 25 ve altı ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ 46-55 ☐ 56 ve üstü

3) Cinsiyetiniz? ☐ Kadın ☐ Erkek

4) Eğitim seviyeniz? ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Yüksekokul ☐ Fakülte ☐ YL/Doktora

5) Gelir seviyeniz? ☐ 2500 TL ve altı ☐ 2501-4000 ☐ 4001-5500 ☐ 5501-7000 ☐ 7001 +

6) Toplam iş tecrübeniz? ☐ 2 yıl ve altı ☐ 3-5 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 11-20 yıl ☐ 21 yıl ve üstü

7) İş tecrübeniz ağırlıklı olarak hangi sektörde? ☐ İmalat ☐ Hizmet ☐ Ticaret

8) Kendinizi yaratıcı bir girişimci olarak görüyor musunuz? ☐ Evet ☐ Hayır

9) Sınai mülkiyet hakları açısından, patent, faydalı model, vb. sahibi misiniz ya da başvurunuz var mı? ☐ Başvurum yok ☐ Başvurdum ama reddedildi ☐ Başvurdum ama sonuçlanmadı ☐ Patentim var

10) İşletme sahibi misiniz ya da herhangi bir işletmede ortaklığınız var mı? ☐ Evet ☐ Hayır

11) İşletme sahibi ya da ortağıysanız, hangi sektörde faaliyet gösteriyorsunuz? ☐ İmalat ☐ Hizmet ☐ Ticaret

12) İşletmeniz hangi pazara hitap etmektedir? ☐ Bölgesel ☐ Ulusal ☐ Uluslararası

13) İşletmenizin Adı..... İnternet Adresi.....

14) İşletmenize destek için KOSGEB veya başka bir kuruma başvurduğunuz mu? Destek aldınız mı? ☐ Başvurmadım ☐ Başvurdum ve reddedildi ☐ Başvurdum ama sonuçlanmadı ☐ Destek aldım

15) İşletmenizin pazarında/sektöründe gerçekleştirdiği bir ilk var mıdır ya da öncülük etmiş midir? ☐ Evet ☐ Hayır

16. Aşağıdaki ifadelerden hangisi sizin için daha uygundur?

☐ Genel olarak tembel bir insanımdır.

☐ Söz konusu iş ya da durum, düşünsel bir faaliyetle ilgiliyse çalışkan olduğum söylenebilir ancak bedensel bir faaliyetse tembelleşirim.

☐ Söz konusu iş ya da durum, bedensel bir faaliyetle ilgiliyse çalışkan olduğum söylenebilir ancak düşünsel bir faaliyetse tembelleşirim.

☐ Genel olarak çalışkan bir insanımdır.

YARATICI DÜŞÜNME EĞİLİMİ ÖLÇEĞİ Aşağıda sizinle ilgili ifadeler bulunmaktadır. Lütfen her bir maddeyi dikkatlice okuyunuz ve sizi en iyi tanımlayan seçeneği işaretleyiniz. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Sizden beklenen içtenlikle cevap vererek bilimsel bir çalışmaya yardımcı olmanız. Lütfen bütün sorularla ilgili görüşlerinizi ifade ediniz. Katkılarınız için teşekkürler.		Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Her Zaman
		1	2	3	4	5
1	“Hayal gücümü kullanarak yeni bir fikir, eser veya çözüm yolu tasarlarım”.					
2	“Karşılaştığım bir olay, durum veya soruna yönelik “acaba” sorusunu sorarım”.					
3	“Bir durumu, olayı veya sorunu ayrıntılı ve derinlemesine ele alırım”.					
4	“Bir fikir veya ürün oluşturmak için disiplinli çalışırım”.					
5	“Sorun veya durumlarla ilgili yararlı ve özgün cevaplar veya çözüm yolları üretirim”.					
6	“Merak ettiğim veya ilgimi çeken olay, durum veya işlerle uğraşmayı severim”.					
7	“Alışılmışın yerine, yeni ve farklı olanı tercih ederim”.					
8	“İlginç olay, sorun, nesne veya durumları merak ederim”.					
9	“Bir olayın veya sorunun birden fazla nedeni olabileceğini kabul ederim”.					
10	“Farklı sorun, durum veya olayla ilgili ipuçları arasında bağlantı kurarım”.					
11	“Birbiriyle ilgisi olmayan kavram veya fikirleri yeni bir amaç için ilişkilendiririm”.					
12	“Olaylara farklı açılardan bakmaya çalışırım”.					
13	“Çevremde olup bitenleri merak ederim”.					
14	“Fikir geliştirmek için gözlem, deneyim, bilgi ve düşüncelerimi birleştiririm”.					
15	“Sorunların çözümünü, durumları veya olayları zihnimde canlandırıyorum”.					
16	“Hata yapmaktan korkmam”.					

TEMBELLİK EĞİLİMİ ÖLÇEĞİ		Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Her Zaman
Aşağıda sizinle ilgili ifadeler bulunmaktadır. Lütfen her bir maddeyi dikkatlice okuyunuz ve sizi en iyi tanımlayan seçeneği işaretleyiniz. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Sizden beklenen içtenlikle cevap vererek bilimsel bir çalışmaya yardımcı olmanız. Lütfen bütün sorularla ilgili görüşlerinizi ifade ediniz. Katkılarınız için teşekkürler.		1	2	3	4	5
1	“Genellikle sabahları uyandıktan sonra yatakta epey zaman harcarım”.					
2	“İşlerimi yapmak için keyfimin yerine gelmesini beklerim”.					
3	“Yapmayı sevmediğim ya da istemediğim işleri sona bırakırım”.					
4	“Eşyalarımı gerekmedikçe düzenli tutmam”.					
5	“Bana verilen görevleri zamanında yetiştiremeyeceğime ilişkin bir düşünceye sahibim”.					
6	“Çalışmayı sevmem”.					
7	“Bir şey yapmaya karar verdiğimde, biraz yapar daha sonra sürüncemede bırakırım”.					
8	“Tembelim”.					
9	“Çok nadiren işleri zamanında bitiririm”.					
10	“Pek çok şey yapan enerjik bir insan olduğum söylenemez”.					
11	“Zamanında veya hiç yapmadığım işler için mutlaka gerekçeler bulurum”.					
12	“Önemli olsalar bile işleri bitirmeyi gereksiz yere son ana bırakırım”.					
13	“Bazen çalışkan insanlardan rahatsızlık duyarım”.					
14	“Karar vermiş olsam bile harekete geçmeyi son dakikaya bırakırım”.					
15	“Zamanım çoğunu bomboş-yararsız bir seklide geçiriyorum”.					
16	“Çoğu kez iş işten geçtikten sonra harekete geçerim”.					
17	“Yaptığım işlerimi sonuçlandıramam”.					
18	“Ailem ve arkadaşlarım benim işleri hep son dakikada yapacağımı söylerler”.					
19	“İşlerimin üstesinden gelemem”.					
20	“İşlerimi zamanında veya hiç yapmadığım için maddi ve manevi zarara uğrarım”.					
21	“İşleri son anda yapmakta çok becerikliyim”.					

SOSYAL SERMAYE ÖLÇEĞİ		Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Her Zaman
		1	2	3	4	5
	Aşağıda sizinle ilgili ifadeler bulunmaktadır. Lütfen her bir maddeyi dikkatlice okuyunuz ve sizi en iyi tanımlayan seçeneği işaretleyiniz. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Sizden beklenen içtenlikle cevap vererek bilimsel bir çalışmaya yardımcı olmanız. Lütfen bütün sorularla ilgili görüşlerinizi ifade ediniz. Katkılarınız için teşekkürler.					
1	Kamu kurumları ve siyaset camiasında önemli tanıdıklarım var.					
2	Sivil toplum kuruluşlarındaki faaliyetlerim sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.					
3	Sahip olduğum sosyal çevre sayesinde pek çok sorunumu kolayca çözebiliyorum.					
4	Aile ve akrabalarım sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.					
5	İhtiyacım olduğunda yakın arkadaşlarımdan yardımcı olacağına güvenim tam.					
6	Çalıştığım sektörde geniş bir çevrem (tedarikçiler, proje ortakları, müşteriler) var.					
7	İş dünyasında önemli tanıdıklarım var.					
8	Çalıştığım yerlerde kritik bilgiler sağlayabilecek kişilerle aram iyidir.					
9	İş açısından önemli kişilerle iyi bir iletişime sahibim.					
10	Mahalledeki esnaf ve komşularımla iyi ilişkilerim var					
11	Üniversite çalışanları ve akademisyenlerle iyi ilişkilere sahibim.					
12	Medya ve kültür/sanat dünyasından ünlü tanıdıklarım var.					
13	Yurt dışında önemli bağlantılara sahibim.					
14	İnternet ve sosyal medyadaki bağlantılarımla etkili kullanıyorum.					
15	Yeni iş ilişkileri kurmak ve mevcut olanları sürdürmek için çaba ve zaman sarf ederim.					

EK 2: TEMBELLİK EĞİLİMİ SORU HAVUZU

TEMBELLİK EĞİLİMİ SORU HAVUZU		Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Her Zaman
Aşağıda sizinle ilgili ifadeler bulunmaktadır. Lütfen her bir maddeyi dikkatlice okuyunuz ve sizi en iyi tanımlayan seçeneği işaretleyiniz. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Sizden beklenen içtenlikle cevap vererek bilimsel bir çalışmaya yardımcı olmanız. Lütfen bütün sorularla ilgili görüşlerinizi ifade ediniz. Katkılarınız için teşekkürler.		1	2	3	4	5
1	“Çok gerekli bir şeyi bile genellikle son dakikada yaparım”.					
2	“Genellikle sabahları uyandıktan sonra yatakta epey zaman harcarım”.					
3	“İşlerimi sıklıkla ertesi güne bırakırım”.					
4	“İşlerimi yapmak için keyfimin yerine gelmesini beklerim”.					
5	“Pek çok şey yapan enerjik bir insan olduğum söylenemez”.					
6	“Yapmayı sevmediğim veya istemediğim işleri sona bırakırım”.					
7	“Eşyalarımı gerekmedikçe düzenli tutmam”.					
8	“Bana verilen görevleri zamanında yetiştiremeyeceğime ilişkin bir düşünceye sahibim”.					
9	“Zamanım çoğunu bomboş-yararsız bir seklide geçiriyorum”.					
10	“Zamanımı iyi kullandığımı düşünmüyorum”.					
11	“Yapmak zorunda olduğum işleri genellikle son dakikaya bırakırım”.					
12	“Önemli işlerimi de yapmayı son dakikaya bırakırım”.					
13	“Çoğunlukla işlerimi, gereken zamandan daha uzun sürede bitiririm”.					
14	“Bir işi bitirmeden yenisine başlarım”.					
15	“İşleri ertesi güne ertelemek benim tarzımdır”.					
16	“Önemli kararları almayı son dakikaya bırakırım”.					
17	“Bir şey yapmaya karar verdiğimde, biraz yapar daha sonra sürüncemede bırakırım”.					
18	“Ne yapar eder işlerimi hep son dakikaya bırakırım”.					
19	“İşlerin tamamlanması gereken tarihe yakın süre en etkili çalıştığım zamandır”.					
20	“Çok nadiren işleri zamanında bitiririm”.					
21	“İşlerimi zamanında (vaktinde) bitirip bitiremeyeceğimi görmek için zamanla yarışma deneyimi hoşuma gider”.					
22	“Zamanında yapmadığım işler için kendimi başkalarına mazeret sıralarken bulurum”.					
23	“Çalışmayı sevmem”.					
24	“Önemli olsalar bile işleri bitirmeyi gereksiz yere son ana bırakırım”.					

25	“Ben zamanı iyi kullanmayan ancak her zaman bir daha ki sefere zamanı daha iyi kullanmayı isteyen birisiyim”.					
26	“İşlerimi zamanından önce bitiremediğim için kontrol de edemem”.					
27	“Randevularıma geç kalırım”.					
28	“Sıklıkla iki ayağım bir pabuca girer”.					
29	“Son kararı vermeden, önemsiz ayrıntılar üzerinde gereksiz yere çok vakit harcarım”.					
30	“Karar vermiş olsam bile harekete geçmeyi son dakikaya bırakırım”.					
31	“Çoğu kez iş işten geçtikten sonra harekete geçerim”.					
32	“Ailem ve arkadaşlarım benim işleri hep son dakikada yapacağımı söylerler”.					
33	“İşleri son anda yetiştiren insanlardanım”.					
34	“Ailem ve arkadaşlarım benim randevularıma hep geç kaldığımı söylerler”.					
35	“İşlerimi son anda yetiştirmekten hoşlanıyorum”.					
36	“İşleri son anda yapmakta çok becerikliyim”.					
37	“İşlerimi yapmak için gereken zamanı çoğu kez yanlış hesaplarım”.					
38	“İşlerimi zamanında yapmadığım için maddi ve manevi zarara uğrarım”.					
39	“Zamanında yapmadığım işler için mutlaka gerekçeler bulurum”.					
40	“Tembelim”.					
41	“İşe yarayan yararlı bir insan olduğumu düşünmüyorum”.					
42	“İşlerimi yapmak için çalışma isteğimin gelmesini beklerim”.					
43	“Bazen çalışkan insanlardan rahatsızlık duyarım”.					
44	“Yaptığım işlerimi sonuçlandıramam”.					
45	“İşlerimin üstesinden gelemem”.					

EK 3: SOSYAL SERMAYE SORU HAVUZU

SOSYAL SERMAYE SORU HAVUZU		Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Her Zaman
Aşağıda sizinle ilgili ifadeler bulunmaktadır. Lütfen her bir maddeyi dikkatlice okuyunuz ve sizi en iyi tanımlayan seçeneği işaretleyiniz. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Sizden beklenen içtenlikle cevap vererek bilimsel bir çalışmaya yardımcı olmanız. Lütfen bütün sorularla ilgili görüşlerinizi ifade ediniz. Katkılarınız için teşekkürler.		1	2	3	4	5
1	Çevremdeki insanlar, diğerlerinin sorunlarını kendi sorunları gibi görürler.					
2	Kamu kurumları ve siyaset camiasında önemli tanıdıklarım var.					
3	İş ortamımdaki insanlar, çalışma arkadaşlarıyla telefonla / sosyal medya araçlarıyla iletişim kurarlar.					
4	Sivil toplum kuruluşlarındaki faaliyetlerim sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.					
5	Çalışma ortamımdaki insanlar, mesai dışında da bir araya gelirler.					
6	Sahip olduğum sosyal çevre sayesinde pek çok sorunumu kolayca çözebiliyorum.					
7	Çevremdeki insanlar birbirlerinden kuşku duymazlar ve dürüsttüler.					
8	Aile ve akrabalarım sayesinde geniş bir sosyal çevreye sahibim.					
9	Çevremdeki insanlar bulunmadıkları ortamlarda bile haklarının korunacağından emindirler.					
10	İhtiyacım olduğunda yakın arkadaşlarımdan yardımcı olacağına güvenim tam.					
11	Çevremdeki insanlar birbirlerinin dedikodusunu yapmazlar.					
12	Çalıştığım sektörde geniş bir çevrem (tedarikçiler, proje ortakları, müşteriler) var.					
13	Dostlarımla rahatlıkla bir işe girişirim ve bir yardıma ihtiyacım olduğunda rahatlıkla onları ararım.					
14	İş dünyasında önemli tanıdıklarım var.					
15	İçinde olduğum sosyal gruplardaki kişilerle)aramızda karşılıklı bir güven ilişkisi olduğuna inanıyorum.					

SOSYAL SERMAYE SORU HAVUZU (DEVAMI)		Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara sıra	Genellikle	Her Zaman
		1	2	3	4	5
16	Çalıştığım yerlerde kritik bilgiler sağlayabilecek kişilerle aram iyidir.					
17	İçinde olduğum sosyal gruplara dâhil olduğum için yeni olanaklar elde ettiğimi düşünüyorum.					
18	İş açısından önemli kişilerle iyi bir iletişime sahibim.					
19	Ailenizi ya da akrabalarınızı ziyaret etmek amacıyla başka bir muhite/şehre gider misiniz?					
20	Mahalledeki esnaf ve komşularımla iyi ilişkilerim var.					
21	Herhangi bir önemli kararı vermek için bilgiye ihtiyacınız olduğunda, bilgiyi nereden bulacağınızı biliyor musunuz?					
22	Üniversite çalışanları ve akademisyenlerle iyi ilişkilere sahibim.					
23	Hava karardıktan sonra oturduğunuz mahallede yürürken kendinizi güvende hissediyor musunuz?					
24	Medya ve kültür/sanat dünyasından ünlü tanıdıklarım var.					
25	Komşuluk ilişkileri hayatımda önemli bir yer alır.					
26	Yurt dışında önemli bağlantılara sahibim.					
27	Sosyal faaliyetlere katılmak benim için olmasa olmazdır.					
28	İnternet ve sosyal medyadaki bağlantılarımı etkili kullanıyorum.					
29	İşimde kendimi mutlu ve güvende hissediyorum.					
30	Yeni iş ilişkileri kurmak ve mevcut olanları sürdürmek için çaba ve zaman sarf ederim.					

EK 4: MÜLAKAT SORULARI

1.Kısım: Tembellik ve Yaratıcılık

Bize bir iş gününüzü anlatır mısınız? Sabah erken uyanır mısınız? Yataktan kolayca kalkar mısınız? Yoksa alarmin sesini erteleyip biraz daha uyur musunuz?

İş yerinizin düzeni nasıl? Faaliyet akışlarınız hızlı ve düzenli mi? Yoksa aksaklıklar, gecikmeler söz konusu olabiliyor mu?

Ofisinizin, masanızın, eşyalarınızın düzeni nasıl? Dağınık mıdır? Sık sık dağılır mı? Sık sık toplar mısınız ya da toplatır mısınız?

İnsan bazen çok fazla ve farklı işe dağılıp sürüncemede kalabiliyor, sizin bu konudaki durumunuz nedir? Biraz bahseder misiniz?

Görsellerin teker teker girişimciye gösterilmesi, her biriyle ilgili girişimciye sorulması..

Bu resimlere baktığınızda aklınızdan geçenler nelerdir? Sizce tembellik, yaratıcılık ve inovasyon arasında bir ilişki var mı, nasıl bir ilişki var?

Çevrenizdeki insanların tembellik ve çalışkanlık hakkında sizinle ilgili görüşleri nelerdir? Bu konularda geri bildirim alıyor musunuz?

Çevrenizdeki insanların yaratıcılık ve yenilikçilik hakkında sizinle ilgili görüşleri nelerdir? Bu konularda geri bildirim alıyor musunuz?

Kendinizi yaratıcı bir girişimci olarak görüyor musunuz?

2. Kısım: Yaratıcılık ve İnovasyon

a) Fikir üretme

İşletmenizde ya da sizin fikir üretme süreciniz nasıl işliyor ve ne kadar sürüyor? Bir yıl süresince ortalama kaç adet yeni fikir üretiliyor?

Fikir üretme aşamasında, bilgi birikiminizden faydalanma düzeyiniz nedir? Ya da beyin fırtınası, yaratıcı drama gibi farklı teknikler kullanıyor musunuz?

Fikir üretme sürecinde çevrenizdeki unsurlar ile (rakipler, müşteriler, tedarikçiler, araştırma kurumları) işbirliği yapıyor musunuz? Biraz anlatır mısınız?

İdari sistemi ve firma aklını firmanın çevre koşullarına uygun olarak yenilemek amacıyla yürüttüğünüz faaliyetler var mıdır? Nelerdir? Biraz anlatabilir misiniz?

b) Tasarım

Görünüm, ambalaj, şekil ve hacim gibi değişikliklerle temel teknik ve işlevsel özelliklerini değiştirmeden mevcut ve / veya yeni ürünlerin tasarımını yenilemek amacıyla yürüttüğünüz faaliyetler var mıdır? Nelerdir? Biraz anlatabilir misiniz?

Deneme sürümü ve tam sürüm aşamalarıyla ilgili karşılaşılan sorunlar, süre, bütçe, işbirlikleri, kalite standartları, müşteri beklentileriyle alakalı neler söylemek istersiniz?

c) Uygulama aşaması

Üretilen fikirlerin ortalama kaç tanesi uygulama aşamasına geçebiliyor? Rakiplerden önce pazara yeni ürün ve hizmetler sunma becerinizi nasıl değerlendirirsiniz?

Sınai mülkiyet hakları açısından, patent, faydalı model, vb. sahibi misiniz ya da başvurunuz var mı?

İşletmenizin pazarında/sektöründe gerçekleştirdiği bir ilk var mıdır ya da öncülük etmiş midir?

Bu öncülük, mevcut ürünlerin geliştirilmesi-iyileştirilmesi mi? Mevcut ürünlere yeni özellik, işlevler eklenmesi mi? Yoksa tamamen yeni ürünlerin ortaya çıkarılması mı?

Piyasa aşamasına geçen inovatif ürün/hizmetlerinizle ilgili süreci biraz anlatabilir misiniz (fikir, tasarım, deneme sürümü, tam sürüm, satış, vb.)?

Piyasa aşamasına geçen inovatif ürün/hizmetlerinizi, uygunluk kalitesi, üretim maliyeti, üretim (hacim) esnekliği, üretim ve teslim hızı kriterleri açısından değerlendiriniz.

d) Finansal performans

Yeni ürünlerinizin toplam satış miktarınız, müşteri memnuniyeti, toplam cironuz, toplam kârınız üzerindeki etkisi nedir, ne düzeydedir? (mevcut ürün portföyünde yeni ürün yüzdesi, yeni ürün ve hizmet projelerinin sayısı, vs.)

Mevcut ürünlerin bileşenleri ve malzemelerindeki üretim maliyetinin düşürülmesine yönelik inovatif faaliyetleriniz var mı? Nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

Üretim ve teslimat ile ilgili süreçlerde katma değer yaratmayan faaliyetlerin belirlenmesi ve ortadan kaldırılması hususunda inovatif çalışmalarınız var mı? Nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

Üretim ve teslimat ile ilgili lojistik süreçlerinde değişken maliyetlerin azaltılması ve/veya sevkiyat hızının arttırılmasına yönelik inovatif çalışmalarınız var mı? Nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

Üretim ve teslimat ile ilgili süreçlerde, tekniklerde, makinelerde ve yazılımlarda, çıktı kalitesinin artırılmasına yönelik inovatif çalışmalarınız var mı? Nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

e) Pazarlama

Dağıtım kanallarını, ürün tanıtım, fiyatlandırma tekniklerini ve/veya genel pazarlama yönetimi faaliyetlerini yenilemeye dönük faaliyetleriniz var mı? Varsa nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

f) Yönetmel inovasyon

Firma faaliyetlerini yenilikçi bir tarzda yürütmek için kullanılan usul ve süreçleri yenilemek amacıyla yürüttüğünüz faaliyetler var mıdır? Nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

Tedarik zinciri, üretim-kalite-insan kaynakları yönetim sistemlerini ve şirket içi yönetim bilgi sistemini ve bilgi paylaşımı uygulamasını yenilemek amacıyla yürüttüğünüz faaliyetler var mıdır? Nelerdir?

Ekip çalışmasını ve/veya proje türü organizasyonunu kolaylaştırmak için organizasyon yapısını yenilemeye ilişkin yürüttüğünüz faaliyetler var mıdır? Nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

Pazarlama ve üretim gibi farklı işlevler arasında ve/veya stratejik ortaklıklar ve uzun vadeli işbirliğini kolaylaştırmak için organizasyon yapısını yenilemek amacıyla yürüttüğünüz faaliyetler var mıdır? Nelerdir? Biraz anlatır mısınız?

EK 5: MÜLAKATTA KULLANILAN GÖRSELLER





Ağacın altında dinlenirken başına düşen elma sonucu yerçekimini keşfeden Newton



Banyo keyfi yaparken tesadüf eseri suyun kaldırma kuvvetini keşfeden Arşimed



Tembel adam yaratıcı olur.

(Reklam sloganı)

Sony Ericsson T640 &
Ericsson Chatboard





**Zor işleri yapmak
için her zaman
tembel kişileri
seçerim.
Çünkü onlar işi
yapmanın kolay bir
yolunu bulurlar.**

Bill Gates



"Ben bazı derslerin sınavlarını geçemedim,
ama arkadaşım hepsini geçti..
O şimdi Microsoft'da başarılı bir mühendis,
ben ise Microsoft'un sahibiyim."

- Bill Gates



**Yaratıcılık, sadece nesneleri
birbirine bağlamaktır.
Yaratıcı yeteneklere sahip
insanlara bir şeyi nasıl
yaptıklarını sorduğunuzda,
bu konuda biraz suçlu
hissediyorlar, çünkü
aslında onlar bir şey
yapmadılar, sadece bir
şeyler gördüler.**

Steve Jobs



**"İyi bir mühendis olmak
istiyorsanız, sınavlara çalışmaya
daima geç başlayın; bu size
zaman yönetimini ve acil
durumlarla başa çıkmayı
öğretir."**

Bill Gates

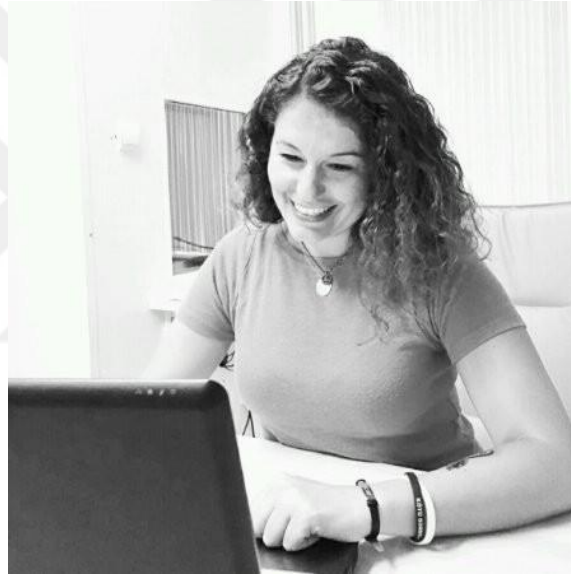
EK 6: ARAŞTIRMAYA DESTEK VEREN FİRMA VE GİRİŞİMCİLER

Ayşegül Arslan
Girişimci
Kurucu
Yönetici
TN FARMA
Sağlık Ürünleri
İmalat, Ticaret,
İhracat



TN FARMA
DLA DERM
LION AGE Serisi

Şampuan,
Serum, Losyon,
Vitamin
Takviyesi
(formüller,
reçeteler)



TN FARMA
KUKYA
EL
DEZENFEKTAN
JELİ
DLA DERM
Travel Bag
sunumu



TN FARMA

KUKYA KİTABI

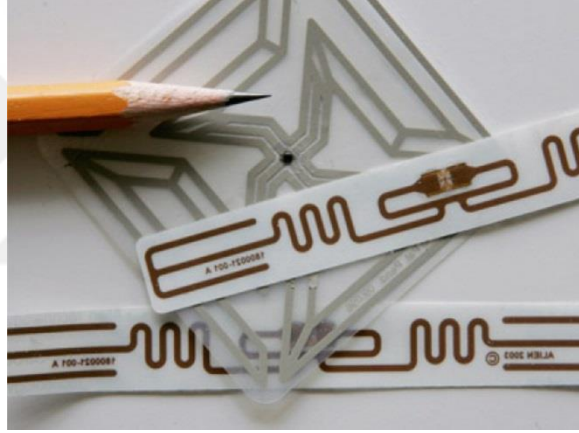
**DEĞERLİSİN,
YAPABİLİRSİN
YALNIZ
DEĞİLSİN
KİTABI**



Cüneyt Balkanlı

**TECHNOROB
YAZILIM
BİLİŞİM
SİSTEMLERİ**

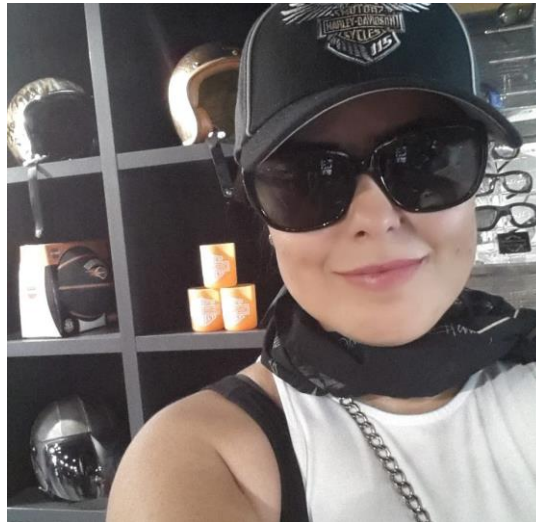
RFID



**BETÜL AL
Girişimci
Kurucu
Yönetici**

TEKNOLOJİSTİK

BETTY CAFE



Feray Canbay

**Girişimci
Yenilikçi**

GETO

Gençlik Tokası



**Tuğba
Erdoğan
Girişimci
Yenilikçi**

AYCAT

**Yıkabilir Kedi
Tuvaleti**



**Mahmut
Yeşil
Girişimci
Yenilikçi
NEW
INNOVATIONS
Çamaşır
Korumalı
Askılık**



**Aycan Kara
Yönetim Kurulu
Başkanı**

**ENERJİ PLUS
MEKANİK**

**Enerji
Verimliliği
Otomasyon
Sistemleri**



Çağdaş Mut
Girişimci
Yenilikçi
Yazılım,
Mühendislik
Ölçüm,
Güvenlik, Kalite
ve Otomasyon
Sistemleri



Oktay Ulusan
Girişimci
BALIK BEYİNLİ
Deniz ve Kara
Av Malzemeleri

Fosforlu
Mantar,
Paslanmayan
Makine
Yüksüğü



Ayberk Akgün
Girişimci
Dijital Ajans

AA REKLAM
AJANSI
Campaign
Manager

LOVEKİNI
BEACHWARE
Consulting
Partner



LOVEKİNI
BEACHWEAR



AA Reklam Ajansı

Gülay Aydın
Girişimci
Yenilikçi

Aydınlar
Endüstri Sanayi
Ticaret Ltd. Şti.

PipetPress
Baskılı Pipet



Gülin Sungurtaş
Marka ve
Patent Uzmanı

Adam Gibi Bi
Proje

Dahi Patent



Kaan Akdağ
Girişimci
Yenilikçi
Sosyal Medya
Uzmanı

Teeckle
Uygulaması

Girişimcilik
Vakfı Proje
Sorumlusu



Zeynep Gürbüz
Girişimci
Kurum Müdürü

WebHome
İnternet
Reklam Bilgi
Teknolojileri



Özel Bakırköy
Sanat Kursu

Foto Life
Akademi



Sonay Demirci
Girişimci
Tasarımcı
Yenilikçi
Sonay'ın
Atölyesi

Bambu, Deri,
Metal Ev ve Ofis
Aksesuarları



Ferhat Kopuz
Girişimci
Yenilikçi
İmalatçı

Kopuz Makine
Gıda İşleme
Makineleri ve
Ekipmanları



Özgür Taş
Yazılımcı
Reklamcı

ARTIREX
Hizmet Ajansı
Yazılım
Reklamcılık
Ltd. Şti



#568594828



İlayda Özenses
Oyuncu,
Sunucu,
Ses Sanatçısı

Açı Koleji
Kurumsal
İletişim
Sorumlusu
Yönetici
Asistanı



Sezgi Beşli
Tasarım
Uzmanı
İki (2)
Shoes &
Leather Wear
Girişimci
DoRock XL
Boutique Shop
Creative
Director



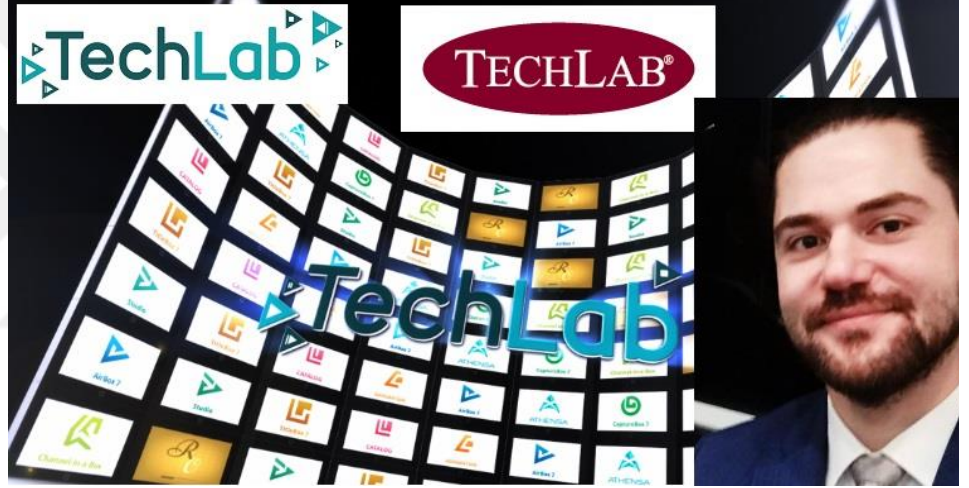
Özge Özvatan
Girişimci
Kurucu
Yönetici

**Digital
Information
World
Web
Teknolojileri**



Ömer Sever
Girişimci
Kurucu
Yönetici

**TechLab
Yazılım
Otomasyon**



Zuhal Üney
Girişimci
Kurucu
Yönetici

**ZNC Etiket ve
Kağıtçılık
Sanayi**

**NEHİR ilaç ve
Medikal**



**Mustafa
Başaran**

**Girişimci
Kurucu
Yönetici
Fotoğraf
Sanatçısı**



**Tolga Ünal
Girişimci
Kurucu
Yönetici**

**PUYA Tüketim
Gıda ve İçecek
Sanayi**

**WATER-UP
Vitaminli Su**



**Ezgi Tekin
Ressam
Heykeltıraş
Tasarımcı**

**COPAC ART
DESİGN
Kurucu
Yönetici**



EK 7: MÜLAKATA KATILAN GİRİŞİMCİLERİN İMZALADIĞI

MUVAFAKATNAME

MUVAFAKATNAMEMDİR

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı altında “Girişimcilikte, Tembellik ve Sosyal Sermayenin, Yaratıcılık ve İnovasyon Üzerindeki Etkileri” isimli doktora tez çalışmasını yürüten Barış Safran’ın araştırması kapsamında gerçekleştirdiği mülakatlara ait;

- video ve ses kayıtları, fotoğraf ve diğer dokümanların,
- isminin, işyeri ve mesleki bilgilerimin, ürünlerime ve ticari faaliyetlerime ilişkin belge, fotoğraf, video görüntüsü, ses kaydı ve diğer bilgilerin

her türlü yazılı, basılı, görsel mecra ve medyada kullanılmasına, işlenmesine, yayımlanmasına, çoğaltılmasına, temsilime, umuma iletimine ve dağıtımına süresiz olarak muvafakat etmekteyim.

Bu kapsamda;

- yukarıda bahsi geçen konularla ilgili bilgi ve belgelerin kullanılmasına kendi hür iradem ve rızamla muvafakat ettiğimi,
- bunların kullanımı sebebiyle Barış Safran’dan; İstanbul Kültür Üniversitesi ve Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi aldığım İş Geliştirme Endüstriyel ve Sektörel İlişkiler Birimi yetkililerinden ve çalışanlarından hiçbir nam ve sıfat altında hak talebinde bulunmayacağımı,
- bu hususun özel hayatın gizliliğine, 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Kullanılmasına İlişkin Kanuna ve sair diğer kanunlara aykırılık teşkil etmediğini,
- bu konuda tarafıma bilgilendirmenin yapıldığını,
- ismimin, video, ses kaydı ve fotoğraflarımın kullanılmasından ve işimle ilgili bilgi paylaşımında bulunulmasından dolayı şimdi veya ileride TC İstanbul Kültür Üniversitesi yetkilileri ve çalışanları aleyhine şikayette ve hiçbir nam altında talepte bulunmayacağımı,

gayrıkabilirücu kabul, beyan ve taahhüt ederim.

MUVAFAKAT EDEN

ADI-SOYADI

TARİH-İMZA

KAYNAKÇA

A. KİTAPLAR

Açıkgöz, Atıf, **Bilgi-Teknoloji ve Yenilik Üretim Stratejisi: (Ulusal Yenilik Sistemleri)**, İstanbul: Literatür Yayınları, 2012

Adıgüzel, Ömer, **Eğitimde Yaratıcı Drama**, Ankara: Naturel Yayıncılık, 2010

Adler, Paul S. ve Seok-Woo Kwon, “Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly”, **Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications**, Eric L. Lesser (Ed.), Boston: Butterworth-Heinemann, 2000, pp.89-115

Akarsu, Gülsüm, “Türkiye’de Elektrik Sektöründeki Yeniden Yapılanmanın Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırmalı ve Çok Düzeyli Perspektif ile Analizi”, **Yerelden Globale Stratejik Araştırmalar III**, Silviu Stanciu, Ali Rıza Gökbunar ve Turan Gündüz (der.), Londra: IJOPEC Publication, 2018, ss.159-175

Akat, İlter, Gönül Budak ve Gülay Budak, **İşletme Yönetimi**, 4. Baskı, İzmir: Barış Yayınları, 2002

Aktaş, Hasan Hüseyin ve Osman Tekir, **Demokrasinin Gelişmesi ve Sürdürülebilirlikte Sosyal Sermaye**, 2.Baskı, Ankara: Kadim Yayınları, 2013

Aldrich, Howard E. ve Catherine Zimmer, “Entrepreneurship Through Social Networks”, **The Art and Science of Entrepreneurship**, Donald L. Sexton ve Raymond W. Smilor (eds.), Cambridge: Ballinger Publishing Company, 1986, pp.3-23

Alecchi, Beatrice E. Avolio ve Mirjana Radovi-Markovi, **Women and Entrepreneurship: Female Durability, Persistence and Intuition at Work**, England: Routledge Publishing, 2016

Åm, Magnar, “Creativity and Resistance”, **Innovation, Creativity and Culture**, W. Coudenys ve J. Kenyon (eds.), Loughborough University Institutional Repository, 2009, ss.309-312

Amabile, Teresa M. ve Colin M. Fisher, “Stimulate Creativity By Fueling Passion”, **Handbook of Principles of Organizational Behavior**, 2.Baskı, Edwin A. Locke (ed.), West Sussex: John Wiley & Sons, 2009, ss.481-497

Amabile, Teresa M., **Creativity in Context**, Boulder, CO: Westview Press. 1996

Amabile, Teresa M., **The Social Psychology of Creativity**, New York: Springer-Verlag, 1983

Andersson, David Emanuel, Ake E. Anderson ve Charlotta Mellander, **Handbook of Creative Cities**, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Ltd., 2011

Andersson, Sven, **Product Innovation Processes: Conceptual and Methodological Considerations**, Sweden: Luleå University of Technology, 2007

Andreasen, Nancy C., **Yaratıcı Beyin: Dehanın Nörobilimi**, Kıvanç Güney (çev.), Arkadaş Yayınevi, Ankara, 2009

Andrews-Hanna, Jessica R., Jonathan Smallwood ve R. Nathan Spreng, “The Default Network And Self-Generated Thought: Component Processes, Dynamic Control, And Clinical Relevance”, **Annals of the New York Academy of Sciences: The Year in Cognitive Neuroscience**, Vol.1124, No.1, March 2008, ss.1-24

Argun, Yasemin, **Okul Öncesi Dönemde Yaratıcılık ve Eğitimi**. Ankara: Anı Yayıncılık, 2004

Ataman, Ayşegül, “Eğitim Sürecinde Yaratıcılık”, **Yaratıcılık ve Eğitim**, Ayşegül Ataman (ed.), Ankara: Türk Eğitim Derneği Yayınları, 1993

Ateş, M. Rauf, **İnovasyon Hayat Kurtarır**, Doğan Kitap, İstanbul, 2008

Atik, Hayriye, **Beşerî Sermaye, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme**, Bursa: Ekin Kitabevi, 2006

Aydemir, Şenay, **Organik Bozukluk: 21.Yüzyılda Tembellik Hakkı**: Kırkmerak, İstanbul: Can, 2016

Aydın, Metin, “Jeremy Bentham’ın Ahlak Anlayışı ve Felicific Calculus”, **II. Türkiye Lisansüstü Çalışmaları Kongresi- Bildiriler Kitabı III**, Bursa: Bursa Kültür AŞ, 6-8 Mayıs 2013, ss.601-615

Bacanlı, Hasan, “Aynı Mahalleden Olmak”, **Gazi Üniversitesi Türkiye’de Değişim Sempozyumu**, Ankara, 6-9 Aralık 2010, ss.51-56

Barcenas, Karina Loera, **The Creative Entrepreneur Leading Innovation**, Buffalo States: International Center for Studies in Creativity, 2016

Bargh, John A., ve Tanya L. Chartrand, “Studying the Mind in the Middle: A Practical Guide to Priming and Automaticity Research”, **Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology**, Harry T. Reis ve Charles M. Judd (eds.), New York: Cambridge University Press, 2000, pp.253-285

Barney, Jay B. ve William S. Hesterly, **Strategic Management And Competitive Advantage Concepts**, 4th Edition, New Jersey: Prentice Hall, 2011

Barry, Ann Marie, **The Advertising Portfolio**, Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 1990

Basalla, George, **Teknolojinin Evrimi**, Cem Soydemir (çev.), 9.Baskı, Ankara: TÜBİTAK, 2000

Baş, İsmail Melih, “Teknokapitalizme Karşı Ekotoplumculuk”, **Bilim, Bilim Politikası ve Üniversiteler**, Emine Akalın, Hakan Aydoğdu ve Reşat Saraoğlu (Ed), Ankara: Bağlam Yayıncılık, 1997, ss.195-208

Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA), **Batı Karadeniz (Zonguldak, Karabük, Bartın) 2015-2025 Bölgesel İnovasyon Stratejisi ve Eylem Planı**, BAKKA: İNOMER, 2014

Becker, Garry S. **Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis**, with Special Reference to Education. 3.Edition. Chicago: The University of Chicago Press, 1993

Becker, Gary S., **The Economic Approach to Human Behavior**, Chicago: University of Chicago Press, 1976

Bell, Bruce, **The Lazy Manager**, Bloomington, Indiana: i-Universe, 30 October 2008

Benjamin, Gerald A. ve Joel B. Margulis, **Angel Capital: How to Raise Early-Stage Private Equity Financing**, New Jersey: Wiley, 2005

Benjamin, Gerald A. ve Joel B. Margulis, **Angel Financing: How to Find and Invest Private Equity**, New York: John Wiley & Sons, 1999

Bentley, Trevor, **Takımınızın Yeteneklerini Geliştirmede Yaratıcılık**, Onur Yıldırım (çev.), İstanbul: Hayat Yayınları, 1999

Bicchieri, Cristina, Norms, Conventions, and the Power of Expectations, **Philosophy of Social Science**, Nancy Cartwright and Eleonora Montuschi (Eds.), Oxford: Oxford University Press, 2014, pp.208-229

Boase, Jeffrey, John B. Horrigan, Barry Wellman ve Lee Rainie, **The Strength of Internet Ties**, Washington DC: Pew Internet & American Life Project, 2001

Boellstorff, Tom, **Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human**, New Jersey: Princeton University Press, 2015

Bono, Edward De, **Altı Şapkalı Düşünme Tekniği**, Ercan Tuzcular (çev.), İstanbul: Remzi Kitabevi, 1997

Bono, Edward De, **Serious Creativity: Using the Power of Lateral Thinking to Create New Ideas**, London: Harper Collins, 1993

Borgatti, Stephen P., Martin G. Everett ve Jeffrey J. Johnson, **Analyzing Social Networks**, California: Sage, 2013

Borgatti, Stephen P., Martin G. Everett ve Linton C. Freeman, **UCINET for Windows: Software for Social Network Analysis**, Harvard, MA: Analytic Technologies, 2002

Bourdieu, Pierre, “Sermaye Biçimleri”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, s.45-75

Bourdieu, Pierre, “The Forms of Capital”, **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**, John G. Richardson (ed.), New York: Greenwood Press, 1986, pp.241-258

Bourdieu, Pierre, **Devlet Üzerine: College de France Dersleri (1989-1992)**, Aslı Sümer (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2015

Bozkurt, Özlem Çetinkaya, **Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi**, Ankara: Detay, 2011

Börü, Deniz, **Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayını, 2006

Brown, John Seely ve Paul Duguid, **Enformasyonun Sosyal Yaşamı**, İbrahim Bingöl (çev.), İstanbul: Henkel, 2001

Buckner, Randy L., Jessica R. Andrews-Hanna ve Daniel L. Schacter, “The Brain's Default Network: Anatomy, Function, and Relevance to Disease”, **Annals of the New York Academy of Sciences: The Year in Cognitive Neuroscience**, Vol.1124, No.1, March 2008, ss.1-38

Budak, Gönül, **Yenilikçi Yönetim-Yaratıcı Birey**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 1998

Bukowitz, Wendi R. ve Ruth L. Williams, **The Knowledge Management Fieldbook**, London: Financial Times/ Prentice Hall, 1999

Burkus, David, **Yaratıcılık Mitleri**, Gamze Sart (çev.), Ankara: Nobel, 2015

Burt, Ronald S., **Structural Holes: The Social Structure of Competition**, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1992

Burt, Ronald, “The Social Structure of Competition”, **Networks and Organizations: Structure, Form and Action**, Nohria Nitin ve Eccles Robert G. (Eds.), Boston: Harvard Business School Press, 1992, pp.57-91

CADA, **TR 72’de Girişimcilik Profilinin Analizi**, ORAN: Central Anatolia Development Agency, 2017

Cantillon, Richard, **An Essay on Economic Theory**, Chantal Saucier (Çev.), Mark Thornton (Ed.), Alabama: Ludwig von Mises Institute, 2010

Carroll, Thomas F., **Social Capital, Local Capacity Building, and Poverty Reduction**, Manila, Philippines: Asian Development Bank, 2001

Cass, Joan E. **Significance of Children's Play**, London: David & Charles, 1977

Casson, Mark, **The Entrepreneur: An Economic Theory**, Second Edition, Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2003

Castells, Manuel, **Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür** (Cilt 1), Ebru Kılıç (çev.), İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2005

Chesbrough, Henry William, **Open Business Models**, Boston: Harvard Business School Press, 2006

Chesbrough, Henry William, **Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology**, Boston: Harvard Business School Press, 2003

Chesbrough, Henry William, Wim Vanhaverbeke ve Joel West, **Open Innovation: Researching a New Paradigm**, London: Oxford University Press, 2006

Chetty, Sylvie ve Henrik Agndal, “Social Capital and Its Influence on Changes in Internationalization Mode among Small and Medium – Sized Enterprises”, **Journal of International Marketing**, Vol.15, No.1, 2007, pp.1-29

Christensen, Clayton M. ve Michael E. Raynor, **The Innovator's Solution**, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2003

Christensen, Clayton M. **Yenilikçinin İkilemi**, Korkmaz Haktanır (çev.), İstanbul: Koridor, 2018

Cohen, Don ve Laurence Prusak, **Kavrayamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayesi**, Ahmet Kardam (çev.), İstanbul: MESS Yayınları, 2001

Coleman, Beth, **Hello Avatar! Dijital Neslin Yükselişi**, Emrah Bilge (çev.), İstanbul: MediaCat, 2012

Coleman, James S., “Beşerî Sermayenin Yaratımında Sosyal Sermaye”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, ss.77-119

Coleman, James S., “Social Capital in the Creation of Human Capital”, **American Journal of Sociology**, Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure, The University of Chicago Press, 1988, pp.95-120

Coleman, James S., **Foundations of Social Theory**, Cambridge, Massachusetts: Belnap Press, 1994

Collier, Paul, “Social Capital and Poverty: A Microeconomic Perspective”, **The Role Of Social Capital in Development: An Empirical Assessment**, Christiaan Grootaert ve Thierry Van Bastelaer (eds.), Cambridge: Cambridge University Press, 2002, pp.19-42

Collier, Paul, “Social Capital and Poverty”, **Social Capital Initiative Working Paper No. 4**, Washington DC: The World Bank Social Development Family Environmentally and Socially Sustainable Development Network, December 1998

Couger, J. Daniel, Lexis F. Higgins ve Scott C. McIntyre, “Differentiating Creativity, Innovation, Entrepreneurship, Intrapreneurship, Copyright and Patenting for I.S. Products/Processes”, **System Sciences, Proceedings of the Twenty-Third Annual Hawaii International Conference**, Vol.4, 1990, pp.370-379

Coulter, Mary, **Entrepreneurship In Action**, New York: Pearson Education, 2000

Covey, Stephen M. R. ve Rebecca R. Merrill, **Güven: Her Şeyi Değiştiren Tek Şey**, Çulpan Erhan (çev.), 7.Baskı, İstanbul: Varlık Yayınları, 2014

Csikszentmihalyi, Mihaly, “A Systems Perspective on Creativity”, **Handbook of Creativity**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.313-330

Csikszentmihalyi, Mihaly, Creativity: **Flow and the Psychology of Discovery and Invention**. New York: Harper Perennial, 2002

Cuervo, Álvaro, Domingo Ribeiro ve Salvador Roig, “Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction”, **Entrepreneurship**, Álvaro Cuervo Domingo Ribeiro Salvador Roig (Eds.), New York: Springer, 2007, pp.1-22

Çetin, Canan, **Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi**, İstanbul: Der Yayınları, 1996

Çetindamar, Dilek, **Türkiye’de Girişimcilik**, İstanbul: TÜSİAD- Lebib Yalkın Yayınları, 2002

- Dacey, John S., **Fundamentals of Creative Thinking**, New York: Jossey-Bass Inc, 1988
- Dam, M. Metin, **Ar-Ge İnovasyon ve Ekonomik Büyüme**, Bursa: Ekin Kitabevi, 2017
- Danziger, Kurt, **Marking the Mind: A History Of Memory**, Cambridge: Cambridge University Press, 2008
- Dawson, Patrick M. ve Constantine Andropoulos, **Managing Change, Creativity and Innovation**, California: SAGE Publication, 2009
- DeFlippis, James, “The Myth of Social Capital in Community Development”, **Housing Policy Debate**, Vol.12, No.4, 2001, pp.781-806
- Demirel, Erkan T. ve Nihat Akbıyık, “Girişimcilik Kavramı ve Ortaya Çıkışı”, **Girişimcilik ve Küçük İşletmeler**, Mehmet Tikici ve Ali Aksoy (der.), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2009, ss.5-68
- Denizalp, Hülya, **Toplumsal Dönüşüm için Sosyal Girişimcilik Rehberi**, 2.Baskı, Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Vakfı Yayını, 2009, s.12
- Dhillon, Paramjeet Kaur, **Women Entrepreneurs: Problems and Prospects**, Maharashtra, IN: Blaze Publishers & Distributors, 1998
- Dilsiz, İrfan ve Nihat Kölük, **Girişimcilik**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2005
- Doloreux, David ve Saeed Parto, **Regional Innovation Systems: A Critical Synthesis**, UNU-INTECH Discussion Paper Series 17, United Nations University – INTECH, 2004
- Douthwaite, Boru, **Enabling Innovation**, NY, USA: Zed Books Ltd, 2002
- Döm, Serpil, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2006
- Dönmez, Necate Baykoç, **Oyun Kitabı**, İstanbul: Esin Yayınevi, 1992
- Drucker, **Büyük Değişimler Çağında Yönetim**, 3. Baskı, Zülfü Dicleli (çev.), İstanbul: Optimist, 2013
- Drucker, Peter F. **İnovasyon ve Girişimcilik: Uygulama ve İlkeler**, İstanbul: Optimist Yayınları, 2003
- Dulupçu, Murat Ali, Onur Sungur, Hidayet Keskin, Aykut Sezgin ve Onur Demirel, “Bölgesel Kalkınmada Yeni Bir Kavram Olarak Bilgi Dinamiklerinin Rolü”, Ankara Üniversitesi **6. Ulusal Coğrafya Sempozyumu**, 3-5 Kasım 2010, Ankara, ss.203-212
- Durkheim, Emile, **Rules of Sociological Method**, New York: Simon & Schuster, 1982
- Durna, Ufuk, **Yenilik Yönetimi**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2002
- Durston, John, **Building Social Capital in Rural Communities**, Chicago: LASA, 1998
- Egbert, Henrik, **Netzwerke als unternehmerische Ressourcen und Restriktionen: Unternehmer in der tansanischen Stadt Tanga (Akademische Abhandlungen zu den Wirtschaftswissenschaften)**, Taschenbuch, Berlin: Verlag für Wissenschaft und Forschung, 2001

Elçi, Şirin, **İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı**, İstanbul: Acar Matbaacılık, 7.Baskı, 2006

Erdem, Ferda, “Örgütsel Yaşamda Güven”, **Sosyal Bilimlerde Güven**, Ferda Erdem (ed.), Ankara: Vadi Yayınları, 2003, ss.153-182

Eren, Erol ve Ata Özdemirci, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, 10. Baskı, İstanbul: Beta, 2018

Eren, Zeynep ve Erkan Kıral, “Sosyal Ağ Analizi ve Eğitim Araştırmalarında Kullanımı”, **Eğitimden Kareler**, Emine Babaoğlu Çelik, Erkan Kıral ve Adem Çilek (eds.) Ankara: EYUDER Yayınları, 2018, ss.308-353

Ergen, Mustafa, **Girişimci Kapital Silikon Vadisi Tarihi ve Startup Ekonomisi**, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2014

Erkan, Hüsnü, **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, 3.Baskı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 1997

Ernst, Dieter ve Bengt-Ake Lundvall, “Information Technology in the Learning Economy: Challenges for Developing Countries”, **Globalization, Economic Development and Inequality**, Erik S. Reinert (ed.), Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2004, pp.258-287

Ersen, Tevfik Başak, Derya Kaya ve Zeynep Meydanoğlu, **Sosyal Girişimler ve Türkiye: İhtiyaç Analizi Raporu**, İstanbul: TÜSEV Yayınları, Aralık 2010

Es, Harold Van ve Joshua Woodard, “Innovation in Agriculture and Food Systems in the Digital Age”, **The Global Innovation Index 2017**, Geneva: WIPO, 2018, pp.97-104

Esser, Hartmut, “The Two Meanings Of Social Capital”, **The Handbook of Social Capital**, Dario Castiglione, Jan W. van Deth, Guglielmo Wolleb (Eds.), Oxford: Oxford University Press, 2008, pp.22-49

European Commission, **Green Paper on Innovation**, EC: Brussels, 1995

Evans, James R., **Creative Thinking in the Decision and Management Sciences**, Cincinnati Ohio: South-Western Publishing, 1991

Eysenck, Hans J. “The Measurement of Creativity”, **Dimensions of Creativity**, Margaret Boden (Ed.), Cambridge: A Bradford Book, 1996, pp.199-242

Feist, Gregory J. “Autonomy and Independence”. M. A. Runco ve S. R. Pritzker (Eds.), **Encyclopedia of Creativity**. San Diego, California: Academic Press. 1999, pp.157-163

Feldman, David Henry, “The Development of Creativity”, **Handbook of Creativity**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1998, pp.169-186

Feynman, Richard P. **The Feynman Lectures on Physics**, Vol. 3. USA: Addison-Wesley. 1965

Field, John, **Sosyal Sermaye**, Bahar Bilgen ve Bayram Şen (çev.), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2003

Fine, Ben, “Sosyal Sermaye”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, ss.307-328

Fine, Ben, **Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı (Bin Yılın Eşiğinde Ekonomi Politik ve Sosyal Bilimler)**, Ayşegül Kars (çev.), İstanbul: Yordam Kitap, 2008

Finke, Ronald A. Steven M. Smith ve Thomas B. Ward, **Creative Cognition Theory, Research, and Applications**, Cambridge: MIT Press, 1992

Flora, Cornelia Butler, Community Dynamics and Social Capital, **Agroecosystems Analysis** Vol.43, Rickerl Diane ve Charles Francis (Eds.), American Society of Agronomy, Inc. Crop Science Society of America, Inc. Soil Science Society of America, Inc., 2004, pp.93-107

Foster, Richard N. **Innovation: The Attacker's Advantage**, Philippines: Summit Books, 1986

Freeman, Chris ve Luc Soete, **The Economics of Industrial Innovation**, Cambridge, MA: The M.I.T. Press, 1997, pp.271-276

Freeman, Christopher ve Luc Soete, **The Economics of Industrial Innovation**, (3. Ed.), London: Pinter, 1997

Freeman, Christopher, Yeni Teknoloji ve Yetiştirme Sorunu, Aykut Göker (çev.), Ankara: Bilim, Teknoloji, İnovasyon Politikaları Tartışma Platformu, 2004

Freud, Sigmund, **Ego ve Id**, Selin Ceylan Gülsay (çev.), İstanbul: Oda Yayınları, 2019

Fromm, Erich, **On Being Human**, New York: Continuum, 1994

Fukuyama, Francis, **Büyük Çözülme, İnsanın Doğası ve Toplumsal Düzenin Yeniden Oluşumu**, Zeynep Avcı ve Aslı Telli Aydemir (çev.), İstanbul: Sabah Kitapları, 2000

Fukuyama, Francis, **Trust: The Social Virtues And The Creation Of Prosperity**, New York: Free Press, 1995

Fukuyama, Fransis, “Sosyal Sermaye ve Sivil Toplum”, **Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri**, Mehmet Murat Şahin ve Ahmet Zeki Ünal (der.), İstanbul: Değişim Yayınları, 2010, ss.143-170

Gancia, Gino ve Fabrizio Zilibotti, “Horizontal Innovation in the Theory of Growth and Development”, **Handbook of Economic Growth, Volume 1A**, Philippe Aghion and Steven N. Durlauf (Eds.), Amsterdam: North Holland Publishers, 2005, pp.111-170

Gander, Mary J. ve Harry W. Gardiner, **Çocuk ve Ergen Gelişimi**, Bekir Onur, Ali Dönmez ve H. Nermin Çelen (çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 1995

Garnham, Alan, **The Mind in Action: A Personal View of Cognitive Science**, London: Routledge, 1991

Gasse, Yvon, “The Development of New Entrepreneurs: A Belief-Based Approach”, **The Art and Science of Entrepreneurship**, Massachusetts: Bollinger Publishing Company, 1986

Gerni, G. Mine, **İlişkilerin Maddi Yönü Sosyal Sermaye ve Örgütsel Boyutu**, İstanbul: Beta BYD, 2013

Ginsborg, Paul, “Explaining Italy's Crisis”, **The New Italian Republic: From the Fall of the Berlin Wall to Berlusconi**, Stephen Gundle ve Simon Parker (Eds.), London: Routledge, 1996, pp.19-39

Ginsborg, Paul, “The Italian Economy: Constraints and Achievements”, **Italy and its Discontents 1980-2001: Family, Civil Society, State**, New York: Palgrave Macmillan, 2003, pp.1-29

Giovannini, Enrico, **Accounting for Progress: How to Measure Innovation and Entrepreneurship**, Brussels: ISTAT, Lisbon Council, 2012

Gök, Abdullah, **Frascat Kılavuzu Işığında Ar-Ge**, Bilim, Teknoloji ve Yenilikçilik Politikaları Daire Başkanlığı, Ankara: TÜBTAK, 2014

Görmez, Burak, **Finansal Sektörde Yıkıcı Yenilik**, Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Aracılık Faaliyetleri Dairesi, 2017

Grant, Robert M., **Contemporary Strategy Analysis**, (6. Ed.), Oxford: Blackwell, 2008

Greenacre, Philip, Robert Gross, Jamie Speirs, **Innovation Theory: A Review of the Literature**, ICEPT Working Paper, London: Imperial College Centre for Energy Policy and Technology, 2012

Guilford, Joy Paul, “Traits of Creativity”, **Creativity**, P.E. Vernon (Ed.), Harmondsworth: Penguin, 1976, pp.167-188

Guilford, Joy Paul, **Intelligence; Creativity and Their Educational Implications**. San Diego: Knapp, 1968, s.123

Guilford, Joy Paul, **Way beyond the IQ**. New York: The Creative Education Foundation, 1977

Gundy, Arthur B. Van, **Techniques of Structured Problem Solving**, New York: Van Nostran Reinhold, 1998

Güçlü, Nezahat, Ayşe Kazancı Tınmaz ve Eshabil Erdem Paksoy, “Meslek Lisesi Okul Yöneticilerinin Dağıtımçı Liderlik Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma”, **VI. Uluslararası Türkiye Eğitim Araştırmaları Kongre Kitabı**, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 2015, ss.108-123

Gündoğan, Arif Cem ve Melis Bitlis, **Dönüşen Dünyada Fırsatları Yakalamak: Sürdürülebilir Finans Görünümü**, İstanbul: Escarus, 2018

Güngör, Erol, **Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik**, İstanbul: Ötüken Neşriyat, 2003

Gürdal, Ayla, **Fen Eğitimi İlkeler, Stratejiler ve Yöntemler**, İstanbul: Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Yayını, 2001

Gürgen, Haluk, **Reklamcılık ve Metin Yazarlığı**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 1990

Güriz, Adnan, **Faydacı Teoriye Göre Ahlâk ve Hukuk**, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları No 184, Ankara: Ajans Türk Matbaası, 1963

Hamel, Gary ve C.K. Prahalad, **Geleceği Kazanmak**, Zülfü Dicleli (çev.), İstanbul: İnkılap Kitabevi, 1996

Harvard Business Review, **İnovasyon**, Melis İnan (çev.), İstanbul: Optimist, 2014

Heath, Tom, “Creativity in Architecture”, **Companion to Contemporary Architectural Thought**, Ben Farmer, Hentie J. Louw, Adrian Napper (Eds.), New York: Routledge, 1993, pp.289-293

Hegarty, John, **Yaratıcılık (Kuralları Boşverin)**, Pelin Özkan (çev.), İstanbul: Mediacat Yayıncılık, 2015

Heredero, Carmen De Pablos, Jose Luis Montes Botella, Ignacio Soret Los Santos, “Open Innovation Practises Applied to Efficient Replenishment”, **Improving Organizational Effectiveness with Enterprise Information Systems**, João Varajão, João Eduardo (Eds.), Hershey, PA: IGI Global, 2015, pp.89-96

Herzog, Philipp, **Open and Closed Innovation**, New York: Springer, 2008

Hippel, Eric von, **The Sources of Innovation**, New York: Oxford University Press, 1998

Hisrich, Robert D. ve Michael P. Peters, **Entrepreneurship**, New York: McGraw-Hill/Irwin, 2002

Hisrich, Robert, Michael Peters ve Dean Shepherd, **Entrepreneurship**, 10th Edition, New York: McGraw-Hill Education, 2016

Hofstede, Geert, **Culture and Organizations**. London: Harpercollins, 1994

Hougaard, Soren, **The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship**, Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2005

Illich, Ivan, **Şenlikli Toplum**, Ahmet Kot (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1988

Izquierdo, Edgar ve Dirk Deschoolmeester, “What Entrepreneurial Competencies Should Be Emphasized in Entrepreneurship and Innovation Education at the Undergraduate Level? (Chapter 13)”, **Handbook of Research in Entrepreneurship Education**, Volume 3: International Perspectives, Edited by Alain Fayolle, 2010, pp.194-208; DOI: <https://doi.org/10.4337/9781849806688>

İpçioğlu, İsa, “Turizm Sektöründe Girişimciliğin Rolü ve Önemi”, **Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar**, Melih Bulu ve İ. Hakkı Eraslan (Eds.), İstanbul, Kazancı Hukuk Yayınevi, 2007, ss.841-857

İraz, Rıfat, **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler**, Konya: Çizgi Kitabevi, 2005

İşeri, Müge, **Risk Sermayesi ve Türkiye'deki Geleceği**, İstanbul: Türkmen, 2001

Jacobs, Jane, **The Death and Life of Great American Cities**, Reissue Edition, New York: Vintage, 1992

Johansson, Frans, **Yaratıcılık ve İnovasyon: Medici Etkisi Yaratmak**, Zeynep Yaman (çev.), İstanbul: Mediacat, 2007

Johnson, James E., James F. Christie, Thomas D. Yawkey, **Play and Early Childhood Development**, London: Allyn & Bacon, 1999

Jung, Carl Gustav, **Analitik Psikoloji**, Ender Gürol (çev.), İstanbul: Payel Yayınevi, 1997

Kamien Morton I. ve Nancy L. Schwartz, **Market Structure and Innovation**, Cambridge, Cambridge University Press, 1982

Kariv, Dafna, **Entrepreneurship An International Introduction**. Abingdon: Routledge, 2011, pp.275-286

Kaufman, James C. ve Robert J. Sternberg, **The Cambridge Handbook of Creativity**, Cambridge: Cambridge University Press, 2010

Kaygın, Erdoğan ve Bülent Güven, “Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler”, **Girişimcilik**, Erdoğan Kaygın ve Bülent Güven (der.), Siyahinci Akademi, İstanbul, 2015, ss.35-47

Kelly, George A. **The Psychology of Personal Constructs**, London: Routledge, 1991

Kermally, Sultan, **Gurus On People Management**, London: Thorogood Publishing, 2004

Kırım, Arman, **Farklılaşmanın En Etkin Yolu: Deneyim İnovasyonu**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2007

Kırım, Arman, **Karlı Büyümenin Reçetesi: İnovasyon**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2007

Kırım, Arman, **Mor İnek Nasıl Büyüsün?**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2005

Kırım, Arman, **Sıra Dışı Bir Büyüme ve Karlılık Stratejisi: Alt Pazar İnovasyonu**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2007

Kızıltepe, Zeynep Avanoğlu, **Öğretişim: Eğitim Psikolojisine Çağdaş Bir Yaklaşım**, İstanbul: Ofset Yayınevi, 2004

Kim, W. Chan ve Renee Mauborgne, **Mavi Okyanus Stratejisi**, Şükrü Alpagut (çev), İstanbul: CSA Yayın Ajansı, 2014

King, D. Brett, **Max Wertheimer and Gestalt Theory**, London: Transaction Publishers, 2009

Kirton, M.J. **Adaption-Innovation: In the Context of Diversity and Change**, New York: Routledge, 2003

Kirzner, Israel M. **Competition and Entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973

- Kline, Stephen J. ve Nathan Rosenberg, “An Overview of Innovation”, **The Positive Sum Strategy: Harnessing Technology For Economic Growth**, Ralph Landau ve Nathan Rosenberg (Eds.), Washington, National Academies: Nabu Press, 1986, pp.275-305
- Knight, Frank, **Risk, Uncertainty and Profit**, Eastford, CT: Martino Fine Books, 2014
- Koçel, Tamer, **İşletme Yöneticiliği**, İstanbul: Beta, 2010
- Koestler, Arthur, **Mizah Yaratma Eylemi**, Sevinç ve Özcan Kabakçıoğlu (çev.), İstanbul: İris Yayıncılık, 1997
- Kohut, Heinz, **Kendiliğin Yeniden Yapılanması**, Oğuz Cebeci (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 2013
- Korkmaz, Nuray, **Sorularlar Yenilik (İnovasyon)**, İstanbul: İTO, 2004
- KOSGEB, **2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (KSEP)**, Ankara, 2015
- KOSGEB, **Ekonomik Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü**, Ankara: Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Müdürlüğü, Mart 2005
- Kozbelt, Aaron, Ronald A. Beghetto, Mark A. Runco, “Theories of Creativity”, **The Cambridge Handbook of Creativity**, James C. Kaufman, Robert J. Sternberg (Eds.), Cambridge: Cambridge University Press, 2010, pp.20-47
- Kreider, Tim, **We Learn Nothing**, Simon&Schuster, New York: Free, 2012
- Kris, Ernst ve Otto Kurz, **Sanatçı İmgesinin Oluşumu**, Sabri Gürses (çev.), 2.Baskı, İstanbul: İthaki Yayınları, 2016
- Kubie, Lawrence S. **Neurotic Distortion of the Creative Process**, Kansas: University of Kansas Press, 1958
- Kuhn, Thomas S. **Bilimsel Devrimlerin Yapısı**, Nilüfer Kuyaş (çev.), İstanbul: Kırmızı, 2017
- Kuratko, Donald F. ve Richard M. Hodgetts, **Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice**, Mason, OH: South-Western College Publishers, 2004
- Kurt, Yusuf, “İşletme ve Ekonominin Dinamikleri”, **İşletme 4B**, O.C. Ferrell, Geoffrey A. Hirt, Linda Ferrell, Ulaş Akküçük (çev.), Ankara: McGraw Hill-Nobel, 2017
- Küçük, Orhan, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, 2.Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005
- Lafargue, Paul, **Tembellik Hakkı: 1848 “Çalışma Hakkı”nın Çürütülmesi**, İhya Kahraman, (çev.), İstanbul: Ayrıntı, 2015
- Lai, Emily R., Jessica Yarbro, Kristen DiCerbo, Els de Geest, **Skills for Today**, London: Pearson, 2018
- Larsson, Lisa, **Characteristics of Production Innovation**, Sweden: Luleå University of Technology, 2017
- Laudon, Kenneth C. ve Jane P. Laudon, **Yönetim Bilişim Sistemleri**, Uğur Yozgat (Ed.), Ankara: Nobel, 2018

- Layder, Derek, **Sosyal Teoriye Giriş**, Ümit Tatlıcan (çev.), İstanbul: Küre Yayınları, 2006
- Leski, Kyna, **Yaratıcılık Fırtınası**, Zeynep Kökkaya (çev.), İstanbul: MediaCat, 2017
- Lesser, Eric L., “Leveraging Social Capital in Organizations”, **Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications**, Massachusetts: Butterworth-Heinemann, 2000, pp.3-16
- Lin, Nan, **Social Capital: A Theory of Social Structure and Action**, New York: Cambridge University Press, 2001
- Little, Arthur D. **Innovation Excellence in Logistics**, Brussels: ELA European Logistics Association, 2007
- Little, Stephen E., Frank M. Go ve Teresa Shuk-Ching Poon, **Global Innovation and Entrepreneurship: Challenges and Experiences from East and West**, London: Palgrave Macmillan, 2017
- Liu, Jiajia ve Andrew Tylecote, “How Variations in Business Systems Affect the Innovativeness of Chinese Firms”, **Changing Asian Business Systems: Globalisation, SocioPolitical Change, and Economic Organisation**, Richard Whitley ve Xiaoke Zhang (Eds.), London: Oxford University Press, 2016, pp.333-358
- Lowe, Robin ve Sue Marriott, “Innovation and Its Management”, **Enterprise: Entrepreneurship and Innovation: Concepts, Contexts and Commercialization**, Amsterdam: Elsevier Ltd., 2006, pp.63-101
- Luecke, Richard, **İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık**, 3.Baskı, Turan Parlak (çev.), İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 2011
- Luecke, Richard, **Managing Creativity and Innovation**, İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık, Turan Parlak (Çev.), Harward Business School Press, İstanbul: İş Bankası Yayınları, 2008
- Lundstrom, Anders ve Lois A. Stevenson, **Entrepreneurship Policy: Theory and Practice**, New York: Springer, 2005
- Lundvall, Bengt-Åke, **National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning**, London: Pinter Publishers, 1992
- Lundvall, Bengt-Åke, **Product Innovation and User-Producer Interaction**, Industrial Development Research Series No.31, Denmark: Aalborg University Press, 1985
- Madi, Bülent, **Öğrenme Beyinde Nasıl Oluşur?**, İstanbul: Morpa Kültür Yayınları, 2008
- Mair, Johanna ve Ernesto Noboa, “Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture are Formed”, **Social Entrepreneurship**, Johanna Mair, Jeffrey Robinson ve Kai Hockerts (eds.), New York: Palgrave Macmillan, 2006, pp.121-134
- Marangoz, Mehmet, **Girişimcilik**, İstanbul: Beta Yayınları, 2012
- Marinova, Dora ve John Phillimore, Models of Innovation, **The International Handbook on Innovation**, Larisa V. Shavinina (Ed.), UK: Elsevier, 2003, pp.44-53

- Marr, Bernard, **Impacting Future Value: How to Manage your Intellectual Capital**, Published by The Society of Management Accountants of Canada, the American Institute of Certified Public Accountants and The Chartered Institute of Management Accountants, 2008
- Marx, Karl, **1844 El Yazmaları**, KenanSomer (çev.), 4.Baskı, Ankara: Sol, 2011
- Maslow, Abraham H. **Motivation and Personality**, Second Edition, New York, Harper & Row, 1970
- May, Rollo, **Yaratma Cesareti**, 6.Baskı, Alper Oysal (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 1998
- McAdam, Maura, **Female Entrepreneurship**, England: Routledge Publishing, 2013
- McCall, Morgan W. Jr ve Robert E. Kaplan, **Whatever it Takes: The Realities of Managerial Decision Making**, Second Edition, Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, 1990
- Mill, John Stuart, **Principles Of Political Economy**, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2012
- Miner, John B. **A Psychological Typology of Successful Entrepreneurs**, California: Greenwood Publishing Group, 1997
- Mitchell, Donald, Carol Coles, B. Thomas Golisano ve Robert B. Knutson, **The Ultimate Competitive Advantage: Secrets of Continually Developing a More Profitable Business Model**, Pennsylvania: Berrett-Koehler Publishers, 2003
- Moore, Carl M., **Group Techniques For Idea Building**, California: Sage, 1994
- Moore, Robert, “Capital”, **Pierre Bourdieu: Key Concept**, Michael Grenfell (eds.), Durham: Acumen Publishing, 2007, pp.101-118
- Morden, Tony, **Business Strategy and Planning**, New York: McGraw-Hill, 1993
- Morgan, Gareth, **Yönetim ve Örgüt Teorilerinde Metafor**, Gündüz Bulut (çev.), İstanbul: MESS, 1998
- Müftüoğlu, Tamer, **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar, Öneriler**, İkinci Basım, Ankara: Sevinç Yayınevi, 1991
- Naktiyok, Atılhan, **İç Girişimcilik**, İstanbul: Beta, 2004
- Neely, Andy ve Jasper Hii, “Innovation and Business Performance: a Literature Review”, **Commissioned by GO-ER**, The Judge Institute of Management Studies University of Cambridge, 1998
- Noël, Jean-François ve Martin O’Connor, “Strong Sustainability and Critical Natural Capital”, **Valuation for Sustainable Development**, Martin Paul O'Connor ve Sylvie Faucheux, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publisher, 1998, pp.75-97
- Norris, Pippa, **Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism**, New York: Cambridge University Press, January 2000
- North, Douglas, **Kurumlar, Kurumsal Değişim ve Ekonomik Performans**, Gül Çağalı Güven (çev.), İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları, 2002

- Nuray Sungur, **Yaratıcı Düşünce**, 2.Baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi, 1997
- OECD, **“Open Innovation n Global Networks”**, OECD-Library, January 2008
- OECD, **Managing National Innovation Systems**, Paris: OECD, 1999
- OECD, **OECD Glossary of Statistical Terms**, Paris: OECD, 2008
- OECD, **The Well-being of Nations: The Role Of Human and Social Capital**, Organisation For Economic Co-Operation and Development: Centre for Educational Research and Innovation, 2001
- OECD-Eurostat, **Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler**, Nüket Yetiş (çev.), 3. Baskı, Bilim, Teknoloji ve Yenilik İstatistikleri Çalışma Grubu, Ankara: TÜBİTAK, 2005
- Orhon, Günseli, **Yaratıcılık: Nörofizyolojik, Felsefi ve Eğitsel Temeller**, Ankara: Pegem Akademi, 2011
- Osborn, Alex F. **How to "Think Up"**. New York, London: McGraw-Hill Book Co., 1942
- Osho, **Creativity: Unleashing the Forces Within (Osho Insights for a New Way of Living)**, Kindle Edition, Zurich, Switzerland: Osho International Foundation, 2005
- Ostrom, Elinor, “Social Capital: A Fad or a Fundamental Concept?”, **Social Capital: A Multifaceted Perspective**, Partha Dasgupta ve Ismael Serageldin, Washington, D.C: The World Bank, 1999, pp.172-214
- Owens, Jonathan D. ve Rachel Cooper, “The Importance of a Structured New Product Development (NPD) Process: A Methodology”, **1st Engineering Education Conference: Innovations in teaching, learning and assessment**, IEE, Savoy Place, London, UK, 2001, pp.1-8, DOI: [10.1049/ic:20010040](https://doi.org/10.1049/ic:20010040)
- Öğüt, Âdem, **Bilgi Çağında Yönetim**, Ankara: Nobel Yayınları, 2001
- Örücü, Edip, **Modern İşletmecilik**, 9.Baskı, Bursa: Dora Yayıncılık, 2013
- Özdemir, Mahmut Nedim ve Samir Deliormanlı, **Türkiye’de Açık İnovasyon Ekosisteminin Oluşmasının Önündeki Engeller ve Çözüm Önerileri**, İstanbul: TÜSİAD, 2013
- Özdemirci, Ata, **Stratejik Liderlik ve Örgütsel Uyumlanma**, İstanbul: Beta, 2011
- Özden, Yüksel, **Eğitimde Dönüşüm- Eğitimde Yeni Değerler**, Ankara: Pegem Yayınları, 1999
- Özden, Yüksel, **Öğrenme ve Öğretme**, 7. Baskı, Ankara: Pegem-A Yayıncılık, 2005
- Özsoy, Vedat, **Görsel Sanatlar Eğitimi Resim-İş Eğitiminin Tarihsel ve Düşünsel Temelleri**, Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, 2003
- Öztürk, İbrahim, **Girişimcilik Raporu**, İstanbul: İktisadi Gelişim ve İş Ahlakı Derneği 2008

Özyılmaz, Adnan, “Sosyal Sermaye”, **Güncel Yönetim ve Organizasyon Yaklaşımları**, Adnan Özyılmaz ve Ferit Ölçer (eds.), Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2008, ss.395-428

Parker, Simon C. **The Economics of Entrepreneurship**, Cambridge: Cambridge University Press, 2018

Patulny, Roger, “Social Capital Norms, Networks and Practices: A Critical Evaluation”, **The Social Policy Research Centre Discussion Paper**, No.134, Sydney, June 2004

Pennington, Mark, **Sağlam Politik Ekonomi, Klasik Liberalizm ve Kamu Politikasının Geleceği**, Atilla Yayla (çev.), Ankara: Liberte Yayınları, 2014

PERA, **Facilitating Open Innovation: Landscape and Feasibility Study**, Bristol: JISC, 2009

Petit, Philippe, **Yaratıcılık**, Volkan Atmaca (çev.), İstanbul: Everest, 2015

Pigneur, Yves ve Alexander Osterwalder, **İş Modeli Üretimi**, Levent Göktem (çev.), İstanbul: Optimist, 2016

Pinchot III, Gifford, **Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur**, New York: Harper & Row, 1985

Porter, Michael E. **Competitive Advantage of Nations**, New York: Free Press, 1998

Porter, Michael E. **Rekabet Stratejisi**, Gülen Ulubilgen (çev.), Ankara: Aura, 2015

Potts, Jason, “Behavioral Innovation Economics”, **Handbook for Behavioral Economics**, Roger Frantz (ed), London: Routledge, 2016, pp.392-404

Prakash, Sanjeev ve Per Selle, “Introduction: Why Investigate Social Capital?”, **Investigating Social Capital: Comparative Perspectives on Civil Society, Participation and Governance**, Sanjeev Prakash ve Per Selle (Eds.), London: Sage Publications, 2004, pp.17-46

Puccio, Gerard J. ve Mary C. Murdock, **Creativity Assessment: Readings and Resources**, Buffalo: Creative Education Foundation, 1999

Putnam, Robert D. **Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy**, New Jersey: Princeton University Press, 1993

Putnam, Robert D., **Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community**, New York: Simon and Schuster, 2000

Rank, Otto, **Doğum Travması**, Sabir Yücesoy (çev.), 2.Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 2019

Rao, V.S.P. **Strategic Management**, New Delhi: NMIMS, 2015

Ratten, Vanessa, **Sport Entrepreneurship**, New York: Springer, 2018

Rawlinson, J. Geoffrey, **Yaratıcı Düşünce ve Beyin Fırtınası**, Osman Değirmen (çev.), İstanbul: Rota, 1995

Rein, Raelynne P. ve Rachel Rein, **Çocuğunuzun Beceri ve Yeteneklerini Nasıl Geliştirebilirsiniz**, Selda Göktan (çev.), Ankara: Özgür Yayınları, 2000

- Rıza, Enver Tahir, **Yaratıcılığı Geliştirme Teknikleri**, İzmir: Kanyılmaz Matbaası, 2001
- Riederer, John P., Melanie Baier, Gernot Graefe, **Innovation Management: An Overview and some Best Practices**, C-LAB Report, Vol.4, No.3, 2005
- Ries, Eric, **Yalın Yeni Girişim**, N. Ece Elgin (çev.), İstanbul: Özyeğin Üniversitesi, 2012
- Robinson, Alan G. ve Sam Stern, **Corporate Creativity**, San Fransisco: Berret-Koehler Publishers, 1997
- Robinson, Ken, **Yaratıcılık: Aklın Sınırlarını Aşmak**, 2.Baskı, Nihal Geyran Koldaş (çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi, 2008
- Rogers, Everett M., **The Diffusion of Innovations**, Fifth Edition, New York: The Free Press, 2003
- Rothwell, Roy ve Mark Dodgson, “Innovation and Size of Firm”, **The Handbook of Industrial Innovation**, Mark Dodgson and Roy Rothwell (Eds.) UK: Edward Elgar Pub, 1994
- Rothwell, Roy, “Industrial Innovation: Success, Strategy, Trends”, **The Handbook of Industrial Innovation**, Mark Dodgson and Roy Rothwell (Eds.) UK: Edward Elgar Pub, 1994, DOI: <https://doi.org/10.4337/9781781954201.00010>
- Rouquette, Michel-Louis, **Yaratıcılık**, 2.Baskı, Işıl Gürbüz (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1994
- Rousseau, Jean-Jacques, **Toplum Sözleşmesi**, M. Tahsin Yalın (çev.), İstanbul: Betik Yayınları, 2004
- Runco, Mark, **Creativity as an Educational Objective for Disadvantaged Students**, Darby PA: Diane Publishing Company, 1993
- Saban, Ahmet, **Öğrenme ve Öğretme Süreçleri**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2004
- Sakaryalı, Arzu Meltem Dinler, **İnovasyon**, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2016
- Salvado, João Cotter, Isabel Lopo de Carvalho, Uwe G. Schulte, “The Life Cycle of Social Innovations”, **Social Innovation**, Thomas Osburg, René Schmidpeter (Eds.), Berlin: Springer, 2013, pp.183-195
- San, İnci ve Hasan Güleriyüz, **Yaratıcı Eğitim ve Çoklu Zekâ Uygulamaları**, Ankara: Artım Yayınları, 2004
- San, İnci, **Eğitimde Yaratıcı Drama**. Ankara: Naturel Kitap Yayıncılık, 2002
- San, İnci, **Sanat ve Eğitim: Yaratıcılık, Temel Sanat Kuramları, Sanat Eleştirisi Yaklaşımları**, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2004
- Saruhan, Şadi Can ve Ata Özdemirci, **Bilim, Felsefe ve Metodoloji**, İstanbul: Alkım Yayınevi, 2005
- Satı, Zümrüt Ecevit, **İnovasyonu Yönetmede Kesitler**, Ankara: Nobel Yayıncılık, 2013

- Satı, Zümrüt Ecevit, **İnovasyonu Yönetmede Kesitler**, Ankara: Nobel Yayın Evi, 2013
- Say, Jean Baptiste, **A Treatise on Political Economy: Or the Production, Distribution and Consumption of Wealth**, Clement Cornell Biddle (Çev.), South Carolina: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017
- Scherdin, Mikael ve Ivo Zander, **Art Entrepreneurship**, Cheltenham, UK: Edward Elgar Pub. 2011
- Schroder, Harold M., Michael J. Driver, Siegfried Streufert, **Human Information Processing: Individuals and Groups Functioning in Complex Social Situations**, New York: Holt, Rinehart & Co, 1967
- Schultz, Theodore W. **Investment in Human Capital: The Role of Education and of Research**. New York: The Free Press, 1971
- Schumpeter, Joseph A. **The Theory of Economic Development**, Cambridge: Harvard University Press, 1934
- Schumpeter, Joseph A., **Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis or the Capitalist Process**. New York: McGraw Hill Book Company, 1939
- Schumpeter, Joseph A., **Capitalism, Socialism, and Democracy**, Third Edition, New York: Harper and Brothers Publishers, 1950
- Schumpeter, Joseph A., **The Theory of Economic Development**, Cambridge: Harvard University Press, 1934
- Scott, Allen J. **The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-Producing Industries**, London: SAGE, 2000
- Seelig, Teena, **İnovasyon- Girişimcilik Üzerine Yaratıcı Çalışmalar**, Nuray Önoğlu (çev.), İstanbul: Kuraldışı, 2010
- Sekman, Mümin, **Kişisel Ataleti Yenmek: Tembellikle Mücadele Kitabı**, 24.Baskı, İstanbul: Alfa, 2009
- Serageldin, Ismail ve Christiaan Grootaert, “Defining Social Capital: An Integrating View”, **Social Capital: A Multifaceted Perspective**, Ismail Serageldin ve Partha Dasgupta (Eds.), Washington, D.C.: World Bank, 1999, pp.40-58;
- Shvetsova, Olga A. “Innovation Strategies in Global Environment”, Proceedings of 137th **The IIER International Conference**, Seoul, 18th -19th November 2017, pp.43-49
- Simonton, Dean Keith, “Creativity from Historiometric Perspective”, **Handbook of Creativity**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp.116-133
- Simonton, Dean Keith, “Historiometric Studies of Genius”, **The Wiley Handbook of Genius**, D. K. Simonton (Ed.), 2014, pp.87-106
- Simonton, Dean Keith, **Genius, Creativity and Leadership**, Cambridge: Harvard University Press, 2014

Smith, Adam, **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, Amsterdam: MetaLibri, 2008

Smith, Adam, **Ulusların Zenginliği**, İkinci Cilt, M. Tanju Akad (çev.), İstanbul: Alan Yayıncılık, 2002

Songur, Mehmet, Türkiye’de Beşerî Sermaye ve Fiziksel Sermaye Arasındaki İkame Olanakları: Translog Üretim Fonksiyonu Yaklaşımı”, **Türkiye Ekonomi Kurumu Uluslararası Ekonomi Konferansı Kitabı**, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu, 2017, ss.1035-1050

Spulber, Daniel F. **Innovative Entrepreneur**, Cambridge: Cambridge University Press, 2014

Starko, Alane Jordan, **Creativity in the Classroom: School of Curious Delight**, 3.Edition, Mahwah N. J. USA: Lawrence Erlbaum Associates Incorporated, 2004

Steinbock, Dan, **The Challenges for America’s Defense Innovation**, Washington: Information Technology and Innovation Foundation, 2014

Sternberg, Robert J. ve Wendy M. Williams, **How to Develop Student Creativity**, Alexandria: ASCD, 1996, p.11-19

Stewart, Thomas A. **Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations**, New York: Doubleday, 1997

Stimpson, Peter ve Alastair Farquharson, **Cambridge International AS and A Level Business**, Third Edition, Cambridge University Press, 2015

Stone, Wendy, “Measuring Social Capital Towards A Theoretically Informed Measurement Framework For Researching Social Capital in Family And Community Life”, **Australian Institute of Family Studies Research Paper No.24**, Melbourne, February 2001

Sullivan, Patrick H. **Value-Driven Intellectual Capital: How to Convert Intangible Corporate Assets Into Market Value**, New York: John Wiley& Sons Inc., 2002

Sungur, Nuray, **Yaratıcı Düşünce**, 2.Baskı, İstanbul: Evrim Yayınevi, 1997

Sungur, Onur, “Antalya’da Faaliyet Gösteren İhracatçı İşletmelerin Ar-Ge, Teknoloji Geliştirme ve İnovasyon Faaliyetleri”, **Uluslararası Davraz Kongresi: Küresel Diyalog**, Süleyman Demirel Üniversitesi, 24-27 Eylül, Isparta, 2009, ss.938-953

Swartz, David, **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi**, Elçin Gen (çev.), İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2013

Şamiloğlu, Famil, **Entelektüel Sermaye**, Ankara: Gazi Kitabevi, 2002

Şan, Mustafa Kemal, “Bilgi Toplumuna Geçişte Sosyal Sermayenin Taşıdığı Önem ve Türkiye Gerçeği”, **5. Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Sakarya, 03-05 Kasım 2006, ss.113-139

Şaylan, Gencay, **Türkiye’de Kapitalizm Bürokrasi ve Siyasal İdeoloji**, Ankara: TODAİE, 1974

Şimşek, M. Şerif ve Adnan Çelik, **Yönetim ve Organizasyon**, Konya: Eğitim Kitabevi, 2010

Talmud, Ilan, “A Conditional Approach to Three Consequences of Corporate Social Structure”, **Corporate Social Capital and Liability**, Roger Th. A. J. Leenders ve Shaul M. Gabbay (eds.), New York: Springer US, 1999, pp.106-117

Taşel, İbrahim, **Üniversite Giriş Sınavına Hazırlık Felsefe Grubu Konu Anlatım Kitabı**, Ankara: Final Yayınları, 2018

Taylor, Peter, **The Art Of Productive Laziness**, New York: International Project Management Association, June 2009

Taylor, Peter, **The Lazy Project Manager**, Oxford: Infinite Ideas Ltd, 2010

TDK, **Türkçe Sözlük**, Ankara: Türk Dil Kurumu, 2011

Tekin, Erol, **Girişimcilik ve Sosyal Sermaye**, Konya: Eğitim Yayınevi, 2014

Tezcan, Mahmut, **Boş Zamanlar Sosyolojisi**, Ankara: Şahsi Yayın, 1977

Thomas, Neil, “Creativity and Innovation”, **The John Adair Handbook of Management and Leadership**, Neil Thomas (ed.), London: Thorogood, 2004, pp.58-77

Thomson, George, **İnsanın Özü**, Celal Üster (Çev), İstanbul: Payel Yayınları, 1991

Thornton, Patricia H. ve Katherine H. Flynn, “Entrepreneurship, Networks, and Geographies”, **Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction**, Zoltan J. Acs ve David B. Audretsch (eds.), Boston: Springer, 2003, pp.401-433

Tidd, Joe ve John R. Bessant, **Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change**, England: John Wiley&Sons Ltd., 2005

Tokat, Bülent, **Örgütlerde Değişim ve Değişimin Yönetimi**, İstanbul: Myra Yayıncılık, 1998

Top, Seyfi, **Girişimcilik Keşif Süreci**, İstanbul: Beta Basım Yayım, 2006

Topaloğlu, Tayfun, “Motivasyonda Kapsam Kuralları”, **Liderlik ve Motivasyon**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 2008

Topçuoğlu, Abdullah, **Akrabalık ve Hemşehrilik İlişkilerinin Toplumsal Sermaye Değeri**, Konya: Çizgi Kitabevi, 2003

Torrance, Ellis Paul, **Guiding Creative Talent**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc. 1962

Trott, Paul, **Innovation Management and New Product Development**, (3. Ed.), England: Pearson Education, 2005

Tuomi, Marja, **Diffusion of Social Innovations Across the Borders Social Sector: Cooperation with the Republic of Karelia**, Dissertations in Social Sciences and Business Studies No 33, Publications of the University of Eastern Finland, 2012

Turanlı, Rona ve Ercan Sarıdoğan, **Bilim Teknoloji İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum**, İstanbul: İTO Yayınları, 2010

Turaşlı, Nalan Kuru, “Yaratıcılıkta Temel Kavramlar ve Yaratıcılığın Doğasını Anlamak”, **Erken Çocukluk Döneminde Yaratıcılık ve Geliştirilmesi**, Elif Çelebi Öncü (ed.), 3.Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2014, ss.2-14

Turhanoglu, Ayşın K., “Toplumsal Gruplar”, **İnsan ve Toplum**, Nadir Suğur (der.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, 2011, ss.2-23

Tushman, Michael L. ve Lori Rosenkopf, “Organizational Determinants of Technological Change: Toward a Sociology of Technological Evolution”, **Learning by Populations of Organizations**, William H. Starbuck (Ed.), Cheltenham: Elgar, 2008, pp.276-312

Tutar, Hasan ve Fırat Altınkaynak, **Girişimcilik: Temel Girişimcilik ve İş Kurma Süreci**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2014

Türk Dil Kurumu, **TDK Sözlüğü**, 11.Baskı, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 2011

Türkcan, Ergun, **Teknoloji Tarihi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2011

TÜRKPATENT, **Patent ve Faydalı Model Kitapçığı**, Ankara: Türk Patent ve Marka Kitapçığı, 2019

TÜSEV (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı), **Sosyal Girişimcilik: Sosyal İçerme Ve Sürdürülebilir Toplumsal Gelişme Olanakları Konferans Raporu**, İstanbul: SALT Galata, 26 Haziran 2014

Tüysüz, Nurettin, **Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması**, Ankara: Kalkınma Bakanlığı Yayını, 2011

Uğuz, Hülya Eşki, **Sosyal Sermaye: Kişisel ve Kurumsal Gelişmeye Farklı Bir Yaklaşım**, Ankara: Orion, 2010

UIG, “Sosyal İnovasyon-Sosyal Girişimcilik”, **Ulusal İnovasyon Girişimi 2008 Yılı Çalışmaları**, İstanbul: Sabancı Üniversitesi & TÜSİAD Rekaet Forumu, 2009

Ulrich, Karl T. ve Steven D. Eppinger, **Product Design and Development**, New York: McGraw Hill, 2007

Uphoff, Norman, “Understanding Social Capital: Learning From The Analysis and Experience Of Participation”, **Social Capital: A Multifaceted Perspective**, Partha Dasgupta ve İsmail Seragaldin, (eds.), Washington DC: The World Bank, 2000, pp.215-249

Utterback, James M. **Mastering the Dynamics of Innovation: How Companies Can Seize Opportunities in the Face of Technological Change**, Boston: Harvard Business School, 1994

Uzkurt, Cevahir, **Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü**, İstanbul: Beta Yayınları, 2008

Uzkurt, Cevahir, **Yenilik (İnovasyon) Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü**, 2.Baskı, İstanbul: Beta, 2017

Ülgen, Hayri ve S. Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, 5. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım, 2010

Ürper, Yılmaz, “Girişimcilikte Yaratıcılık”, **Girişimcilik**, Yavuz Odabaşı (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004, ss.42-66

- Üstündağ, Tülay, **Yaratıcılığa Yolculuk**, 3.Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2005
- Velioğlu, Süleyman, **İnsan ve Yaratma Edimi**, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2000
- Vernon, Philip E., “The Nature-Nurture Problem in Creativity”, **Handbook of Creativity**, John A. Glover, Royce R. Ronning ve Cecil Reynolds (eds.), NewYork&London: Plenum Press, 1989, ss.93-108
- Vexliard, Alexandre, **Yaratıcılık Teorileri ve Eğitim**, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 1968
- Wakefield, John F., **Creative Thinking: Problem Solving Skills and the Arts Orientation**, New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 1992
- Wallas, Graham, **The Art of Thought**, England: Solis Press, 2018
- Weber, Marcel ve Igor ter Halle, “Retail Innovation: Can An App Save the City Centre”, **6th International Conference on Mass Customization and Personalization in Central Europe**, Novi Sad: MCP-CE, 2014
- Weber, Max, **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**, 2. Baskı, Milay Köktürk (Çev.), Ankara: BilgeSu Yayıncılık, 2011
- Weber, Max, **Toplumsal ve Ekonomik Örgütlenme Kuramı**, Özer Ozankaya (çev.), İmge Kitabevi, İstanbul, 1995
- Weiss, Donald H., **Problem Çözümünde Yaratıcılık**, Doğan Şahiner (çev.), İstanbul: Rota Yayıncılık, 1993
- WIPO, **What is Intellectual Property?**, Geneva: World Intellectual Property Organization, 2004
- Wissema, J. G. **Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru: Geçiş Döneminde Üniversiteleri Yönetmek**, İstanbul: Özyeğin Üniversitesi, 2009
- Yadegari, Reza, Mahshid Sanaeefard ve Mahmood Bashash, **Entrepreneurship as done by Marco Polo Founders**, Iranian Great Entrepreneurs, Independently Published, 2019
- Yamaç, Kadri, **Bilgi Toplumu ve Üniversiteler**, Ankara: Elif Yayınevi, 2009
- Yıldırım, Ramazan, **Yaratıcılık ve Yenilik**, İstanbul: Sistem Yayıncılık Geliştiren Kitaplar Dizisi, 1998
- Yıldırım, Ramazan, **Yaratıcılık ve Yenilik**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 1998
- Yıldız, Fatma Ü. ve Tülay Şener, **Okul Öncesi Dönemde Yaratıcılık Eğitimi**, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016
- Yılmaz, Hilal, **Yenilik (İnovasyon) Yeni Ekonomi ve Rekabet**, Ankara: Rekabet Kurumu, 2003
- Yılmaz, Hüseyin, **Stratejik İnovasyon Yönetimi**, İstanbul: Beta, 2015

Yli-Renko, Helena, Erkko Autio ve Vesa Tontti, “Social Capital, Knowledge, and The International Growth Of Technology-Based New Firms”, **Helsinki University of Technology Institute of Strategy and International Business Working Paper Series** 2000 | 4, Espoo, Finland, 2000

Zengin, Yunus, **Girişimcilik Becerileri ve Sürdürülebilirlik Rekabet Üstünlüğü İlişkisi**, Konya: Eğitim Yayınevi, 2020

B. TEZLER

Acar, Sedat, Endüstriyel Kümelenmenin Yenilikçilik Sürecine Etkilerinin Analizi, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2014

Acıbozlar, Özlem, Yönetici Hemşirelerin Karar Verme Stratejileri ve Yaratıcılık Düzeyleri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2006

Adıgüzel, Büşra, İnovasyon ve İnovasyon Yönetimi: Steve Jobs Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012

Akar, Şeyma Şengil, “Üstün Yetenekli Öğrencilerin Matematiksel Yaratıcılıklarının Matematiksel Modelleme Etkinlikleri Sürecinde İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017

Akbulut, Hasan Hüseyin, “Sıvıların Kaldırma Kuvveti ve Yüzme Kavramlarına Yönelik Probleme Dayalı Öğrenme Uygulaması ve Değerlendirilmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, Kasım 2010

Akgün, Asiye, Mimari Tasarımda Yaratıcılık ve Cinsiyet, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2002

Akıncı, Kevser, Çalışanların Girişimcilik Yönelimi Algıları ile Liderlik Davranışı Arasındaki İlişkinin Havalimanı İşletmeciliği Sektöründe Araştırılması, **Yüksek Lisans Tezi**, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, 2018

Akkaya, Nida Platin, The Relationship Between Organizational Entrepreneurship and Performance: Evidence From Turkish SMEs, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015

Aksel, İbrahim, İşletmelerde İnovasyon ve İnovasyonu Destekleyen Örgüt Kültürünün Belirleyicileri ve Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010

Aksu, Barış, Firmaların Eko-İnovasyona Dayalı Sürdürülebilir Performanslarının İncelenmesinde Bir Model Önerisi ve Analizi, **Doktora Tezi**, Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli, 2018

Akşit, Gülhan, Farklı Kültürlerde Girişimcilik Niyeti ve Üniversite Öğrencilerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2003

Aktaş, Erhan, İnovasyon Yönetimi ve İşletmelerde İnovasyon Yönetimine Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Aktürk, Eyüp, Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi: Düzce Üniversitesinde Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce, 2012

Akyürek, Çisem, İlkokul Öğretmenlerinin Girişimcilik Becerisine İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale, 2013

Aldemir, Bora, Küçük ve Orta Boy İnşaat Firmalarının Girişimcilik Yönelimi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2011

Alp, Gözde Toprakçı, Kadın Girişimciliği ve Sosyal Sermaye: Antalya’da Faaliyet Gösteren Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2018

Altıok, Enis, The Relationship Between Customer Participation In The Service Innovation Process and Customer Satisfaction, **Master of Arts** in International Trade Management, Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in Social Sciences, İstanbul, 2016

Altun, Koray, Computer-Aided Innovation For Improving Industrial Innovation Intelligence, **Phd Thesis**, University Of Gaziantep Graduate School Of Natural & Applied Sciences, Gaziantep, 2015

Altun, Nurullah, Sosyal Sermayenin Çocuk ve Genç Suçluluğuna Etkisi, **Doktora Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2011

Altuntaş, Gültekin, Girişimcilik ve Stratejik Yönetim İlişkisi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010

Alyüz, Sümeyye Beyza Abay, Sosyal Sermaye, Sosyal Ağlar ve Sosyal Destek İlişkisi, **Doktora Tezi**, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova, 2018

Apaydın, Nurgün, “Sanat Eğitiminde ve Yaratıcılıkta Yazının Yeri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1993

Arıkan, Cenk Laçın, Evaluating The Dynamics Of Innovation In Turkey: The Impact Of Innovation On Business Performance, **Doctor of Philosophy in Management**, Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in the Social Sciences, İstanbul, 2008

Arslan, Emel, Bağlanma Stilleri Açısından Ergenlerde Erikson’ın Psikososyal Gelişim Dönemleri ve Ego Kimlik Süreçlerinin İncelenmesi, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2008

Arslan, Hüseyin Anıl, “Yaratıcılık Uğraşı”, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2016

Arslan, Hüseyin Mert, Regional Determinants And Geographical Distribution Of Social Capital In Turkey, **Master Of Science**, Graduate School of Engineering and Sciences of İzmir Institute of Technology, İzmir, 2018

Arslanoğlu, Ali, İçsel Pazarlama Uygulamalarının Hasta Güvenliği Kültürü Üzerine Etkisinde İç Girişimcilik ve Kişilik Özelliklerinin Düzenleyici Rolü, **Doktora Tezi**, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Aslan, Duygu, Sources and Benefits of Social Capital For Technology Based Firms In STPs: A Case of METU Technopolis, **Master Of Science**, Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2014

Aslan, Yakup, İnovasyonun Firma Performansı Üzerine Etkisi: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme, **Doktora Tezi**, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van, 2018

Atahan, Levent, An Emprical Study On Factors Affecting Firm Innovation Capability and Knowledge Sharing, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2012

Atalay, Zehra Özlem, “Farklılaştırılmış Sosyal Bilgiler Öğretiminin Üstün Zekâlı Öğrencilerin Akademik Başarı, Tutum, Eleştirel Düşünme ve Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

Ateş, Buket, Girişimcilik Algısının ve Kişilik Özelliklerinin Farklı Disiplinler Açısından İrdelenmesi: Bir Devlet Üniversitesi Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Atmaca, Serkan, Adaptation Of Turkey To The European Union Research and Innovation Policies During The Accession Period, The **Degree Of Master Of Science**, METU Graduate School of Social Sciences, 2006

Ayalp, Buket Gültepeataç, Sosyal Sermaye ve Değer İlişkisi: Özel Bir Lise Örneği, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2010

Ayaz, Mehmet, Hızla Gelişmekte Olan (BRIC) Ülkelerde Bilgi Toplumu ve Sosyal Sermaye Etkileşimi: Türkiye Karşılaştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova, 2012

Aydın, Erhan, The Effect of Individual Creativity on Ecopreneurship, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2013

Aydın, Halil İbrahim, Sosyal Sermaye- Ekonomik Kalkınma İlişkisi: Avrupa Birliği Ülkeleri Üzerine Panel Regresyon Analizi, **Doktora Tezi**, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat, 2015

Aydın, Mahmut, Sorun Çözme Becerisi ile Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2009

Aydın, Ömer, European Innovation and Entrepreneurship Strategy: Implications for Turkey, **MBA Thesis**, Yeditepe University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2006

Aydoğdu, Ali, Örgüt Yapısının İnovasyon ve Örgüt Kültürüne Etkisi ve Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Aygün, Hasan, Okul Yöneticilerinin Çalışan Öğretmenlerin Motivasyonları Üzerindeki Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016

Ayyıldız, Yahya, Ahmet Midhat Efendi'de Girişimcilik: Teori ve Pratik, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017

Bacak, Selda, “İlköğretim 5. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersinde Öykü Tabanlı Öğrenme Yaklaşımının Öğrenenlerin Akademik Başarı ve Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, 2008

Bahadır, Özlem, Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, **Doktora Tezi**, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, 2018

Bakaç, Ebru, “Öğretmen Adaylarının Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı Dersine Yönelik Tutumları, Yaratıcılık Algıları ve Öz-Yeterlik İnançları Arasındaki İlişki”, **Doktora Tezi**, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu, Nisan 2015

Bakan, Uğur, Bireysel Farklılıkların Sosyal Sermaye Oluşumuna Etkisi: Facebook ve LinkedIn Kullanıcıları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz, **Doktora Tezi**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2014

Bakır, Muhammet, “Grafik Sanatında Yaratıcılık ve Karikatür İlişkisinin Sanat Eğitimine Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008

Bardakçı, Hasan, Büyük Ölçekli İşletmelerde Öz Yetenek Oluşturma Stratejisi Olarak İnovasyonun Önemi, **Doktora Tezi**, Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul, 2019

Barlın, Hande, Bölgesel İktisat Politikaları ve Türkiye Uygulamaları, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010

Barton, Joshua George, Corrective Critiques and Measuring Social Life: Social Capital in Political Communitarianism and Academia, A thesis submitted in fulfilment of the requirement for the degree of **Doctor of Philosophy**, Victoria University of Wellington, 2016

Basmacı, Ali, KKTC'de Özel Eğitim Merkezi Yönetici Düşünce ve Davranışlarının, Öğretmenlerin Motivasyonuna Etkisine İlişkin Durum Değerlendirmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, KKTC, 2013

Baştürk, Şenol, Türk Toplumunda Sosyal Sermaye, Toplumsal Ağlar ve Sosyal Hareketlilik, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2011

Bayatlı, Dolunay, Endüstri Tasarımında Ürün İnovasyonunun Oluşumunun İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2010

Bayhan, İsa, Liderlik Davranışının Duygusal Emek ve Yenilikçi İklim Üzerindeki Etkisinde Sosyal Sermaye ile Entelektüel Sermayenin Aracılık Rolü: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Baykal, Bilgehan, İnovasyon ve Sürdürülebilir Kalkınma İlişkisi: Türkiye, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007

Baykal, Gülçin, Hekimlerde Girişimcilik Ruhunun Çeşitli Branşlar Açısından Karşılaştırılması: Ankara’da Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014

Bayraker, Nilüfer, Girişimcilik ve Kadın: Kadın Girişimcilere Destek Olan Kurum ve Kuruluşlar, **Yüksek Lisans Tezi**, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Beyhan, Neslihan, Modelling Innovation Dynamics By Using System Dynamics Methodology, **Master of Science**, Sabancı University Graduate School of Engineering and Natural Sciences, İstanbul, 2008

Bezci, Halil İbrahim, Dinamik Kabiliyetlere Sahip İşletmelerin İnovasyon Hızı, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2015

Bilici, Alp Çağrı, The Importance Of Innovation On The Perception Of Brand And A Study On Mobile Phone Market, **Master’s Thesis**, Bahçeşehir University The Graduate School Of Social Sciences, İstanbul, 2018

Borucu, Ahmet Cemil, Three Essays On Economic Growth: Financial Innovation, Human Capital and Foreign Direct Investment, **Doctor Of Philosophy**, Yeditepe University Institute Of Social Sciences, İstanbul, 2017

Boz, Hüseyin, Etnik Girişimcilik: Almanya’da Faaliyet Gösteren Türk Kökenli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2007

Bozat, Zeynep Ayfer, İnovasyon İçin Topluluklardan Faydalanma (Crowdsourcing) ve Üniversite Öğrencilerinin Kullanılabilirliği, **Doktora Tezi**, Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, s.51

Bozkırlıoğlu, Berna Beyhan, Who Interacts With Whom? Individual and Organizational Aspects Of University-Industry Relations In Nanotechnology, **Doctor Of Philosophy**, Graduate School Of Social Sciences Of METU, Ankara, 2011

Börü, Pınar, Endüstri Bazında Ar-Ge, İnovasyon, Verimlilik ve Büyümenin Ekonometrik Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2012

Bulut, Aynur Elif Kekeç, “Biyoloji Eğitiminde Biyosiberetik Yaklaşımlar ve Yaratıcılık”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Aralık, 2014

Bulut, Derman, “Eğitsel Oyun Tasarlama Sürecinin Öğrencilerin Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2015

Bulut, Özlem, Bölgesel Rekabet Edebilirlik ve Türkiye Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2012

Cansız, Mehmet, Türkiye’de Yenilikçi Girişimcilerin Sosyo-Ekonomik Durumları Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma (Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği), **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012

Ceyhan, Semih, Analysis Of The Impact Of The Inter-Firm Collaboration On Innovation: Ankara İvedik Organized Industrial Zone Medical Sector, The **Degree Of Master Of**

Management and Organization, The Institute Of Social Sciences Of Yıldırım Beyazıt University, Ankara, 2015

Chen, Wei-Tzu, Takım Performansının Örgütsel Öğrenme Süreci ile Teknik İnovasyon Başarısı Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2014

Çakıcı, Deniz Çiğdem, Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Genel Erteleme ve Akademik Erteleme Davranışının İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2003

Çakın, Enver, Ülkelerin İnovasyon Performansının Ölçülmesinde Yapay Sinir Ağları, Bulanık DEMATEL Tabanlı Analitik Ağ Süreci ve Ağırlık Kısıtlı Veri Zarflama Analizi Yaklaşımlarının Bütünleşik Olarak Kullanılması, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2017

Çakır, Gülbin, İşgörenlerin Demografik Özelliklerine Göre Motivasyon Araçları ve Denetim Odağı Değişkeninin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, 2009

Çalhan, Harun, İnovasyon, Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü ve İşletme Performansı İlişkisi: İstanbul'da Faaliyet Gösteren Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 2015

Çalık, Eyüp, KOBİ'lerin Yaptıkları İşbirliklerinin ve Aldıkları Desteklerin İnovasyon Yetenekleri ve Performansları Üzerindeki Etkileri, **Doktora Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2016

Çapan, Aylin Sözer, “Beyin Temelli Öğrenme Yaklaşımına Göre Hazırlanan Bir Eğitim Programının 5 Yaş Çocuklarının Yaratıcılık Becerilerine Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

Çapar, Mustafa, “Temel Eğitimde 9-12 Yaş Arası Çocuklarda Üç Boyutlu Çalışmaların Yaratıcılık Eğitimine Etkisi”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2006

Çekçi, Işıl, Ulusal İnovasyon Sistemleri İçerisinde Sağlık Ekosisteminin Tanımlanması: Üniversite Hastanelerinin Yeri ve Önemi, **Yüksek Lisans Tezi**, Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2017

Çekiç, Semin Çağdaş Tuba İnal, Kırsal Kalkınma Açısından Sosyal Sermayenin Öğeleri: Şanlıurfa-Hilvan Örneği, **Doktora Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009

Çekmecelioğlu, Hülya Gündüz, “Bireysel, Örgütsel Yaratıcılık ve Yaratıcılık İçin İş Çevresinin Düzenlenmesi”, **Doktora Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2002

Çelik, Muhammed, Öğretmen Algılarına Göre İlkokul Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik ve Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişki, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya, 2013

Çelikoğlu, Vural, “Stüdyo Fotoğrafçılığında Yaratıcılık”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul, 2009

Çesteneci, Yusuf, Göçmenlik Olgusunun Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adapazarı, 2012

Çifçi, Merve Aydoğan, “İş Ortamının Yaratıcılık Performansına Etkisi: Mutfak Çalışanları Üzerine Bir Uygulama”, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2014

Çoban, Burcu, “Probleme Dayalı Öğrenmenin Öğrencilerin Akademik Başarılarına, Yaratıcılıklarına ve Transfer Becerilerine Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Şubat 2014

Çoban, Gül Ünal, “Modellemeye Dayalı Fen Öğretiminin Öğrencilerin Kavramsal Anlama Düzeylerine, Bilimsel Süreç Becerilerine, Bilimsel Bilgi ve Varlık Anlayışlarına Etkisi”, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2009

Çorum, Gözde, The Perception Of Innovation Effect On Intrapreneurship: A Study On Private Companies, **Master’s Thesis**, Bahçeşehir University The Institute Of Engineering and Natural Sciences, İstanbul, 2018

Daza, Diego Alejandro Barreto, Innovation Principles and Their Possible Application In Social Design, **Master of Science Thesis**, Anadolu University Graduate School Of Sciences, Eskişehir, 2017

Demir, Helen, EU Innovation Policy: The Role Of Social Capital, **Master of Arts** in European Studies, Graduate School of Arts and Social Sciences Sabancı University, İstanbul, 2009

Demir, Semanur, İşletmelerin Rekabet Avantajı Sağlamasında İnovasyonun Yeri ve Özellikle Tekstil Firmalarının Performansı Üzerine Etkilerinin Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

Demirdağ, İsmail, Entrepreneurship And Regional Economic Development: Evidence On Turkish Regions, The **Degree Of Master Of Science**, The Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2015

Demirel, Oğuz, İnovasyon Performansı Ölçüm Kriterlerinin Nitel Bir Araştırma ile Belirlenmesi: Bilişim İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce, 2015

Demirez, Demet, Impact Of Government Entrepreneurship Supports On Women’s Empowerment: The Case Of Women In Ankara, **The Degree Of Master Of Science**, The Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2016

Demirhan, Eda, “3D Model Tasarlamının Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Akademik Başarıları, Problem Çözme Becerileri, Bilimsel Yaratıcılıkları ve Sürece Yönelik Algılarına Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2015

Dere, Zeynep, “Anasınıfına Devam Eden Çocuklara Uygulanan Yaratıcılık Eğitim Programının Çocukların Yaratıcı Davranışlarına Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Aralık 2014

Deveci, İsa, Fen Bilimleri Öğretim Programıyla (5-8) Bütünleştirilmiş Girişimcilik Eğitimi Modüllerinin Geliştirilmesi, Uygulanması ve Değerlendirilmesi, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa, 2016

Diri, Merve, “Sıra Dışı Sanatsal Yaratıcılık ile Sıra Dışı Bilimsel Yaratıcılık Üzerine Bir Araştırma: Bingöl Başarır ve Vahit Bademci Durum (Örnek Olay) Çalışmaları”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Temmuz 2014

Doğan, Turgay, Y Kuşağının Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi ve Stratejik Yönetim: Telekomünikasyon Sektöründe Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Duran, Halit, Devletin Girişimcilik Desteklerinin Türkiye Girişimcilik Ekosistemi Üzerine Etkisi, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2016

Düzgün, Aslı Nur, Türkiye’deki Suriyeli Göçmen Kadınların Savaş Öncesi ve Sonrası Sahip Oldukları Sosyal Sermaye Değişiminin Araştırılması, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Earthy, Sarah, Social Capital, Social Exclusion and Understandings Of Community in An Urban and A Rural Context, Thesis submitted for the degree of **Doctor of Philosophy**, School of Human Sciences of University of Surrey, 2005

Ebrahimi, Hamid, İstanbul’da Yükseköğrenim Gören Öğrenciler Örneğinde Sosyal Sermaye- Siyasal Katılım İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Er, Sezen Burcu, L’innovation En Tant Qu’un Composant De L’identite Institutionnelle: Les Exemples Dans Le Secteur D’assurance Turc, **These De Master De Recherche**, Universite Galatasaray Institut Des Sciences Sociales, İstanbul, 2010

Eraslan, Fulya, Ortaöğretim Okul Yöneticilerinin İnovasyon Yeterlilikleri, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya, 2014

Erbatu, Göknıl, “Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2008

Erbektaş, Cem, Lojistik Firmaların İnovasyon Davranışını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Türkiye Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2012

Ercan, Seda, Türkiye’de Sosyal Girişimcilik ve Yaratdığı Etkilerin Değerlendirilmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2016

Erdenebat, Bat-Orshikh, Avrupa’da Doğudan Batıya İşgücü Hareketliliği ve Sosyal Sermaye: 1990 Sonrası, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006

Erdoğan, Ayşegül, Teknoloji-İnovasyonun Yönetim ve Ekonomik Gelişmişlik Üzerine Etkilerinin Avrupa Birliği ve Türkiye’de Karşılaştırmalı Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017

Erdoğan, Cansu, İşgören Motivasyonunun İnovasyon Performansına Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011

Erdoğan, Mahmure Yelda, Sivil Toplum Örgütleri Gönüllü Yönetimi Yaklaşımları ve Sosyal Girişimcilik Gönüllü Yönetimi Modeli Önerisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014

Eren, Hakan, Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Yenilikçilik Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi, **Doktora Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2010

Ergen, Zuhale Gizir, “Proje Yaklaşımının Anasınıfına Devam Eden Çocukların Yaratıcılıklarına Etkisinin İncelenmesi”, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2013

Erkan, Nurgün, Dominantlık Özelliğinin Girişimcilik Eğilimine Katkısında Kendini Ayarlama ve Cinsiyet Rollerinin Algısının Etkisi, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014

Ersan, Arda, İnsan Kaynaklarının İnovasyon Stratejilerinin Verimliliğindeki Rolü, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2013

Ersarı, Gökür, Stratejik Girişimcilik: Girişimci Düşünme Biçimi ve Girişimci Liderliğin İşletme Performansına Etkisinde Rekabet Stratejilerinin Rolü, **Doktora Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2018

Ersükmen, Emre, “İlköğretim Fen ve Teknoloji Ders Öğretmenlerinin Yaratıcılık Kavramına İlişkin Görüşleri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2010

Eryol, İlknur, İnovasyonun İşletmenin Rekabet Gücüne Katkısı ve Başarısının Sermaye Piyasaları Üzerine Etkisi, (Boya Sanayinde “Nano Teknoloji” Üzerine Örnek Bir Uygulama), **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2009

Esendemir, Neriman, İnovasyon Türleri ve Performans İlişkisinde Teknoloji Yeteneği ve Örgütsel Öğrenmenin Aracı Rolü, **Yüksek Lisans Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017

Eşki, Hülya, Sosyal Sermaye –Önemi, Üretimi ve Ölçümü- Üzerine Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2009

Evcim, Nurgül, Ar-Ge ve İnovasyon Faaliyetleri ile Büyüme İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, 2017

Eynür, Gökem, Non-Zero-Sum Oriented University-Industry Convergence: The Case Of EIP (A Platform For Entrepreneurship and Innovation), **Master of Business Administration**, Yeditepe University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2014

Fiş, Ahmet Murat, Unlocking The Relationship Between Corporate Entrepreneurship and Performance, **Doctor of Philosophy**, Sabancı University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2009

Genç, Esmâ, “Öğretmenlerde Denetim Odağının Problem Çözmeye Yönelik Yaratıcılıklarıyla İlişkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2000

Genç, Esra, İşyerinde Sanal Tembellik Davranışı ve Etkin Zaman Yönetimi İlişkisi: Bir Kamu Kurumunda Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014

Genç, Özlem, Avrupa Birliği Üyelik Sürecinde Türkiye’de KOBİ’ler ve Girişimcilik, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2017

Gerschewski, Stephan, Born Global Firms: An Integrated Analysis Of The Determinants And Measurement Of International Performance, A thesis submitted to the Victoria University of Wellington in fulfilment of the requirements for the degree of **Doctor of Philosophy**, Victoria University of Wellington, 2011

Girgin, Aslı, Ar-Ge’ye Dayalı İnovasyonun Katma Değere Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa, 2014

Gök, Gülseren, “Boyama Kitaplarının Anaokullarında Eğitim Gören Çocukların Yaratıcılıklarına Olan Etkisinin İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Eylül, 2009

Gök, Maide, Toplumsal Kalkınmanın ve Sosyal Sermayenin Bilinmeyen Aktörleri: Kadın Odaklı Sivil Toplum Kuruluşları, **Doktora Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014

Gökçek, Onur, Yenilik Yönetimi Süreci ve Yenilik Stratejileri: Otomotiv Sektöründe Bir Alan Araştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007

Gölcük, Aslı, “Bilimsel Hikâyelerle Desteklenen Fen Eğitiminin Öğrencilerin Yaratıcılıkları ve Duyuşsal Özellikleri Üzerindeki Etkileri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017

Göztepe, Hakan, Öğrenen Organizasyon Dinamiklerinin Toplam Kalite Yönetimi, İnovasyon ve Organizasyon Performansına Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2009

Gusseanova, Dilara, Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Bir Örnek Olay İncelemesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2015

Güleç, Gürkan, “Keman Çalmada Doğaçlama Çalışmalarının Öğrencilerin Müzikal Yaratıcılık ve Keman Çalma Performansları Üzerindeki Etkileri”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Ocak 2017

Gülel, Gülözge, “Sınıf Öğretmeni Adaylarının Yaratıcılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, Temmuz 2006

Güler, Burcu Kümbül, Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi, **Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2008

Güler, Mustafa, Türkiye’deki Teknoloji Transfer Ofislerinin İnovasyon Odaklı Fikri Sınai Mülki Haklara ve Girişimciliğe Artırıcı Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2018

Gülererli, Nilay, “Öğretmenlerin Evlilik Uyumları ile Yaratıcılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

Gültekin, Mustafa, Denizli Kentindeki Babadağlı ve Buldanlı Aile İşletmelerinde Hemşehrilik ve Akrabalık Bağlamında Sosyal Sermayenin İşleyiş Mekanizmaları, **Doktora Tezi**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli, 2014

Günday, Gürhan, Innovation Models and Implementations At Firm Level In Manufacturing Industry, **Master of Science**, Sabancı University Graduate School of Engineering and Natural Sciences, İstanbul, 2007

Gündoğdu, Nur, İş Ağlarının ve Sosyal Sermayenin Uluslararasılaşma ve Yenilikçilik Üzerindeki Etkisi, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015

Gündüz, Ertan, Rekabet Geriliminin Stratejik İnovasyona Etkisinin Farkındalık Motivasyon ve Yetenek Perspektifinde İncelenmesi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012

Güngördü, Sevcan, Göçmen Girişimcilerin Kişilik Özellikleri ve Göçmen Girişimcilik Üzerine Algıları, **Yüksek Lisans Tezi**, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2018

Güncör, Cumhuri, Sosyal Sermaye ve Eğitim İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2011

Gürellier, Özlem, Design Of A Performance Measurement Model For Industrial Clusters In Turkey, **Master Of Science In Industrial Engineering**, Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2010

Gürler, Uğur, Bireysel Bankacılıkta Yenileşim (İnovasyon) ve Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2009

Gürsaç, Yücel, “Üç Boyutlu Bilgisayarlı Animasyon ve Yaratıcılık İlişkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 1993

Güven, Şafak, Girişimcilik Metodolojilerinden “Yalın Yeni Girişim” ve Bilişim Sektöründeki Örnek Uygulaması, **Yüksek Lisans Tezi**, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015

Güzelsöy, Ezgi, Organizasyonel Öğrenmenin Ürün İnovasyonu Üzerine Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2010

Haque, Mirza İmran Ul, An Examination Of The Role Of Technical And Non-Technical Innovation On The Customer Loyalty, **MBA Thesis**, Aydın University Institute Of Social Sciences, İstanbul, 2018

Hasçuhadar, Bilgesu, “Okul Öncesi Dönemdeki Çocuklarda Ebeveynlik Davranışları, Duygu Sosyalleştirme, Hazzı Geciktirme, Sosyal Yeterlilik ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkiler”, **Yüksek Lisans Tezi**, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 2015

Hazerli, Neslihan, Innovation In Banking Through Mobile Solutions and It’s Future Implications, **MBA Thesis**, Yeditepe University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2013

Hızlı, Esen, Siyasal Partilerin Sosyal Ağları: Partiler, Kadın Örgütleri ve Sosyal Sermaye, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2016

Hobikoğlu, Elif Haykır, Yeni Ekonomide İnovasyon ve Sürdürülebilir Rekabetin Yarattığı Katma Değerin Bilgi Toplumunda Etkisi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2009

Horasan, Hüseyin, Hizmet Sektöründe İnovasyonun Müşteri Memnuniyeti Bakımından Önemi, **Yüksek Lisans Tezi**, Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Hüseyinzade, Narmin, Türk İnşaat Sektörünün Girişimcilik Açısından İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

İlter, Berfu, Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi, **Doktora Tezi**, Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2018

İnce, Celal, Sosyal Sermaye ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkinin Sosyolojik Bir Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2014

İrengün, Oğuzhan, Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014

Kaçar, Sevinç, “Görsel Sanatlarla Bütünleştirilmiş Probleme Dayalı Öğrenme Yönteminin Öğrencilerin Fen Akademik Başarılarına, Bilimsel Yaratıcılıklarına ve Sanat Etkinlikleriyle Fen Öğrenme Tutumlarına Etkileri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2012

Kaçar, Tunç, “Türkiye’de Çizgi Film Animasyon Eğitiminin Akademik Yaratıcılık Bağlamında İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017

Kahraman, Hamit, Pazar Yönlülük, İşletmeler Arası İşbirliği ve Girişimci Yönlülüğün KOBİ’lerde İnovasyonu Arttırmaya Etkisi: Ampirik Bir Yaklaşım, **Doktora Tezi**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2015

Kahraman, Nefise, Transnational Entrepreneurship Activities of Bulgarian Turks, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Institute of Science and Technology, İstanbul, 2010

Kanbur, Engin, Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performansları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü, **Doktora Tezi**, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat, 2015

Kapıcı, Levent, “Olumsuz Otomatik Düşünceler ve Yaratıcılık ile Öğrenilmiş Çaresizlik Arasındaki İlişkiler”, **Yüksek Lisans Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2010

Kaplan, Gönül, Girişimcilik Teorileri Kapsamında İhracatçı KOBİ’ler ve Finansman Sorunları, Çözüm Önerileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011

Kaplan, Hüseyin, İşletmelerin İnovasyon Yapma Nedenleri ile Sahip Oldukları İnovasyon Çıktıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010

Kara, Aysu Uzsayılır, Sosyal Politikalarda Yeni Yaklaşım, Yöntem ve Kentsel Uygulamaların Geliştirilmesi: Bir Sosyal İnovasyon Örneği Olarak “Şeker Hayat”, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2015

Karabey, Canan Nur, Girişimcilikte Fırsat Tanımlamayı Etkileyen Bireysel Faktörler: Beşeri ve Sosyal Sermaye Perspektifi, **Doktora Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2009

Karadeniz, Oğuz, Türkiye’de İnovasyon ve Kamu Politikası, **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2016

Karataş, Gülbey, KOBİ’lerde Kültürel Zekânın Kurumsal Girişimcilik Üzerindeki Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars, 2017

Karakayacı, Özer, Sanayi Kümelerinin Başarısında Sosyal Sermayenin Rolü: Ankara ve Konya Makine İmalat Sanayi Örneği, **Doktora Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2011

Kastan, Cengiz, İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamaya Yönelik İnovasyon Stratejileri ve Ürün İnovasyonu Modelleri: İstanbul Ayakkabı Endüstrisi’nde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016

Kavşur, Zeynep, Sağlık Yönetimi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2015

Kavuş, Helin Kardelen, Turkish Ethnic Entrepreneurship In Germany: The Case Of Women In Beauty Sector, **Master Of Science Thesis**, Middle East Technical University The Graduate School Of Social Sciences, Ankara, 2018

Kaya, Altan, Türkiye’nin Teknoloji Gelişimi, İnovasyon Politikaları ve Mobil Telefon Pazarının 1983-2000 ve 2000 Yılı Sonrası İncelemesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Kaya, Ömer Faruk, İçsel Büyüme Sürecinde Ar-Ge, Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermayenin Etkileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017

Kayı, İlker, İstanbul’da Bir Aile Sağlığı Merkezine Kayıtlı Nüfusta Sosyal Sermaye ve Sağlık Davranışlarının Araştırılması, **Uzmanlık Tezi**, İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi, İstanbul, 2012

Keleşoğlu, Serkan, Öğretmen Eğitiminde Yaratıcı Düşünme ve İnovasyon Eğitim Programının Tasarımı, Denenmesi ve Değerlendirilmesi, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017

Kesici, Mustafa, Aşçıların Mesleki Özerklikleri ile Yaratıcılık Süreci İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2014

Keskin, Fatma Feyza, Relationship Between Social Capital, Information Sharing, Organizational Ambidexterity and Firm Performance In Technology Parks, **MBA Thesis**, Graduate School Of Social Sciences of Middle East Technical University, Ankara, 2018

Kılıç, Halil Aslan, Çift Yetenekli Liderliğin Takım İnovasyonu Üzerindeki Etkisinde İnovasyon İklimi, İnovatif Davranışlar ve Öz Yeterliğin Rolü, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Kılıç, Seda, Sosyal Sermayenin Koruyucu Aile Hizmet Modelindeki Yeri ve Bu Alanda Yapılan Akademik Çalışmaların Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova, 2018

Kılıç, Serkan, İnovasyon Anlayışına Dayalı Ürün Geliştirme Performansının Değerlendirilmesi, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2013

Kılıçgedik, Okan, Girişimcilik, Girişimcilerin Sermaye Kaynağı Olarak Türkiye’de Melek Yatırımcılık ve Melek Yatırım Alan Girişimcilerin Özellikleri Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Kıray, Gözem, “Khatena-Torrance Yaratıcılık Algı Envanterinin Türkiye Koşullarına Uyarlanması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Kıymaz, Yasemin, “Ortaöğretim Matematik Öğretmen Adaylarının Problem Çözme Durumlarındaki Matematiksel Yaratıcılıkları Üzerine Nitel Bir Araştırma”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2009

Koç, Murat, Bir Girişimcilik Modeli Olarak Franchising, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006

Kolcu, Remziye, Girişimcilik ve Kişilik Özellikleri: Geleneksel ve Sosyal Girişimcilerin Kişilik Özellikleri Arasındaki Farklara İlişkin Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Köroğlu, Tülin, Yenilikçi Girişimciliğin Dinamikleri: Bireysel ve Kurumsal Faktörler, **Yüksek Lisans Tezi**, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 2018

Köse, Sakine, Sürdürülebilirlik Perspektifi İçinde Sosyal Devlet Yaklaşımı: STK’ların Sosyal İnovasyon Rolü ve Yoksullukla Mücadelede Son Modeli, **Yüksek Lisans Tezi**, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Köseoğlu, Gamze, Social Capital Development Among Tenant Firms and Between Tenant Firms And The Host University In Business Incubators, **MBA Thesis**, Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2007

Köybaşı, Fatma, Okul Yöneticilerinin Girişimcilik, Öz-Yeterlik ve Örgütsel Bağlılık Algılarının Analizi, **Doktora Tezi**, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya, 2016

Kul, Bekir, Kalite ve İnovasyon Performansının Belirlenmesinde Toplam Kalite Yönetimi ve Teknoloji/Ar-Ge Yönetiminin Entegrasyonu, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2010

Kurtboğanoğlu, Baha, Elektronik Girişimcilik Aracı Olarak İnternet Ortamının Kullanılması ve Değerlendirmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Kurtuluş, Nergis Ebru, “Xavier Dolan Sinemasında “Auteur Kuram” İzlerinin “Yaratıcılık” Bağlamında İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Eylül 2017

Kurtyememoğlu, Ferhat, Türkiye’de Çokuluslu İşletmelerde İnovasyonun Üretime Kattığı Fayda ve Analitik Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015

Kuşcu, Özden, “Orff-Schulwerk Pedagojisi Destekli Müzik Eğitim Programının 5 Yaş Çocuklarının Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2017

Kuşcu, M. Kemal, İş Yaşamında Sosyal Sermayenin Çalışanın Fiziksel ve Ruh Sağlığındaki Yeri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2006

Kuzu, Serdar, İnovasyon ve Sigortacılık Sektöründe İnovasyon Faaliyetleri, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2008

Küçük, Bülent, “Müziğin Çocuklarda ve Yetişkinlerde Uyandırdığı Duygu Durumlarının Belirlenmesi ve İlköğretim Müzik Dersi Müziksel Yaratıcılık Alanında Kullanılması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2008

Küçükkaban, Ali, Girişimsel Yönelim, Yenilikçilik ve Sosyal Sermayenin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2015

Küçüksayracı, Elif, Intermediaries In The ‘Design For Sustainability’ Field: Strategies For Developing Support Mechanisms In Turkey, **Ph.D. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School of Science Engineering and Technology- Delft University of Technology Graduate School, İstanbul - Delft Nederland, 2015

Liang, Jia-Chi, “Exploring Scientific Creativity of Eleventh Grade Students in Taiwan”, **Degree of Doctor of Philosophy**, Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Austin, August 2002

Mengü, Enver, Sosyolojik Perspektiften Sosyal Girişimcilik Olgusu, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016

Meriç, Övünç, Dijital Demokrasi: Türkiye’de Yeni Medya ve Siyasal Katılım, **Doktora Tezi**, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014

Midem, Görşan, İnsan Kaynakları Yönetiminde İnovasyon (2000’l Yıllardan Günümüze İnsan Kaynakları Yönetim Gelişim Süreci), **Yüksek Lisans Tezi**, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2016

Mungan, Seylan, Kadın Girişimcilik Değerleri ile Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Mutlu, Uğur, Tasarımcı Girişimcilerin Yenilikçi İş Modelleri Oluşturma Süreçleri Üzerine Bir Çalışma, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

Moussa, Babpa, İnovasyon Olgusunun Afrikalı Tüketiciler Üzerindeki Etkisi: Kamerun Örneği, **Doktora Tezi**, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, 2018

Ocak, Metin, Bazı Öncülleri ve Sonuçları Bağlamında Kurumsal Girişimcilik: Görgül Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014

Oylumlu, İkbâl Sinemden, Innovation Model Generation Based on Triple Helix Collaboration: Case of Turkey, **Master of Business Administration**, Yeditepe University Institute Of Social Sciences, İstanbul, 2015

Öz, Cantürk, “Moda Tasarımı Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Popüler Kültür Ürünü Olan Çizgi Roman ve Kahramanlarının Günümüz Modası ve Yaratıcılıklarına Etkilerine Dair Görüşleri”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Haziran, 2013

Özcan, Burcu, Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011

Özcömert, Mert, Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde Rakip Yönelimliliğin Firmanın İnovasyon Uygulaması ve Rekabetçiliğine Etkisi – Yaratıcı Endüstri Araştırması, **Doktora Tezi**, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2019

Özdemir, Aytül Ayşe, Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2007

Özdemir, Elvin, The Role Of Local Networks In Innovation Production And Knowledge Share With University: Çanakkale Case Study, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2012

Özer, Alev, Organizational Learning Culture, The Climate For Innovation, and Organizational Resilience, **Doctor of Philosophy** in Management, Boğaziçi University Institute For Graduate Studies in Social Sciences, İstanbul, 2017

Özgören, Özge, Sosyal Sermaye, Eğitim ve Sivil Toplum İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2014

Özkan, Gül, Internal and External Facilitators Of Open Innovation For Companies In Turkey, **Master Thesis**, Dokuz Eylül University Graduate School Of Natural and Applied Sciences, İzmir, 2017

Özmutlu, İlker, “Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Liderlik ve Yaratıcılık Özelliklerinin Karşılaştırılması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2008

Öztürk, Meryem Demet, Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimcilğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul, 2016

Palamut, İlkay, “Hikâye Okumanın İlköğretim Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeylerine ve Akademik Başarılarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2008

Polat, Bekir, Estimation of Success of Entrepreneurship Projects with Data Mining, **M.Sc. Thesis**, University of Gaziantep Graduate School Of Natural & Applied Sciences, Gaziantep, 2018

Polat, Gonca, Madde Bağımlısı Ergenlerin Tedavi Sonrası Toplumla Yeniden Bütünleşme Deneyimleri ve Sosyal Sermaye Yaklaşımı Temelinde Sosyal Hizmet Müdahalesi, **Doktora Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012

Polatcan, Mahmut, Okullarda Sosyal Sermaye ile Yenileşme İklimi Arasındaki İlişki, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2017

Potur, Ayla Ayyıldız, “Mimarlık Eğitimi Başlangıcında Bireyin İlgi-Yetenek-Yaratıcılık Düzeyi ile Tasarım Performansı Arasındaki İlişkiler”, **Doktora Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2007

Püsküllüoğlu, Elif Ilıman, Öğretmen Görüşlerine Göre Lise Müdürlerinin Sosyal Sermaye Düzeyleri ile Öğretmenlerin Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişki, **Yüksek Lisans Tezi**, Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Muğla, 2015

Sağlam, Özge, İstanbul’da Özel Bir Okulda Görev Yapan Eğitim Yöneticilerinin İnovasyon Kavramı Hakkındaki Görüş ve Önerileri, **Yüksek Lisans Tezi**, Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Sağtaş, Saadet, “Second Life” Sanal Yaşam Dünyasında Girişimcilik: Avapreneurship (Avatar Girişimcilik), **Yüksek Lisans Tezi**, Çag Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 2013

Samur, Seray Begüm, The Mediating Role Of Innovative Work Behaviors Between Intrapreneurial Climate and Organizational Innovativeness: An Empirical Study, **Master Of Business Administration Thesis**, Yaşar University Graduate School Of Social Sciences, İzmir, 2011

Saral, Hüseyin Can, The Relationship Between Entrepreneurial Characteristics and Entrepreneurial Intention, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School of Arts And Social Sciences, İstanbul, 2018

Savrul, Mesut, İnovasyon ve Teknoloji Taşmalarına Dayalı Ekonomik Büyüme, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014

Sayar, Deniz, The Role Of Service Design As A Driver Of Innovation In The Manufacturing Industry, **Ph.D. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2018

Saygın, Serhat, Girişimcilik Ruhu Üzerinde Beş Büyük Faktör Kuramının Etkisi: Girişimcilik Eğitimi Verilen KOBİ'lere Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, 2018

Selçuk, Şahika, Özel Ortaöğretim Kurumlarında Yöneticilerin İnovasyon Yeterlilikleri ile Örgütsel İmaj Algısı İlişkisi, **Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2018

Selen, Ufuk, Çalışanların İç ve Dış Motivasyon Tekniklerine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi; Yerel Yönetim Örneği, **Doktora Tezi**, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ, 2016

Sevimli, Arzu Demirer, “Yaratıcılık ve Sanat Bağlamında Sinema Bir Örnek: Akira Kurosawa”, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015

Sevinç, Ender, Nanoteknoloji İnovasyon Sistemi: Türkiye Tekstil Sektörü Örneği, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017

Sipahi, Ebru, Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1997

Skeja, Afërina, Sanal Tembellik ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkide Stresin Rolü: Kosova Örneği, **Doktora Tezi**, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, 2019

Sonmaz, Sibel, Problem Çözme Becerisi ile Yaratıcılık ve Zekâ Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2002

Sow, Mamadou Salou, Süt İşletmelerinde İnovasyon Kullanımı: Erzurum (Türkiye) ve Dakar (Senegal) Kıyaslaması, **Yüksek Lisans Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2016

Sönmez, Emre, Girişimcilik Niyetinin Kariyer Planlamasındaki Yeri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2017

Söylemez, Metin, Dönüşümsel Liderlik, Sosyal Sermaye, Özyeterlilik ve Lider-Üye Etkileşimi İlişkisi: Kocaeli Serbest Bölgesinde Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2019

Suna, Belma, Otel İşletmelerinde Sahip ve Yöneticilerinin Sosyal Sermaye Unsurlarından Sosyal Ağlarının Müşteri Teminine Etkisi, **Doktora Tezi**, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2017

Suntur, Ahmet Serhat, Havacılık Sektöründe İş ve Çalışan Niteliğinin Çalışanların Motivasyon ve İş Tatminine Etkisi, **Doktora Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2012

Susuz, Mehmet, “İlköğretim İkinci Kademe Görsel Sanatlar Dersinde Değişik Teknik ve Araç-Gereç Kullanımının Öğrencilerin Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun, 2012

Şahin, Esra, “İlköğretim Öğretmenlerinde Yaratıcılık, Mesleki Tükenmişlik ve Yaşam Doyumu”, **Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, Şubat 2010

Şahin, Mehmet Tahsin, Bilgi Yoğun İş Hizmetlerinin Yer Seçim Tercihleri ve İnovasyon Dinamikleri: Ankara Metropol Kent Örneği, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2018

Şenol, Bahar, “İlköğretim Okul Müdürlerinin Yaratıcılık Davranışları ve Mizah Anlayışları”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2013

Şimşek, Kübra, Open Innovation Practices In Science Park Firms In Turkey, **M.Sc. Thesis**, İstanbul Technical University Graduate School Of Science Engineering and Technology, İstanbul, 2015

Şoher, Başak, “Moda Tasarımı Eğitiminde Sürrealizm Sanat Akımının Öğrencilerin Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Eylül 2012

Tanga, Marvin, İnovasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: BRICS ve Türkiye Üzerine Bir Analiz, **Yüksek Lisans Tezi**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, 2016

Tanıt, Tuba, “Eğitim Yöneticilerinin Değer Tercihleri ile Yaratıcılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007

Tarıyan, Özge, Impact of Geopolitical Risk on Innovative Activities, **Master’s Degree**, İstanbul Bilgi University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2019

Tatar, Kenan, Türkiye Makine Halısı İşletmelerinde Kurumsallaşmanın Kurumsal Girişimcilik Üzerine Etkileri, **Doktora Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2016

Tatar, Şahika Burçin, Firmaların Sosyal İnovasyon Uygulamalarına İlişkin Tüketici Tutumlarının Ölçülmesine Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması, **Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Tekin, Dilşad, Tekno-Girişimlerde Girişimci Pazarlama, Girişimcilik Eğilimi ve İşletme Performansı İlişkisi, **Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2018

Tinci, Serpil, “6. Sınıf Görsel Sanatlar Dersi Öğrencilerinin Yaratıcılıklarına Türk Yaratılış Mitolojisinin Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

Titrek, Ayfer, Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri ve Sosyal Girişimcilik Becerilerine Yönelik Görüşleri (Kocaeli İli Örneği), **Yüksek Lisans Tezi**, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu, 2019

Topaloğlu, Tayfun, Girişimcinin Motivasyonel ve Bilişsel Kişilik Özellikleri: Girişimci ve Yöneticilerin Öğrenilmiş (Manifest) Gereksinimleri ve Kontrol Odaklarının Kıyaslanmasına Yönelik Bir Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2006

Topgöl, Seda, Örgütsel Sosyal Sermayenin Performans Yönetimi Algısı Üzerindeki Etkileri: Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2014

Tosunoğlu, B. Tuğberk, Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri, **Doktora Tezi**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2003

Tuerhong, Reziwanguli, Çin Zhejiang Bölgesindeki KOBİ’lerin Girişimcilik Profili Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015

Tufan, Cenk, Bilgi Yönetim Yeteneği ve Organizasyonel Etkililik Arasındaki İlişkide Girişimcilik Stratejisi Geliştirme Yeteneğinin Aracılık Etkisi: Türkiye’deki Serbest Bölgeler Üzerine Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 2017

Tuğçe Akın, Communication of Smart Materials: Bridging The Gap Between Material Innovation and Product Design, The Degree Of **Master Of Science**, The Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2009

Tuna, Hüseyin, Siberfiziksel Üretim Sistemleri ve İnovasyon Tabanlı Bir Tasarım Uygulaması: TEKA VTC Üretim Hattı Örneği, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2019

Tuncay, Aslı, Evaluation Of Innovativeness Of Turkey with Respect To European Union Integration, **Master Thesis**, Işık University Social Sciences Institute, İstanbul, 2003

Tuncel, Cem Okan, İnovasyon Sistemleri ve Ekonomik Gelişme: Bursa Bölgesi İmalat Sanayinde İnovasyon Süreçleri Üzerine Bir Alan Araştırması, **Doktora Tezi**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2011

Tunçay, Ramazan, Askeri Endüstrilerde İnovasyon, Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı, Türkiye’deki Çalışmalar ve Tavsiyeler, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2016

Turan, Aygöl, Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşma Tutumuna Etkisi: Motivasyonun Bu Etkideki Rolü Üzerine Bir Araştırma, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Turgay, Resul, The Comparison of Entrepreneurship Attitudes and Behaviour of Efficiency Driven Countries: Turkey Case, **Master's Thesis**, Ankara Yıldırım Beyazıt University Graduate School of Social Sciences, Ankara, 2018

Turgut, Ercan, Sosyal Sermaye ve Bilgi Paylaşımı Davranışının Yenilikçilik İklimine Etkisi, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2013

Türker, Emel, “Bilimsel Süreç Becerileri Yaklaşımının Model Kullanılarak Uygulanmasının Öğrencilerin Başarılarına, Bilimsel Süreç Becerilerinin Gelişimine ve Motivasyonlarına Etkisi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, 2011

Tütüncü, Serap, “İlköğretim Görsel Sanatlar (Resim-İş) Eğitim Dersi Çerçevesinde Çocuk Resminde Yaratıcılık Kavramının Algılanışına İlişkin Bir Durum Çalışması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2006

Uçar, Gözlem Güçer, Innovation Attributes and Service Brand Equity In The Context of Information Technology Innovations, **Doctor of Philosophy** in Management, Boğaziçi University Institute for Graduate Studies in Social Sciences, 2015

Uçar, Mehmet Ertuğrul, Üniversite Öğrencileri ve Üniversiteden Mezun Olan Bireylerin Sosyal Sermaye Düzeylerinin Benlik Biçimleri ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, **Doktora Tezi**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2010

Ulucan, Serhat, Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2015

Umar, Çiğdem Nilüfer, “Karma Öğrenme Yöntemiyle Farklılaştırılmış Öğretim Ortamının Üstün Zekâlı ve Yetenekli Öğrencilerin Akademik Başarılarına, Eleştirel Düşünme Becerilerine ve Yaratıcılıklarına Etkisi”, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2014

Ürkmeyen, Merve, Drivers and Incentives of Innovation and Entrepreneurship In EU, **Master Thesis**, Yaşar University Institute of Social Sciences, İzmir, 2013

Uygun, Semra, “Reklam Fotoğrafçılığı ve Yaratıcılık”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007

Uysal, Türkmen, TKY Uygulamaları ve İnovasyon Arasındaki İlişki: Keşifsel Bir Çalışma, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2016

Ülker, Rıza Barış, Entrepreneurial Practises of Turkish Immigrants in Berlin, Berlin'deki Türk Göçmenlerin Girişimcilik Pratikleri, **Yüksek Lisans Tezi**, ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2004

Ünal, Ezgi Utku, Effects of Some Behavioral Properties of Firms on Firm Innovation Capability: An Empirical Study On Micro And Small Sized Software Firms In ODTÜ Teknokent, **Degree Of Master Of Science**, Graduate School Of Natural And Applied Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2015

Ünal, Pınar, Sivil Toplum Kuruluşlarında Kurumsal Girişimcilik, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Ünlü, Hülya, Financial Constrants To Innovation Activities: Revealed Barriers Versus Deterring Barriers, **PhD Thesis**, The Institute Of Social Sciences Of Yıldırım Beyazıt University, Ankara, 2016

Ünlü, Simge, Sosyal Girişimcilik Bağlamında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Akut ve TOG Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme, **Yüksek Lisans Tezi**, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, 2012

Üzenç, Gürol, “Start-Up’larda ve Kurumsal Firmalarda Kurumsal Girişimcilik ve Çalışan Girişimciliği Üzerine Bir Araştırma”, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Vacı, Sevinç, Türkiye’de KOBİ’lere Yönelik Kamusal Destekler ve Algılanmasına Yönelik Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007

Yalçın, Başak, Elektronik Girişimcilikte Kullanılan Web Teknolojileri ve Bilişim Sistemi Olarak Perakende Satış Sistemlerinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2007

Yaman, Özcan, Analysis Of Personal Factors Effect On Entrepreneurial Intention Among Nascent Entrepreneurs, **Master Thesis**, Adana Science and Technology University The Institute Of Social Sciences, Adana, 2018

Yaman, Süleyman, “Fen Bilgisi Eğitiminde Probleme Dayalı Öğrenmenin Öğrenme Ürünlerine Etkisi”, **Doktora Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2003

Yardımcı, Pınar, “İçsel Büyüme ve Türkiye’de İçsel Büyümeyi Etkileyen Faktörlerin Ampirik Analizi”, **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2006

Yaşar, Neslihan Beyhan, Modelling Relations Between Innovation and Continuous Improvement and Their Impact On Firm Performance, **PhD Thesis**, Gebze Technical University Institute Of Social Sciences, Gebze, 2017

Yaşın, Çiğdem, İnovasyona Dayalı Rekabette Rol Oynayan Faktörlerin Araştırılması ve İmalat Sektöründe Araştırma, **Yüksek Lisans Tezi**, Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Yavuz, Hacı Ahmet, Türkiye’de Tarımsal Biyoteknoloji İnovasyon Sistemi, **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Yavuz, Seda Aslı, Bilgi Özümleme Kapasitesi ve İnovasyon Performansı: Mekânsal Yetkinlikler Önemli Mi?, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 2019

Yay, Serdar, Kurumsal İktisat Perspektifinden Mali Kurumlara Güven ve Sosyal Sermaye İlişkisi, **Doktora Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, 2018

Yaz, Ezgi, Yalnızlığın Çocukluk Çağı Travmatik Yaşantılarının ve Dissosiyatif Yaşantıların Yaratıcılıkla İlişisinin Değerlendirilmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2015

Yıldız, Harun, Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Mühendis Adayları Üzerinde Bir Uygulama, **Yüksek Lisans Tezi**, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Yıldız, Mehmet, “İlköğretim 2. Kademesinde Okuyan Aktif Satranç Sporcularının Yaratıcılık ve Çoklu Zekâ Alanlarıyla Olan İlişkilerinin Araştırılması”, **Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 2010

Yıldız, Günay, The Association Between Physical Activity Participation and Social Capital, Physical Self Perceptions Among Adolescents: Case Of Eskişehir Urban, **Ph.D. Dissertation**, Eskişehir, Anadolu University Graduate School of Health Sciences, 2018

Yılmaz, Gülten, Üniversitelerin İnovasyona Katkıları: Gelişmiş Ülkeler ve Türkiye Karşılaştırması, **Yüksek Lisans Tezi**, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, 2009

Yurdakul, Melek, Eko İnovasyon Uygulamalarının Finansal ve Çevresel Performans Üzerindeki Etkisi: Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşuna Yönelik Örnek Uygulama, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018

Yurtsever, Şükrü, Avrupalı Kimliğinin Oluşumunda Sosyal Sermayenin Etkisi, **Doktora Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013

Yüksel, Tamer, “Ortaokul 5.Sınıf Türkçe Derslerinde Uygulanan Yaratıcı Yazma Etkinliklerinin Öğrencilerin Yazmaya Yönelik Tutumlarına ve Sözel Yaratıcılıklarına Etkisinin İncelenmesi”, **Yüksek Lisans Tezi**, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya, 2016

Yünsel, Dilşad Türtük, Agglomeration As Innovation Dynamics: A Case Study In Adana and Mersin, The Degree Of **Master Of Science** In The Department Of Economics, Graduate School Of Social Sciences Of Middle East Technical University, Ankara, 2010

Zemin, Bilal, Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Sermaye Kapasiteleri: (Adıyaman Örneği), **Yüksek Lisans Tezi**, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2014

Zeytun, Sibel, Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrencilerinin Yaratıcılık ve Problem Çözme Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, **Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir, 2010

C. SÜRELİ YAYINLAR

Abell, Peter, Robert Crouchley ve Colin Mills, “Social Capital and Entrepreneurship in Great Britain”, **Enterprise and Innovation Management Studies**, Vol.2, No.2, 2001, pp.119-144

Abernathy, William J. ve James M. Utterback, “Patterns of Industrial Innovation”, **Technology Review**, Vol.80, No.7, 1978, pp.40-47

Abou-Moghli, Azzam Azmi ve Mohammed Mufaddy Al-Kasasbeh, “Social Network and the Success of Business Start-Up”, **International Journal of Business and Management**, Vol.7, No.9, 2012, pp.134-140

Adler, Paul S. ve Seok-Woo Kwon, ““Social Capital: Prospects for a New Concept”, **The Academy of Management Review**, Vol.27, No.1, 2002, pp.17-40

Ağca, Veysel, “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt.8, Sayı.2, 2006, ss.155-173

Ağcasulu, Hülya, “Sosyal Sermaye Kavramı ve Temel Bakış Açılarının Karşılaştırılması”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, Cilt.8, Sayı.17, 2017, ss.114-129

Ağluç, Leyla, “Sanat Yaratıcılık Bağlamında İnsan ve Yaratma Güdüsü”, **Mediterranean Journal of Humanities**, Cilt.3, Sayı.1, 2013, ss.1-14

Ağraş, Süleyman, Fırat Atbaş ve Enes Şeyba, “Mavi Okyanus Stratejisi: Dünyadan ve Türkiye’den Örnekler”, **Yönetim, Ekonomi, Edebiyat: İslami ve Politik Bilimler Dergisi**, Cilt.2, Sayı.2, Aralık 2017, ss.126-144

Akçetin, Eyüp, Ufuk Çelik, Abdulkadir Yaldır, Deniz Herand, “Dijital Oyunlar ve İstihdam: Türkiye İçin Öneriler”, **Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2017, ss.136-153

Akgün, Ali, Halit Keskin ve Ayşe Günsel, “Üniversite-Sanayi İşbirliği: Bir Literatür Taraması”, **Mühendislikte Mimarlıkta ve Planlamada Ölçü**, Aralık 2005, Cilt.5, Sayı.1, ss.2-22

Akgündüz, Yılmaz ve Gürkan Akdağ, “İşgörenlerin Kişilik Özelliklerinin Temel Benlik Değerlendirmelerine ve İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.12, Sayı.24, 2014, ss.295-318

Akın, Mahmut, “Personeli Güçlendirme Algılaması, Örgüt İklimi Algılaması ve Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgüt Düzeyinde Yaratıcı Çıktılar Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.1, Sayı.29, 2010, ss.211-238

Akman, Gülşen ve Çağın Karakoç, “Yazılım Geliştirme Prosesinde Kısıtlar Teorisinin Düşünce Süreçlerinin Kullanılması”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**, Yıl.4, Sayı.7, Bahar 2005, ss.103-121

Akman, Yener ve Könül Abaşlı, “Sosyal Sermaye ve Örgütsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkilerin Öğretmen Algılarına Göre İncelenmesi”, **Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi**, Cilt.6, Sayı.2, 2017, ss.269-286

Aktamış, Hilal ve Ömer Ergin, “Bilimsel Süreç Becerileri İle Bilimsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)**, Cilt.33, 2007, ss.11-23

Aktamış, Hilal ve Ömer Ergin, “Fen Eğitimi ve Yaratıcılık”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.20, 2006, ss.77-83

Aktan, Coşkun Can ve Hilmi Çoban, “Ekonomik Refaha Ulaşmanın Ötesinde Sağlıklı ve Güçlü Bir Toplum Oluşturmanın Altyapısı: Sosyal Sermaye”, **Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, Yıl.7, Sayı.26, 2008/2, ss.4-13

Aktan, Coşkun Can, Mehtap Tunç ve Serdar Yay, “İnsan Sermayesi ve Sosyal Sermaye Arasındaki İlişki ve Tamamlayıcılık Rolü Üzerine”, **Ekonomi Bilimleri Dergisi**, Cilt 9, No 1, 2017, ss.81-103

Albeni, Mesut ve Murat Karaöz, “Bölgesel Kalkınmada Öğrenme, Bilgi Birikimi ve Yenilik: Türkiye İçin Bir Perspektif”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt.8, Sayı.2, 2003, ss.157-170

Albury, David, “Fostering Innovation in Public Services”, **Public Money & Management**, Vol.25, No.1, 2005, pp.51-56

Alkan, Buket, **İşgücü İstatistikleri**, TSKB (Türkiye Sınai Kalkınma Bankası) Ekonomik Araştırmalar, Ocak 2018

Allen, Vernon L. ve John M. Levine, **Creativity and Conformity**, Technical Report No.33, Madison: The University of Wisconsin Research and Development Center for Cognitive Learning, November 1967

Altay, Asuman, “Bir Kamu Malı Olarak Sosyal Sermaye ve Yoksulluk İlişkisi”, **Ege Akademik Bakış**, Cilt.7, Sayı.1, 2007, ss.337-362

Altunışık, Remzi, “Bir Veri Toplama Platformu Olarak Crowdsourcing (CS): Mechanical Turk Örneği Üzerinden Bir Literatür Taraması ve Değerlendirme”, **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**, ICMEB17 Özel Sayısı, 2017, ss.975-982

Altuntaş, Gültekin ve Dilek Dönmez, “Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt.39, Sayı.1, 2010, ss.50-74

Altuntaş, Gültekin, “Girişimcilik ve Stratejik Yönetim İlişkisi: Bir Stratejik Girişimcilik Modeli ve Borsa İstanbul BİST – 100 Endeksinde İşlem Gören İşletmeler Örneği” **13. Ulusal İşletmecilik Kongresi**, 8-10 Mayıs, Kemer, Antalya, 2014, ss.139-152

Amabile, Teresa M. “Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love And Loving What You Do”, **California Management Review**, Vol.40, No.1, 1997, pp.39-58

Amabile, Teresa M., Phyllis Goldfarb ve Shereen C. Brackfield, “Social Influences on Creativity: Evaluation, Coaction, and Surveillance”, **Creativity Research Journal**, Vol.3, No.1, November 2009, pp.6-21

Amabile, Teresa M., Regina Conti, Heather Coon, Jeffrey Lazenby ve Michael Herron, “Assessing the Work Environment for Creativity”, **The Academy of Management Journal**, Vol.39, No.5, October 1996, pp.1154-1184

Amabile, Teresa ve Mukti Khaire, “Creativity and the Role of the Leader”, **Harvard Business Review**, Vol.86, No.10, 2008, pp.100-109

Anay, Harun, “Jeremy Bentham’ın Etkisi ve Yararcılığın Çağdaş Arap Düşüncesine Girişi”, **Osmanlı Araştırmaları Dergisi**, Sayı.37, 2011, ss.99-138

Anderson, Alistair R., Sarah L. Jack ve Sarah Drakopoulou Dodd, “The Role of Family Members In Entrepreneurial Networks: Beyond the Boundaries of the Family Firm”, **Family Business Review**, Vol.18, No.2, 2005, pp.135-154

Anderson, Richard E. “The Advantages and Risks of Entrepreneurship”, **Academe**, Vol.76, No.5, 1990, pp.9-14

Andersson, Martin, **Start-up Rates, Entrepreneurship Culture and the Business Cycle**, CIRCLE, Lund University Paper No. 2013/01, January 2013

Ardahan, Faik, “Sosyal Sermaye Ölçeği: Geçerlilik, Güvenirlilik Çalışması”, **International Journal of Human Sciences**, Vol.9, No.2, 2012, pp.773-789

Arlı, Didem, Özden Ölmez Ceylan ve Serap Akduman Yetim, “İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Örgütsel Atalete İlişkin Görüşleri”, **Ege Eğitim Dergisi**, Cilt.13, Sayı.1, 2012, ss.73-91

Armbruster, Heidi, Andrea Bikfalvi, Steffen Kinkel, Gunter Lay, “Organizational Innovation: The Challenge of Measuring Non-technical Innovation in Large-scale Surveys”, **Technovation**, Vol.28, No.10, 2008, pp.644-657

Aronson, Stanley M., “From the Shiftless Lazy to the Contemplative Scholars”, **Rhode Island Medical Journal** Commentary, January 2016, pp.11-12

Artto, Karlos, Miia Martinsuo, Perttu Dietrich, Jaakko Kujala, “Project Strategy: Strategy Types and Their Contents in Innovation Projects”. **International Journal of Managing Projects in Business**, Vol.1, No.1, 2008, pp. 49-70

Aslan, Esra, “Kavram Boyutunda Yaratıcılık”, **Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi**, Cilt.2, Sayı.16, 2001, ss.15-22

Aslan, Esra, “Torrance Yaratıcı Düşünce Testinin Türkçe Versiyonu”. **Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı.14, İstanbul, 2001, ss.19-40

Aslantaş, Cem Cüneyt, “Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilikçilik”, **Yönetim Dergisi**, Yıl.12, Sayı.38, Ocak 2001, ss.17-23

Âşık, Akşit, “Kişilik Özellikleri Örgütsel Sinizmi Etkiler Mi?”, **Uluslararası İşletme Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi**, Cilt.1, Sayı.5, 2016, ss.1-13

Âşık, Nuran Akşit, “Yaratıcı (Kreatif) Turizm (Creative Tourism)”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.7, Sayı.31, 2014, ss.786-795

Aşkın, Ayşin, Selin Nehir ve Sercan Özgür Vural, “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.6, No.2, 2011, ss.55-72

Atasoy, Basri, Hakkı Kadayıfçı ve Hüseyin Akkuş, “Öğrencilerin Çizimlerinden ve Açıklamalarından Yaratıcı Düşüncelerinin Ortaya Konulması: Çizimler ve Açıklamalar Yoluyla Yaratıcı Düşünceler”, **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt.5, Sayı.4, Ağustos 2007, ss.679-700

Australian Bureau of Statistics, **Social Capital and Social Wellbeing**, Australian Bureau of Statistics Discussion Paper, Commonwealth of Australia, 2002

Avcı, Yunus Emre ve Mehmet Yaşar, “Kültürel Sermaye Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması”, **International Journal of Social Science Research**, Cilt.3, Sayı.4, 2014, ss.65-76

Aybarç, Sibel, “Bölgesel Kalkınma Dinamikleri: Üniversite-Sanayi İşbirliği Stratejileri”, **International Journal of Human Sciences**, Vol.15, No.1, 2018, ss.581-593

Ayden, Cem ve Seda İşgüzar, Üniversite Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeyleri ve Motivasyonları Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Araştırma, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.26, Sayı.2, 2016, ss.201-218

Aykaç, Gülşah ve Esra Sert, “Türkiye’de Mimarlığın Emek Süreçlerini Yeniden Tartışmak”, **Moment: Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi**, Cilt.5, Sayı.2, 2018, ss.219-237

Aykan, Ebru, “Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik”, **SDÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.17, Sayı.3, 2012, ss.195-212

Badawy, Michael K., “Is Open Innovation a Field Of Study Or a Communication Barrier to Theory Development: A Perspective”, **Technovation**, Vol.31, No:1, 2011, pp.65-67

Baetjer, Howard ve Peter Lewin, “Can Ideas be Capital: Can Capital be Anything Else?”, George Mason University Mercatus Center Working Paper, No.83, 2007

Baird, Benjamin, Jonathan Smallwood, Jonathan W. Schooler, “Back To The Future: Autobiographical Planning and The Functionality Of Mind-Wandering”, **Consciousness and Cognition**, Vol.20, No.4, December 2011, ss.1604-1611

Baird, Benjamin, Jonathan Smallwood, Michael Mrazek, Julia W.Y. Kam, Michael S Franklin ve Jonathan Schooler, “Inspired by Distraction: Mind Wandering Facilitates Creative Incubation”, **Psychological Science**, Vol.23, No.10, August 2012, ss.1117-1122

Bakioğlu, Büşra, Menşure Alkış Küçükaydın, Orhan Karamustafaoğlu, Şafak Uluçınar Sağır, Emrah Akman, Ercüment Ersanlı ve Recep Çakır, “Öğretmen Adaylarının Bilişötesi Farkındalık Düzeyi, Problem Çözme Becerileri ve Teknoloji Tutumlarının İncelenmesi”, **Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.1, Sayı.1, 2015, ss.22-33

Bakkal, Muharrem, Süreyya Bakkal, Hakan Kılıcı ve Nermin Akarçay, “Tekirdağ İl ve İlçelerinde Kadın Girişimcilik Kültürü ve Makro Ekonomiye Etkileri ve Sonuçları; Alınması Gereken Tedbirler ve Çözüm Önerileri”, **Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.5, 2014, ss.1-30

Bakker, Arnold B., Karen van der Zee, Kerry Lewig ve Maureen Dollard, “The Relationship Between the Big Five Personality Factors and Burnout: A Study Among Volunteer Counselors”, **The Journal of Social Psychology**, Vol.146, 2002, pp.31-50

Balaban, Özlem ve Yasemin Özdemir, “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.3, No.2, 2008, ss.133-148

Balay, Refik, “Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Cilt.37, Sayı.2, 2004, ss.61-82

Balcı, Sevgi Baysal, “Dünya Bankası Perspektifinden Sosyal Sermaye ile Kalkınma Yaklaşımları”, **Planlama Dergisi**, Cilt.25, No.1, 2015, ss.1-7

Baloğlu, Nuri, “Dağıtımçı Liderlik: Okullarda Dikkate Alınması Gereken Bir Liderlik Yaklaşımı”, **Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.12, Sayı.3, Ağustos 2011, ss.127-148

Baltacı, Ali, “Erteleme Davranışı Eğilimi ve Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Okul Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma”, **International Journal of Contemporary Educational Studies (IntJCES)**, Vol.3, No.1, June 2017, pp.56-80

Bankston III, Carl L. ve Min Zhou, “Social Capital as Process: The Meanings and Problems of a Theoretical Metaphor”, **Sociological Inquiry**, Vol.72, No.2, 2002, pp.285-317

Barney, Jay, “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, **Journal of Management**, Vol.17, No.1, pp.99-120

Barrett, Hilton ve Art Weinstein, “The Effect of Market Orientation and Organizational Flexibility on Corporate Entrepreneurship”, **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Fall 1998, pp.57-70

Barringer, Bruce R. ve Allen C. Bluedorn, “The Relationship between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management,” **Strategic Management Journal**, Vol.20, 1999, pp.421-444

Barron, Frank ve David M. Harrington, “Creativity, Intelligence and Personality”, **Annual Reviews of Psychology**, Vol.32, 1981, pp.439-476

Batey, Mark, Adrian Furnham ve Xeniya Safiullina, “Intelligence, General Knowledge and Personality as Predictors of Creativity”, **Learning and Individual Differences**, No.20, 2010, pp.532-535

Batı, Güney Ferhat, ve Ercan Tutar, “Örgütsel Güven Kavramı, Özellikleri ve Yararları”, **Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (AREL-EYSAD)**, Cilt.1, No.2, 2016, ss.35-41

Baumol, William J. “Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive”, **Journal of Political Economy**, Vol.98, No.5, 1990, pp.893-921

Bektaş, Çetin ve Mehmet Ali Köseoğlu, “Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması”, **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt 7, Sayı 13, 2007, ss.297-317

Bell, Mark W., “Toward a Definition of Virtual Worlds”, **Journal of Virtual Worlds Research**, Vol.1, No.1, 2008, pp.1-5

Bench, Shane W., ve Heather C. Lench, “On the Function of Boredom”, **Behavioral Sciences**, Vol.3, No.3, pp.459-472

Bengtsson, Niklas ve Kristoffer Peterson, “What Are They Talking about When They Talk About Entrepreneurship?”, **Jönköping International Business School Paper**, Jönköping University, Småland: Sweden, 2008

Bentham, Jeremy, “Ahlak ve Yasama İlkelerine Giriş”, Aysel Doğan (çev.), **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt.57, Sayı.4, 2008, ss.381-390

Berglann, Helge, Espen Moen, Knut Røed and Jens Fredrik Skogstrøm, Entrepreneurship: Origins and Returns, **Labour Economics**, Vol.18, No.2, 2011, pp.180-193

Bessant, John, “Enabling Continuous and Discontinuous Innovation: Learning From the Private Sector”, **Public Money and Management**, Vol.25, No.1, 2005, pp.35-42

Bhandari, Humnath ve Kumi Yasunobu, “What is Social Capital? A Comprehensive Review of the Concept”, **Asian Journal of Social Science**, Vol.37, No.3, 2009, pp.480-510

Bilge, Başak, “Yıkıcı Teknolojilerin Belirlenmesi”, **Savunma Bilimleri Dergisi**, Cilt.16, Sayı.1, Mayıs 2017, ss.57-83

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 4691 Numaralı “Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu”, **Resmi Gazete**, Cilt.40, Sayı.24454, 6.7.2001, ss.8015-8020

Birkinshaw, Julian, Gary Hamel ve Michael J. Mol, “Management Innovation”, **The Academy of Management Review**, Vol.33, No.4, 2008, pp.825-845

Birley, Sue, “The Role of Networks in the Entrepreneurial Process”, **Journal of Business Venturing**, Vol.1, No.1, Winter 1985, pp.107-117

Bissola, Rita and Barbara Imperatori, “Organizing Individual and Collective Creativity: Flying in the Face of Creativity Cliches”, **Creativity and Innovation Management**, Vol.20, No.2, 2011, pp.77-89

Bize, Raphaël, Jeffrey A. Johnson ve Ronald C. Plotnikoff, “Physical Activity Level And Health-Related Quality Of Life İn The General Adult Population: A Systematic Review”, **Preventive Medicine**, Vol. 45, No. 6, 2007, ss.401–415

Boehm, Lawrence E. "The Validity Effect: A Search for Mediating Variables", **Personality and Social Psychology Bulletin**, Vol.20, No.3, Haziran 1994, ss.285–293

Bontis, Nick, William Chua Chong Keow ve Stanley Richardson, "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries", **Journal of Intellectual Capital**, Vol.1, No.1, 2000, pp.85-100

Booth, Michael L., "Assessment of Physical Activity: An International Perspective", **Research Quarterly for Exercise and Sport**, Vol.71, No.2, 2000, pp.114-120

Borgatti, Stephen P., Martin G. Everett ve Linton C. Freeman, "UCINET IV: Network Analysis Software", **Connections**, Vol.15, No.1-2, Summer 1992, pp.12-15

Boschee, Jerr, Social Entrepreneurship, **Across the Board**, Vol.32, No.3, 1995, pp.20-23

Boschma, Ron A., "The Industrial Rise of the Third Italy: Open Window of Locational Opportunity?", **38th Congress of the European Regional Science Association**, Vienna, 28 August - 1 September 1998, pp.2-33

Bouchard, Claude ve Andrea Kriska, "Physical Activity and Public Health: A Recommendation From The Centers For Disease Control and Prevention and The American College of Sports Medicine", **JAMA: Journal of The American Medical Association**, Vol. 273, No. 5, ss.402-407

Bouncken, Ricarda B., Sascha Kraus, "Innovation in Knowledge-Intensive Industries: The Double-Edged Sword of Coopetition", **Journal of Business Research**, Vol.66, No.10, 2013, pp.2060-2070

Boutillier, Sophie, Denis Carré ve Nadine Levratto, **Entrepreneurial Ecosystems** Vol.2 (Smart Innovation Set), New Jersey: John Wiley & Sons, 2016

Bowonder, B., Anirudha Dambal, Shambhu Kumar ve Abhay Shiroadkar, "Innovation Strategies for Creating Competitive Advantage", **Research Technology Management**, Vol.53, No.3, 2010, pp.19-32

Bozkurt, Özlem Çetinkaya, Adnan Kalkan, Osman Koyuncu ve Ali Murat Alparslan, "Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma", **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.1, Sayı.15, 2012, ss.229-247

Bozkurt, Öznur ve Kutbettin Erdurur, "Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.8, Sayı.2, 2013, ss.57-78

Bozkurt, Öznur, Armağan Ercan ve İrfan Yurt, "Bireysel Değerler ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.13, Sayı.1, Yaz 2018, ss.43-55

Brockner, Joel, E. Tory Higgins ve Murray B. Low, "Regulatory Focus Theory And The Entrepreneurial Process", **Journal Of Business Venturing**, Vol.19, No.2, 2004, pp.203-220

Brooks, Michael, "Flaw and Order", **New Scientist**, Vol.239, No.3197, 2018, pp.22-23

Brown, Gregory W., Robert S. Harris, Wendy Hu, Tim Jenkinson, Steven N. Kaplan, David T. Robinson, “Can Investors Time Their Exposure to Private Equity?”, **Kenan Institute of Private Enterprise Research** Paper No.18-26, January 22, 2020

Brown, Stuart S. ve David H. Levey, “The Global Innovation System: A New Phase of Capitalism”, **International Journal of Business, Humanities and Technology**, Vol.5, No.1, 2015, pp.6-10

Brüderl, Josef ve Peter Preisendörfer, “Network Support and the Success of Newly Founded Businesses”, **Small Business Economics**, Vol.10, No.3, May 1998, pp.213-225

Buckner, Elizabeth ve Rebecca Hodges, “Cheating or Cheated? Surviving Secondary Exit Exams in a Neoliberal Era”, **Compare: A Journal of Comparative and International Education**, Vol.46, No.4, 2016, pp.603–623

Bujor, Adriana ve Silvia Avasilcai, “The Creative Entrepreneur: a Framework of Analysis”, **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, Vol.221, 2016, pp.21-28

Bulut, Çağrı, Ahmet Murat Fiş, Bora Aktan, Senem Yılmaz, “Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma”, **Journal of Yaşar University**, Vol.3, No.10, 2008, ss.1389-1416

Bumin, Birol ve Hakan Erkutlu, “Örgütlerde Yaratıcı Düşünceyi Geliştirme”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.22, Sayı.1, 2004, ss.235-247

Burt, Ronald S. “The Network Structure of Social Capital”, **Research in Organizational Behavior**, Vol.22, 2000, pp.345-423

Burton, Rob. J.F. ve Geoff A. Wilson, “Injecting Social Psychology Theory into Conceptualisations of Agricultural Agency: Towards a Post-productivist Farmer Self-identity?”, **Journal of Rural Studies**, Vol.22, No.1, 2006, pp.95-115

Byron, Kris ve Shalini Khazanchi, “Rewards and Creative Performance: A Meta-Analytic Test of Theoretically Derived Hypotheses”, **Psychological Bulletin**, Vol.138, No.4, March 2012, pp.809-830

Cacioppo, John T. ve Richard E. Petty, “The Need for Cognition”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol. 42, No. 1, 1982, s.116-131

Cacioppo, John T., Richard E. Petty ve Katherine J. Morris, “Effects of Need for Cognition on Message Evaluation, Recall and Persuasion”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.45, No.4, 1983, ss.805–818.

Cacioppo, John T., Richard E. Petty, Jeffrey A. Feinstein, W. Blair ve G. Jarvis, “Dispositional Differences in Cognitive Motivation: The Life and Times of Individuals Varying in Need for Cognition”, **Psychological Bulletin**, Vol. 119, No. 2, 1996, ss.197-253

Calantone, Roger J., C. Anthony di Benedetto, Sriraman Bhoovaraghavan, “Examining the Relationship between Degree of Innovation and New Product Success”, **Journal of Business Research**, Vol.30, 1994, pp.143-148

Callois, J. Marc, Van Angeon, “On the Role of Social Capital on Local Economic Development: An Econometric Investigation on Rural Employment Areas in France”, **AES Conference**, 2004, pp.1-27

Cannarella, Carmelo ve V. Piccioni, “Innovation Transfer and Rural SMEs”, **Journal of Central European Agriculture**, Vol.4, No.4, 2003, pp.371-388

Cansız, Mehmet ve M. Demet Ulusoy, “Teknoloji Tabanlı Girişimcilerin Başarısında Yapısal, Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Beşeri Sermayenin Etkileri: Türkiye Örneği”, **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi**, Sayı.56, 2017, ss.117-153

Cantner, Uwe ve Kristin Joel, “Network Position, Absorptive Capacity and Firm Success”, **The IUP Journal of Knowledge Management**, Vol.9, No.1, 2011, pp.57-83

Cao, Yi, Jian Gao, Defu Lian, Zhihai Rong, Jiayu Shi, Qing Wang, Yifan Wu, Huaxiu Yao ve Tao Zhou, “Orderness Predicts Academic Performance: Behavioral Analysis on Campus Lifestyle”, **Journal of the Royal Society Interface**, Vol.15, No.146, 2018, pp.1-11

Carlson, Andrew ve Alyssa M. Isaacs, “Technological Capital: An Alternative to the Digital Divide”, **Journal of Applied Communication Research**, Vol.46, No.2, 2018, pp.243-265

Carolis, Donna Marie De, Patrick Saporito, “Social Capital, Cognition and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol.30, No.1, January 2006, pp.41-56

Cengiz, Ceyhan Akın, “Bergson Felsefesinde Bilinç, Süre, Madde ve Evrim İlişkisi Bağlamında Hayat”, **Mütefekkir**, Cilt.4, Sayı.7, Haziran 2017, ss.79-98

Chan, Chiu-Shui, “Cognitive Processes in Architectural Design Problem Solving”, **Design Studies**, Vol.11, No.2, 1990, pp.60-80

Charles, Susan Turk, Margaret Gatz, Kenji Kato ve Nancy L Pedersen, “Physical Health 25 Years Later: The Predictive Ability of Neuroticism”, **Health Psychology**, Cilt.27, Sayı.3, 2008, pp.369-378

Chell, Elizabeth ve Susan Baines, “Networking, Entrepreneurship and Microbusiness Behaviour”, **Entrepreneurship and Regional Development**, Vol.12, No.3, November 2010, pp.195-215

Chell, Elizabeth, “Social Enterprise and Entrepreneurship: Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process”, **International Small Business Journal**, Vol.25, No.1, February 2007, pp.5-26

Cheng, Chi Jyun ve Eric Shiu, “Re-Innovation: The Construct, Measurement, And Validation”, **Technovation**, Vol.28, No.10, October 2008, pp.658-666

Chesbrough, Henry ve Andrew R. Garman, “How Open Innovation Can Help You Cope in Lean Times”, **Harvard Business Review**, Vol.87, No.12, 2009, pp.68-76

Chesbrough, Henry William ve Adrienne Kardon Crowther, Beyond High Tech: Early Adopters of Open Innovation in Other Industries, **R&D Management**, Vol.36, No.3, 2006, pp.229-236

Chesbrough, Henry William, “The Era of Open Innovation”, **Sloan Management Review**, Vol.44, No.3, 2003, pp.35-41

Chesbrough, Henry, “Managing Open Innovation”, **Research Technology Management**, Vol.47, No.1, 2004, pp.23-26

Chi, Na-Wen, Yin-Me Huang and Shu-Chi Lin, “Double-Edged Sword? Exploring The Curvilinear Relationship Between Organizational Tenure Diversity And Team Innovation: The Moderating Role Of Team-Oriented HR Practices”, **Group Organization Management**, Vol.34, No.6, 2009, pp.698-726

Chu, Priscilla, “Social Network Models of Overseas Chinese Entrepreneurship: The Experience in Hong Kong and Canada”, **Canadian Journal of Administrative Sciences**, Vol.13, No.4, 1996, pp.358-365

Clark, Andy, “Radical Predictive Processing”, **The Southern Journal of Philosophy**, Vol.53, No.S1, 2015, pp.3-27

Clark, J. R. ve Dwight R. Lee, “Freedom, Entrepreneurship and Economic Progress”, **The Journal of Entrepreneurship**, Vol.15, No.1 2006, pp.1-17.

Clark, John ve Ken Guy, “Innovation and Competitiveness: A Review”, **Technology Analysis and Strategic Management**, Vol.10, No.3, 1998, pp.363-395, p.367

Clifton, Nick and Phil Cooke, “The ‘Creative Class’ in the UK: Research Briefing”, **Regions Magazine**, Vol.266, No.1, January 2007, pp.10-11

Clifton, Nick, “The ‘Creative Class’ in the UK: An Initial Analysis”, **Geografiska Annaler Series B Human Geography**, Vol.90, No.1, March 2008, pp.63-82

Cohen, Don ve Laurence Prusak, **In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work**, Brighton, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2001

Collier, Paul, “Social Capital and Poverty”, **Social Capital Initiative Working Paper** No. 4, Washington DC: The World Bank Social Development Family Environmentally and Socially Sustainable Development Network, December 1998

Comeau, Gilles ve Veronika Huta, “Addressing Common Parental Concerns About Factors That Could Influence Piano Students’ Autonomous Motivation, Diligence, And Performance”, **Intersections**, Vol. 35 No.1, 2015, p27-52

Cooney, Thomas M. Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses Report, **Skills Development for SMEs and Entrepreneurship Workshop**, Copenhagen: OECD, 2012, pp.1-23

Cooper, Arnold, F. Javier Gimeno-Gascón ve Carolyn Y. Woo, “Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance”, **The Journal of Private Equity**, Vol.1, No.2, Winter 1997, pp.13-30

Cosmelli, Diego ve David D.Preiss, “On The Temporality Of Creative Insight: A Psychological And Phenomenological Perspective”, **Frontiers in Psychology**, Vol.5, No.1184, October 2014, ss.1-6

Coşkun, Hüseyin Emre, “Sanayi Neden Üniversite ile İşbirliği Yapar?”, **Standart: Ekonomik ve Teknik Dergi**, Sayı.666, Mayıs 2018, ss.26-31

Coşkun, Seval, Muammer Mesci ve İzzet Kılınç, ““Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak İnovasyon Stratejileri: Kocaeli Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma”, **Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.13, Sayı.2, 2013, ss.101-132

Covington, Martin V. “Teaching for Creativity: Some Implications for Art Education”, **Studies in Art Education**, Vol.9, No.1, 1967, pp.8-32

Craig, Cora L., Alison L. Marshall, Michael Sjostrom, Adrian E. Bauman, Michael L. Booth, Barbara E. Ainsworth, Michael Pratt, Ulf Ekelund, Agneta Yngve, James F. Sallis ve Pekka Oja, “International Physical Activity Questionnaire: 12-Country Reliability and Validity”, **Medicine & Science In Sports & Exercise**, Vol.35, No.8, 2003, pp.1381-1395

Cromie, Stanley ve John Hayes, “Towards A Typology Of Female Entrepreneurs”, **Sociological Review**, Vol.36, No.1, pp.87-113

Crossan, Mary M. and Marina Apaydin, “A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature”, **Journal of Management Studies**, Vol.47, No.6, September 2010, pp.1154-1191

Cruickshank, Prue ve Deborah Rolland, “Entrepreneurial Success through Networks and Social Capital: Exploratory Considerations from GEM Research in New Zealand”, **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, Vol.19, No.1, 2006, pp.63-80

Crutchfield, Richard S., “Conformity and Creative Thinking”, **Contemporary Approaches to Creative Thinking: A Symposium Held at the University of Colorado**, H. E. Gruber, G. Terrell, & M. Wertheimer (eds.), New York: Atherton Press Behavioral Science Series, 1961, pp.120-140

Csikszentmihalyi, Mihaly, “Society, Culture, and a Person: A Systems View of Creativity”. **The Nature of Creativity: Contemporary Psychological Perspectives**, Robert J. Sternberg (Ed.), Cambridge: Cambridge University Press, 1988, pp.325-340

Curran, Kevin, Andrew McClintock, Charles Young, Dennis McKeag, Gavin Killeen, “RFID in the Production Line for Work Flow Improvement”, **International Journal of Agile Systems and Management**, Vol.6, No.1, 2013, pp.83-112

Curtiss, Jarmila, **Determinants of Financial Capital Use**, Comparative Analysis of Factor Markets for Agriculture across the Member States Working Paper No.19, February 2012

Çaba, Deniz, “Dijital Çağda Değişen Haber Sunumu: Gazetecilikte Sanal Gerçeklik Uygulamaları”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, Mart 2018, ss.691-723

Çakmak, Ömer ve Mehmet Kaya, “Akıllı Malzeme Şekil Hafızalı Alaşımların Termodinamiği”, **Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi**, Cilt.6, Sayı.2, 2017, ss.541-555

Çankaya, İbrahim H. ve Zülfü Demirtaş, “Öğretmen Adaylarının Görüşlerine Göre Üniversite İklimi ve Atalet Arasındaki İlişki”, **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı 28, Temmuz 2010, ss.1-9.

Çankaya, İbrahim H., “İlköğretim Okul Yöneticilerinin Vicdan Odaklı Yaklaşım Düzeyleri ile Atalet Algıları Arasındaki İlişki”, **Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.11, Sayı.2, Ağustos 2010, ss.65-74

Çankaya, İbrahim H., “Okullarda Kurumsal Ataleti Yenmek: Yönetici Görüşlerinin Değerlendirilmesi”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, Cilt.18, Sayı.3, Eylül 2010, ss.705-718.

Çavuş, Mustafa Fedai ve Nazmiye Ülkü Pekkan, “Bilgi Ataletinin Karar Verme Tarzına Etkisi: Adana İlinde Bir Uygulama”, **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, 16.Ulusal İşletmecilik Kongresi Özel Sayısı, 2017, ss.563-575

Çekmecelioğlu, Hülya Gündüz ve Ayşe Günsel, “Promoting Creativity Among Employees Of Mature Industries: The Effects Of Autonomy And Role Stress On Creative Behaviors And Job Performance”, 7th International Strategic Managemet Conference, **Procedia Social and Behavioral Sciences**, Vol.24, 2011, ss.889-895

Çekmecelioğlu, Hülya Gündüz ve Gönül Kaya Özbağ, “Psychological Empowerment and Support for Innovation in Turkish Manufacturing Industry: Relations with Individual Creativity and Firm Innovativeness”, **Journal of East European Management Studies**, Vol.21, No.1, 2016, pp.10-34

Çellek, Tülay, “Sanat ve Bilim Eğitiminde Yaratıcılık”, **Pivolka Dergi**, Cilt.2, No.8, 2003, ss.3-11

Çetin, Murat, “Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.21, Sayı.1, 2006, ss.1-25

Çitçi, Umut Sanem ve Recai Coşkun, “Sosyal Ağ Kullanımında Süreç Yaklaşımı: Girişimcilerin Sosyal Ağları Kullanımında Farklılaşmanın Değerlendirilmesi”, **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.12, Sayı.23, 2012, ss.125-156

Çögürcü, İclal, İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 35, ss.65-80

Çuhacı, Y. Kemal, “Global Riskler”, **Reasürör**, Sayı.84, Nisan 2012, ss.8-11

Dağıstan, Umut, “Girişimcilik Kavramı ve Kültür Olgusu”, **International Social Sciences Studies Journal**, Vol.5, No.34, 2019, ss.2337-2346

Dahlender, Linus ve David Michael Gann, “How Open is Innovation?”, **Research Policy**, Vol.39, No.6, July 2010, pp.699-709

Dane, Erik, “Where is My Mind? Theorizing Mind Wandering and Its Performance-Related Consequences in Organizations”, **The Academy of Management Review**, Vol.43, No.2, January 2017, ss.179–197

Darvish, Hassan ve Elaheh Alhouei Nazari, “Organizational Learning Culture - The Missing Link between Innovative Culture and Innovations (Case Study: Saderat Bank of Iran)”, **Economic Insights – Trends and Challenges**, Vol.2, No.1, 2013, pp.1-16

Dees, J. Gregory, The Meaning of Social Entrepreneurship, **Ewing Marion Kauffman Foundation Working Paper**, Kansas: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 2001

Demir, Ahmet Zeki ve Doğançan Soydoğan, “Patent Yenilik İlişkisi ve Patentin Firma Performansı Üzerine Etkileri”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.10, Sayı.49, Nisan 2017, ss.589-595

Demircioğlu, Zübeyde ,“Girişimcilik Kadınlar İçin Bir Sosyal Hareketlilik Aracı Olabilir Mi? Eskişehir’de Kendi İşini Kuran Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme”, **Sosyoloji Konferansları**, Cilt.54, No.2, 2016, ss.143-166

Deneve, Kristina M. ve Harris Cooper, “The Happy Personality: A Meta-Analysis Of 137 Personality Traits and Subjective Well-Being”, **Psychological Bulletin**, Vol.124, No.2, 1998, pp.197-229

Deniz, Duygu ve Metin Reyhanoglu, “İten ve Çeken Faktörler Temelinde Türkiye’deki Suriyeli Mültecilerin Girişimci Olma Nedenleri”, **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**, Cilt.7, Sayı.2, Aralık 2018, ss.33-66

Denizhan, Berrin, Ayten Yılmaz Yalçiner, Ebru Gizem Yılmaz ve Ecem Bayar, “Kabiliyet Odaklı Sanayi Kümelenmesi: Sakarya Üniversitesi Teknokent Örneği”, **Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, Cilt.22, Sayı.2, 2018, ss.719-727

Denton, D. Keith, “Entrepreneurial Spirit”, **Business Horizons**, Vol.36, No.3, 1993, pp.79-84

Dinovitzer, Ronit, “Social Capital and Constraints on Legal Careers”, **Law & Society Review**, Vol.40, No.2, 2006, pp.445-480

Direktör, Cemaliye ve Cahit Nuri, “Benlik Saygısının Akademik Motivasyon Üzerindeki Etkisi: Otomatik Düşüncenin Aracı Rolü”, **Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi**, Cilt.1, Sayı.1, 2017, ss.66-75

Dixon, Michael, Sheryl E. Kimes, Rohit Verma, “Customer Promoter Preferences for Restaurant Technology Innovations”, **Cornell Hospitality Report**, Vol.9, No.7, 2009, pp.6-16

Doh, Soogwan ve Edmund J. Zolnik, “Social Capital and Entrepreneurship: An Exploratory Analysis”, **African Journal of Business Management**, Vol.5, No.12, 2011, pp.4961-4975

Drejer, Anders, “Situations for Innovation Management: Towards a Contingency Model”, **European Journal of Innovation Management**, Vol. 5, No.1, 2002, pp.4-17

Drejer, Anders, “Towards a Model for Contingency of Management of Technology”, **Technovation**, Vol.22, No.6, 2002, pp.363-370, p.366

Droge, Cornelia, Roger Calanton ve Nukhet Harmancioglu, “New Product Success: Is It Really Controllable By Managers in Highly Turbulent Environments?”, **Journal of Product Innovation Management**, May 2008, Vol.25, No.3, pp.272-286

Drucker, Peter F. “The Discipline of Innovation”, **Harvard Business Review**, Vol.80, No.8, 2002, pp.95-103

Drucker, Peter F., **Innovation and Entrepreneurship**, 17.Edition, New York: Harpercollins, 2009

Dubini, Paola ve Howard Aldrich, “Personal and Extended Networks Are Central to the Entrepreneurship Process”, **Journal of Business Venturing**, Vol.6, No.5, 1991, pp.305-313

Duman, Hakan ve Selim Takur, “Türkiye’de Katılım Bankacılığının Girişimcilik Ekosistemleri Üzerine Etkisi”, **Journal Of Institute Of Economic Development And Social Researches**, Vol.5, No.6, 2019, ss.33-44

Durak, İbrahim, “Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.9, Sayı.2, 2011, ss.191-213

Durak, İbrahim, “Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.9, No.2, 2011, ss.191-213

Duran, Cengiz ve Metin Saraçoğlu, “Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci”, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt.16, No.1, 2009, ss.57-71

Dursun, Onur, “Toplumu Pierre Bourdieu İle Düşünmek”, **Global Media Journal TR Edition**, Cilt.8, Sayı.16, Bahar 2018, ss.68-123

Durukan, Tülin, “Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21.Yüzyılda Girişimciliğin Önemi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2007, ss.25-37

Dyer, Jeffrey H., Hal B. Gregersen ve Clayton Christensen, “Entrepreneur Behaviors, Opportunity Recognition, and The Origins Of Innovative Ventures”, **Strategic Entrepreneurship Journal**, Vol.2, 2008, pp.317-338

Edquist, Charles ve Leif Hommen, “Systems of innovation: theory and policy for the demand side”, **Technology in Society**, Vol.21, No.1, 1999, pp.63-79

Edwards-Schachter, Mónica, Ana García-Granero, Mabel Sánchez-Barrioluengo, Henry Quesada-Pineda ve Nabil Amara, “Disentangling Competences: Interrelationships on Creativity, Innovation and Entrepreneurship”, **Thinking Skills and Creativity**, Vol.16, June 2015, pp.27-39

Egbert, Henrik, “Business Success Through Social Networks? A Comment on Social Networks and Business Success”, **American Journal of Economics and Sociology**, Vol.68, No.3, July 2009, pp.665-677

Eisenberger, Robert ve Justin Aselage, “Incremental Effects of Reward on Experienced Performance Pressure: Positive Outcomes for Intrinsic Interest and Creativity”, **Journal of Organizational Behavior**, Vol.30, No.1, 2009, pp.95-117

Eisenberger, Robert ve Linda Rhoades, “Incremental Effects of Reward on Creativity”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.81, No.4, 2001, pp.728-741

Eisenberger, Robert ve Linda Shanock, “Rewards, Intrinsic Motivation, and Creativity: A Case Study of Conceptual and Methodological Isolation”, **Creativity Research Journal**, Vol.15, No.2, July 2003, pp.121-130

Eisenberger, Robert ve Stephen Armeli, “Can Salient Reward Increase Creative Performance Without Reducing Intrinsic Creative Interest?”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.72, No.3, 1997, pp.652-663

Eisenberger, Robert ve Stephen Arneli, Jean Pretz, “Can the Promise of Reward Increase Creativity?”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.74, No.3, 1998, pp.704-714

Eisenberger, Robert, “Learned Industriousness”, **Psychological Review**, Vol.99, No.2, 1992, pp.248-267

Eisenberger, Robert, W. David Pierce ve Judy Cameron, “Effects of Reward on Intrinsic Motivation - Negative, Neutral, and Positive: Comment on Deci, Koestner, and Ryan (1999)”, **Psychological Bulletin**, Vol.125, No.6, December 1999, pp.677-700

Elfring, Tom ve Willem Hulsink, “Networks in Entrepreneurship: The Case of High-technology Firms”, **Small Business Economics**, Vol.21, No.4, December 2003, pp.409-422

Ellison, Nicole B., Charles Steinfield ve Cliff Lampe, “The Benefits of Facebook Friends: Social Capital and College Students- Use of Online Social Network Sites” , **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol.12, No.4, July 2007, pp.1143-1168

Ellison, Nicole, Charles Steinfield ve Cliff Lampe, “Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook”, **Annual Conference of the International Communication Association**, Dresden, Germany, June 19-23-2006, pp.1-38

Ellison, Scott, “Hard-Wired For Innovation? Comparing Two Policy Paths Toward Innovative”, **International Education**, Vol.39, No.1, Fall 2009, pp.30-48

Emmerik, IJ. Hetty Van, “Gender Differences in The Creation Of Different Types Of Social Capital: A Multilevel Study”, **Social Networks**, Vol.28, No.1, 2006, pp.24-37

Eow, Yee Leng, Wan Zah bte Wan Ali, Rosnaini bt. Mahmud ve Roselan Baki, “Form One Students' Engagement With Computer Games And Its Effect On Their Academic Achievement In A Malaysian Secondary School”, **Computers & Education**, Vol.53, No.4, December 2009, ss.1082-1091

Er, Perihan Hazel, “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.29, 2013, ss.75-85

Erdoğan, M. Yüksel, “Yaratıcılık ile Öğretmen Davranışları ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkiler”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.5, Sayı.17, Yaz 2006, ss.95-106

Eren, Erol ve Hülya Gündüz, “İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Cilt.5, 2002, ss.65-84

Erkan, Hüsnü, “Temel Teknolojik Paradigmat Kaymalardan Sosyal Bilimlere Yansımalar”, **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi**, Sayı.45, Ocak 2012, ss.125-148

Eroğlu, Ilgım ve Süha Erda, “Türkiye’deki Televizyon Üreticilerinin İnovasyon Karakteristikleri Üzerine Bir İnceleme”, **Tasarım Artı Kuram Dergisi**, Sayı.23, Mayıs 2017, ss.120-136

Ersoy, Esen ve Neş’e Başer, “İlköğretim 6. Sınıf Öğrencilerinin Yaratıcı Düşünme Düzeyleri”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.2, Sayı.9, Güz 2009, ss.128-137

Esenbess, Silke A., Daan van Knippenberg, Sabine Boerner, “Transformational Leadership and Team Innovation: Integrating Team Climate Principles”, **Journal of Applied Psychology**. Vol.93, No.6, 2008, pp.1438-1446

Eşitti, Bekir ve Haluk Erdem, “Birey-Örgüt Uyumunun Örgütsel İnovasyon Üzerindeki Etkileri: Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma”, **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.6, Sayı.4, 2017, ss.475-489

Eşkinat, Rana, “Sosyal Sermayenin Sürdürülebilir Kalkınmaya Etkisi”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.15, No.4, 2015, ss.75-90

Etem, Hatice, Innovation & Entrepreneurship in Business Ecosystems: A Study on the Need for a Paradigm Shift in Turkey, **Master of Business Administration**, Yeditepe University Institute of Social Sciences, İstanbul, 2015

Ettlie, John E., William P. Bridges ve Robert D. O'Keefe, "Organization Strategy and Structural Differences for Radical versus Incremental Innovation", **Management Science**, Vol.30, No.6, 1984, pp.682-695

Etzioni, Amitai, "On Social and Moral Revival", **The Journal of Political Philosophy**, Vol.9, No.3, 2001, pp.356-371

European Commission, "Entrepreneurship in Higher Education, Especially Within Non-Business Studies", Final Report of the Expert Group, Directorate-General for Enterprise and Industry, 2008

Fadahunsi, Akin, "Researching Informal Entrepreneurship in Sub-Saharan Africa: A Note on Field Methodology", **Journal of Developmental Entrepreneurship**, Vol.5, No.3, 2000, pp.249-260

Farrell, Henry ve Jack Knight, "Trust, Institutions, and Institutional Change: Industrial Districts and the Social Capital Hypothesis", **Politics & Society**, Vol.31, No.4, 2003, pp.537-566

Feldhusen, John F. "Creativity: A Knowledge Base, Metacognitive Skills, and Personality Factors", **Journal of Creative Behavior**, Vol.29, No.4, 1995, pp.255-268

Feng, Shi, Sidney D'Mello ve Arthur C. Graesser, "Mind Wandering While Reading Easy and Difficult Texts", **Psychonomic Bulletin and Review**, Vol.20, No.3, June 2013, ss.586-592

Fennis, Bob M. ve Jacob H. Wiebenga, "Disordered Environments Prompt Mere Goal Pursuit", **Journal of Environmental Psychology**, Vol.43, No.9, 2015, pp.226-237

Ferhat, Savaş, "Dijital Dünyanın Gerçekliği, Gerçek Dünyanın Sanallığı: Bir Dijital Medya Ürünü Olarak Sanal Gerçeklik", **TRT Akademi**, Cilt.1, Sayı.2, 2016, ss.724-745

Ferlander, Sara, "The Importance of Different Forms of Social Capital for Health", **Acta Sociologica**, Vol.50, No.2, 2007, pp.115-128

Fernandes, Cristina I., João J. M. Ferreira, Carla Marques, "Innovation Management Capabilities in Rural and Urban Knowledge Intensive Business Services", **Service Business**, Vol.9, No.2, 2013, pp.233-256

Fischer, Manfred M. "Innovation, Knowledge Creation and Systems of Innovation", **The Annals of Regional Science**, Vol.35, No2, 2001, pp.199-216

Fiş, Ahmet Murat ve S. Arzu Wasti, "Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi, **ODTÜ Gelişme Dergisi**, Cilt 35, Muhan Soysal Özel Sayısı, 2009, ss.127-164

Florida, Richard, **Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor: Yetenek İçin Küresel Rekabet**, Zeynep Kökkaya Chalar (çev.), İstanbul: MediaCat Kitapları, 2011

Floyd, Steven W. ve Bill Wooldridge, “Knowledge Creation and Social Networks in Corporate Entrepreneurship: The Renewal of Organizational Capability”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Vol.23, No.3, pp.123-143

Flynn, Barbara, “The Relationship between Quality Management Practices, Infrastructure and Fast Product Innovation”, **Benchmarking An International Journal**, Vol.1, No.1, 1994, pp.48-64

Flynn, M., L. Dooley, D. O'Sullivan and K. Cormican, “Idea Management for Organizational Innovation”, **International Journal of Innovation Management**, Vol.7, No.4, 2003, pp.417-442

Forno, Arianna Dal, Arianna Forno, Ugo Merlone, “Social Entrepreneurship Effects on The Emergence of Cooperation in Networks”, **Emergence: Complexity and Organization**, Vol.11, No.4, 2009, pp.48-58

Foster, Richard N. “A Call for Vision in Managing Technology”, **Business Week**, Vol.24, May 1982, pp.24-33

Frambach, Ruud T., Jaideep Prabhu ve Theo M.M. Verhallen, “The Influence of Business Strategy on New Product Activity: The Role of Market Orientation”, **International Journal of Research in Marketing**, Vol.20, No.4, December 2003, pp.377-397

Freeman, C. “Network of Innovators: A Synthesis of Research Issues”, **Research Policy**, Vol.20, No.5, 1991, pp.499-514

Freeman, John Dolliver ve Jerome S. Engel, “Models of Innovation: Startups and Mature Corporations”, **California Management Review**, Vol.50, No.1, 2007, pp.54-119

French, Richard D. “Political Capital”, **Journal of Representative Democracy**, Vol.47, No.2, 2011, pp.215-230;

Frese, Michael ve Michael M. Gielnik, “The Psychology of Entrepreneurship”, **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, Vol.1, 2014, pp.413-38.

Frese, Michael, “Toward a Psychology of Entrepreneurship: An Action Theory Perspective”, **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, Vol.5, No.6, 2009, pp.435–494

Fukuyama, Fransis, “Social Capital, Civil Society and Development”, **Third World Quarterly**, Vol.22, No.1, 2001, pp.7-20

Galanakis, Kostas, "Innovation Process: Make Sense Using Systems Thinking", **Technovation**, Vol.26, No.11, November 2006, pp.1222-1232

Galenson, David W. "Anticipating Artistic Success (or, How to Beat the Art Market): Lessons from History", **National Bureau of Economic Research Working Paper No.11152**, Cambridge, 2005

Gallouj, Fałz, Oliver Wenstein. "Innovation in Services", **Research Policy**, Vol.26, No.4-5, 1997, pp.537-556

Gandelman, Nestor ve Virginia Robano, "Intragenerational Mobility and Entrepreneurship in Uruguay. **Latin American Journal of Economics**, Vol.51, No.2, 2014, pp.195-226

Gandotra, Navdeep Kumar, "Innovation Culture For Sustainable Competitive Advantage", **Asia Pacific Journal of Research in Business Management**, Vol.1, No.2, 2010, pp.51-59

Ganzer, Paula Patricia, Cassiane Chais, Pelayo Munhoz Olea, "Product, Process, Marketing and Organizational Innovation in Industries of the Flat Knitting Sector", **RAI: Management and Innovation**, Vol.14, No.4, 2017, pp.321-332

Garaigordobil, Maite, "Intervention in Creativity With Children Aged 10 and 11 Years: Impact of a Play Program on Verbal and Graphic-Figural Creativity", **Creativity Research Journal**, Vol.18, No.3, ss.329-345

Gargiulo, Martin ve Mario Benassi, "Trapped in Your Own Net? Network Cohesion, Structural Holes, and the Adaptation of Social Capital", **Organization Science**, Vol.11, No.2, April 2000, pp.183-196

Gassmann, Oliver ve Christoph H. Wecht, "Early Customer Integration Into the Innovation Process", **Conference: 12th International Product Development Management (IPDM)** At: Copenhagen, Denmark, June 2005, pp.1-12

Gautam, Vinayshil ve Vinnie Verma, "Corporate Entrepreneurship: Changing Perspectives", **The Journal of Entrepreneurship**, Vol.6, No.2, pp.233-244

Gay, Brigitte ve Bernard Dousset, "Innovation and Network Structural Dynamics: Study of the Alliance Network of a Major Sector of the Biotechnology Industry", **Research Policy**, Vol.34, No.10, December 2005, pp.1457-1475

Gebert, Dether, Sabine Boerner, Eric Kearney, "Fostering Team Innovation: Why Is It Important to Combine Opposing Action Strategies?", **Organization Science**, Vol.21, No.3, pp.593-608

George, Jennifer M. ve Jing Zhou, "When Openness To Experience And Conscientiousness Are Related To Creative Behavior: An İnteractional Approach", **Journal of Applied Psychology**, Vol.86, No.3, 2001, ss.513-524

Gerber, Michael E., **Girişimcilik Tutkusu: Kùçük İşletmeler Niçin Batar, Nasıl Büyür?**, 5.Baskı, Tayfur Keskin (çev.), İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2011

Giones, Ferran ve Alexander Brem, “Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda”, **Technology Innovation Management Review**, Vol.7, No.5, 2017, pp.44-51

Godin, Benoît, “National Innovation System: The System Approach in Historical Perspective”, **Science, Technology, & Human Values**, Vol.34, No.4, 2009, pp.476-501

Godin, Benoît, “The History and Politics of Innovation”, **TATUP**, Vol.27, No.1, 2018, pp.60-63

Goldenberg, Olga ve Jennifer Wiley, “Quality, Conformity, and Conflict: Questioning the Assumptions of Osborn’s Brainstorming Technique”, **Journal of Problem Solving**, Vol.3, No.2, February 2011, pp.96-118

Goldsby, Michael G., Donald F Kuratko, Jeff Hornsby, Jeffery D. Houghton, Christopher P. Neck, “Social Cognition and Corporate Entrepreneurship: A Framework for Enhancing the Role of Middle-Level Managers”, **International Journal of Leadership Studies**, Vol.2, No.1, pp.17-35

Gong, Yaping, Tae-Yeol Kim, Deog-Ro Lee ve Jing Zhu, “Multilevel Model of Team Goal Orientation, Information Exchange, and Creativity”, **Academy of Management Journal**, Vol.56, No.3, 2013, pp.827-851

González-Benito, Óscar, Javier González-Benito, Pablo A. Muñoz-Gallego, “Role of Entrepreneurship and Market Orientation in Firms' Success”, **European Journal of Marketing**, Vol.43, No.3/4, 2009, pp.500-522

Gökçe, Orhan ve Hülya Eşki Uğuz, “Selçuk Üniversitesi Öğrencilerinin Sosyal Sermaye Profilleri Üzerine Bir Çalışma”, **Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.9, Sayı.18, 2009, ss.323-351

Göksel, Aykut, Belgin Aydınant ve Dursun Bingöl, “Örgütlerde Bilgi Paylaşım Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış”, **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, Cilt.65, No.4, ss.87-109

Granovetter, Mark S., “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, **American Journal of Sociology**, Vol.91, No.3 November 1985, pp.481-510

Granovetter, Mark S., “The Strength of Weak Ties”, **The American Journal of Sociology**, Vol.78, No.6, May 1973, pp.1360-1380

Greve, Arent ve Janet W. Salaff, “Social Networks and Entrepreneurship”, **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol.28, No.1, January 2003, pp.1-22

Grimaldi, Rosa, Martin Kenney, Donald S. Siegel, Mike Wright, “30 Years After Bayh–Dole: Reassessing Academic Entrepreneurship. **Research Policy**, Vol.40, No.8, 2011, pp.1045-1057

Grimpe, Christoph, “Successful Product Development after Firm Acquisitions: The Role of Research and Development”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.24, No.6, 2007, pp.614-628

Guerrero, Maribel ve David Urbano, The Development of an Entrepreneurial University, **Journal of Technology Transfer**, Vol.37, No.1, 2010, pp.43-74

Guilford, Joy Paul, “Creativity”, **American Psychologist**, Vol.5, No.9, 1950, pp.444-454

Gulati, Ranjay, “Alliances and Networks”, **Strategic Management Journal**, Vol.19, No.4, 1998, pp.293-317

Gusnard, Debra A., Erbil Akbudak, Gordon L. Shulman ve Marcus E. Raichle, “Medial Prefrontal Cortex and Self-Referential Mental Activity: Relation to a Default Mode of Brain Function”, **Proceedings of the National Academy of Sciences**, Vol.98, No.7, March 2001, ss.4259-4264

Güler, Haktan Sevsay Mustafa Mıynat ve Hüseyin Aktaş, “Teknoloji Geliştirme Bölgesi Yatırımları Finansman Modellerinin İncelenmesi”, **Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt.24, Sayı.2, 2017, ss.447-467

Güleş, Hasan K. ve Hasan Bülbül, “Toplam Kalite Yönetiminin İşletmelerde Yenilik Çalışmalarına Katkıları”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2004, ss.115-129

Gümüşlüoğlu, Lale ve Arzu İlsev, “Transformational Leadership and Organizational Innovation: The Roles of Internal and External Support for Innovation”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.26, No.3, 2009, pp.264-277

Gümüşlüoğlu, Lale, “İnovasyon ve Liderlik”, **Savunma Sanayii Gündemi**, Cilt.3, No.9, 2009, ss.37-42

Güney, Semra ve Aysun Çetin, “Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Girişimcilik Kültürü”, **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.21, Sayı.1, 2003, ss.189-210

Günkör, Cumhuriyet ve M. Çağatay Özdemir, “Sosyal Sermaye ve Eğitim İlişkisi”, **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt.15, Sayı.1, 2017, ss.70-90

Gürbüz, Ahmet, “Günümüz Batılı Politik Yaklaşımların Kökeni Olarak İngiliz Yararcılığı”, **İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası**, Cilt.72, Sayı.1, 2014, ss.133-171

Güzel, Serkan, "Sosyal Yapı ve Toplumsal Yapı Bileşkesinde Sosyo-Kültürel Yapı Kavramı", **İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi**, Sayı.34, 2006, ss.83-96

Hadjimichalis, Costis, “The End of Third Italy as We Know It?”, **Antipode**, Vol.38, No.1, 2006, pp.82-106

Hagströmer, Maria, Pekka Oja ve Michael Sjöström, “The International Physical Activity Questionnaire (IPAQ): A Study of Concurrent and Construct Validity”, **Public Health Nutrition**, Vol.9, No.6, 2006, pp.755-762

Hall, Peter, “Creative Cities and Economic Development”, **Urban Studies**, Vol.37 No.4, 2000, pp.639-649

Hall, Wallace B. ve Donald W. MacKinnon, “Personality Inventory Correlates of Creativity Among Architects”, **Journal of Applied Psychology**, Vol.53, No.4, 1969, pp.322–326

Hallajian, Mahdiye, “The Effects Of Computer Games On Increasing Students' Creative Thinking”, **International Journal Of Humanities and Cultural Studies**, Special Issue, May 2016, ss.213-220

Hambrick Donald C. ve Phyllis A. Mason, “Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers”, **The Academy of Management Review**, Vol.9, No.2, April 1984, pp.193-206

Hamel, Gary, "The Why, What, and How of Management Innovation", **Harvard Business Review**, Vol.84, No.2, February 2006, pp.72-84

Hanna, Raid ve T. Barber, “An Inquiry into Computers in Design: Attitudes Before -Attitudes After”, **Design Studies**, Vol.22, No.3, 2001, pp.255-281

Hansen, Morten T. ve Julian Birkinshaw, “The Innovation Value Chain”, **Harvard Business Review**, Vol.85, No.6, 2007, pp.121-130

Hargrave, Timothy ve Andrew H. Van De Ven, “A Collective Action Model of Institutional Innovation”, **The Academy of Management Review**, Vol.31, No.4, October 2006, pp.864-888

Harris, Mary B., “Correlates and Characteristics of Boredom Proneness and Boredom”, **Journal of Applied Social Psychology**, Vol.30, No.3, 2000, pp.576-598

Hayton, James C. ve Donna J. Kelley, A Competency Based Framework For Promoting Corporate Entrepreneurship, **Human Resource Management**, Vol.45, No.3, 2006, pp.407-427

Hayton, James C., Gerard George, Shaker A. Zahra, “National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research”, **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol.26, No.4, pp.33-52

Hébert, Robert F. ve Albert N. Link, “The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques”, **Review of Industrial Organization**, Vol.4, No.2, 1989, pp.135-137

Henderson III, George W. “Industrial Commentary Innovation in the Global Textile Industry”, [The Journal of The Textile Institute](#), Vol.87, No.2, 1996, pp.95-96

Henderson, Rebecca ve Kim Clark, "Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms", **Administrative Science Quarterly**, Vol.35, No.1, March 1990, pp.9-30

Hennessey, Beth A. ve Teresa M. Amabile, "Creativity", **Annual Review of Psychology**, Vol.61, 2010, pp.569-598

Hennessey, Beth A., "The Social Psychology of Creativity", **Scandinavian Journal of Educational Research**, Vol.47, No.3, 2003, pp. 253-271

Hervieux, Chantal, Eric Gedajlovic, Marie-France B. Turcotte, "The Legitimization of Social Entrepreneurship", **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, Vol.4, No.1, 2010, pp.37-67

Hitt, Michael A., R. Duane Ireland, S. Michael Camp and Donald L. Sexton, "Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation", **Strategic Management Journal**, Vol.22, Special Issue, pp.479-491

Hoang, Ha ve An Yi, "Network-Based Research in Entrepreneurship: A Decade in Review", Network-based Research in Entrepreneurship: A Decade in Review", **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, Vol.11, No.1, 2015, pp.1-54

Hoang, Ha ve Bostjan Antoncic, "Network-Based Research in Entrepreneurship: A Critical Review", **Journal of Business Venturing**, Vol.18, No.2, March 2003, pp.165-187

Hobday, Michael, "Firm-Level Innovation Models: Perspectives on Research in Developed and Developing Countries", **Technology Analysis and Strategic Management**, Vol.17, No.2, 2005, pp.121-146

Hobday, Michael, Anne Boddington, Andrew Grantham, "Policies for design and policies for innovation: contrasting perspectives and remaining challenges", **Technovation**, Vol.32, No.5, 2012, pp.272-281

Hodgson, Geoffrey M. "Varieties of Capitalism and Varieties of Economic Theory", **Review of International Political Economy**, Vol.3, No.3, 1996, pp.380-433

Hofstede, Geert, "Motivation, Leadership and Organization: Do American Theories Apply Abroad", **Organizational Dynamics**, Vol.9, No.1, 1980, pp.42-63

Hofstede, Geert, "The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept", **Academy of Management Review**, Vol.9, No.3, 1984, pp.389-395

Hopp, Christian ve Ute Stephan, The Influence of Socio-cultural Environments on the Performance of Nascent Entrepreneurs: Community Culture, Motivation, Self efficacy and Start-up Success", **Entrepreneurship & Regional Development**, Vol.24, No.9-10, 2012, pp.917-945

Hsiao, Wen-Shih ve Chou Rong-Jyh, “A Creativity-based Design Process for Innovative Product Design”, **International Journal of Industrial Ergonomics**, Vol.34, No.5, 2004, pp.421-443

Hsiao, Yung-Chang, Shih-Chang Hung, Chung-Jen Chen ve Tse-Ping Dong, “Mobilizing Social Capital to Pursue Entrepreneurship”, **International Engineering Management Conference**, Singapore: IEEE, 2004, pp.684-688

Hu, Weiping ve Philip Adey , “A Scientific Creativity Test for Secondary School Students”, **International Journal of Science Education**, Vol.24, No.4, 2002, ss.389-403

Hurley, Robert F. ve G. Tomas M. Hult, “Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination”, **Journal of Marketing**, Vol.62, No.3, 1998, pp.42-54

Immordino-Yang, Mary Helen, Joanna A. Christodoulou ve Vanessa Singh, “Rest Is Not Idleness: Implications of the Brain’s Default Mode for Human Development and Education”, **Perspectives on Psychological Science**, Vol.7, No.4, 2012, pp.352-364

Isaksen, Scott G. **A Review of Brainstorming Research**, New York: Creative Problem Solving Group Monograph 302, 1998

Işık, Nihat ve Efe Can Kılınç, “İnovasyon Sistemi Yaklaşımı ve İnovasyonun Coğrafyası: Türkiye Örneği”, **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi**, Cilt.7, Sayı.1, 2012, ss.169-198

Işık, Nihat, Deniz Göktaş ve Efe Can Kılınç, “İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2011, ss.147-178

İpekten, O. Berna, "Risk Sermayesi Finansman Modeli", **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.7, Sayı.1, Şubat 2010, ss.385-408

İrmiş, Ayşe ve Lütüye Özdemir, “Girişimcilik ve Yenilik İlişkisi”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.9, Sayı.1, 2011, ss.135-161

İşeri, Müge ve Nurgül Chambers, “Üretim ve Perakende Ticaret Sektörlerinin Nakit Dönüşüm Süreçlerinin İrdelenmesi”, **Mali Çözüm Dergisi**, Sayı.62, Mart 2003, ss.1-6

Jakopin, Edvar, “Dynamic Entrepreneurship: The Engine of Economic Growth and Development in Serbia”, **Ekonomika Predezuca**, January-February 2013, pp.97-113

Jakopin, Edvar, “Dynamic Entrepreneurship: The Engine of Economic Growth and Development in Serbia”, **Ekonomika Predezuca**, January-February 2013

Jaskyte, Kristina ve William W. Dressler, “Organizational Culture and Innovation in Nonprofit Human Service Organizations”, **Administration in Social Work**, Vol.29, No.2, 2005, pp.23-41

Jaswal, Neeraj Kumar ve Rajib Lochan Dhar, “Transformational Leadership, Innovation Climate, Creative Self Efficacy and Employee Creativity: A Multilevel Study”, **International Journal of Hospitality Management**, Vol.51, October 2015, ss.30-41

Jeannotte, M. Sharon, “Singing Alone? The Contribution of Cultural Capital to Social Cohesion and Sustainable Communities”, **The International Journal of Cultural Policy**, Vol.9, No1, 2003, pp.35-49

Johannisson, Bengt, “Network Strategies: Management Technology for Entrepreneurship and Change”, **International Small Business Journal**, Vol.5, No.1, 1986, pp.19-30

Johnson, David, “What is Innovation and Entrepreneurship? Lessons for Larger Organizations”, **Industrial Commercial Training**, Vol.33, No.4, 2001, pp.135-140

Johnson, David, “What is Innovation Entrepreneurship?”, **Industrial and Commercial Training**, Vol.33, No.4, 2001, pp.135-140

Jones, Geoffrey G. ve R. Daniel Wadhwani, “Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda”, **Harvard Business School Working Paper** 07-007, 2006

Judge, William Q., Gerald E. Fryxell ve Robert S. Dooley, “The New Task of R&D Management: Creating Goal-Directed Communities For Innovation”, **California Management Review**, Vol.39, No.3, Spring 1997, ss.72-85

Kabadayı, Ebru Tümer ve Alev Koçak Alan, “Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2014, ss.203-207

Kahn, Kenneth B., “Market Orientation, Interdepartmental Integration, and Product Development Performance”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.18, No.5, 2001, pp.314-323

Kahraman, İsmail ve Semih Summak, “Okullarda Sosyal Sermayenin Geliştirilmesine Yönelik Bir Karma Yöntem Çalışması”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Yıl.4, Sayı.26, Mart 2016, ss.482-504

Kang, Sungmin ve Youn Kue Na, “The Effect of the Relationship Characteristics and Social Capital of the Sharing Economy Business on the Social Network, Relationship Competitive Advantage, and Continuance Commitment”, **Sustainability**, Vol.10, No.7, 2018, pp.1-22

Kapu, Hüsnü ve Faruk Baştürk, “Yaratıcılık Tekniklerinin İşletme Eğitimindeki Yeri ve Önemi”, **Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.8, Sayı.16, 2009, ss.523-540

Kapu, Hüsnü, “Sosyal Sermaye ve Organizasyonların Öngörü Yeteneğini Geliştirme Gücü”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt.22, Sayı.1, 2008, ss.259-288

Kara, Yılmaz ve Figen Çam, “Yaratıcı Drama Yönteminin Bazı Sosyal Becerilerin Kazandırılmasına Etkisi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.32, 2007, ss.145-155

Karademir, Ersin, Mustafa Zafer Balbağ, Fatih Çemrek, “Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi”, **Milli Eğitim Dergisi**, Sayı.220, Güz 2018, ss.177-200

Karadeniz, Şenol ve Bülent Yılmaz, “Sosyal Sermaye Bağlamında Kütüphane Kurumu”, **Bilgi Dünyası Dergisi**, Cilt.16, Sayı.2, 2015, ss.180-203

Karagül, Mehmet ve Mahmut Masca, “Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme”, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Sayı.1, Bahar 2005, ss.37-52

Karakaya, Aykut, Seymur Ağazade ve Selçuk Perçin, “Türk İmalat Sanayiinde Performans, İnovasyon ve Rekabet Arasındaki İlişki”, **Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi**, Cilt.4, Sayı.1, 2018, ss.39-59

Karakelle, Sema, “Üst Bilişsel Farkındalık, Zekâ, Problem Çözme Algısı ve Düşünme İhtiyacı Arasındaki Bağlantılar”, **Eğitim ve Bilim**, Cilt.37, Sayı.164, 2012, ss.237-250

Karakuş, Güzide, “Örgütsel Yaratıcılığı Arttırmak için Öneri Geliştirme Sistemi: Atıştırmalık Üretim Sektöründe Bir Uygulama”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt.10, Sayı.1, 2018, ss.254-274

Karakuş, Mehmet ve Necati Çobanoğlu, “İlkokullarda Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi”, **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.6, Sayı.4, 2013, ss.158-181

Karakuş, Mehmet, “Eğitim ve Yaratıcılık”, **Eğitim ve Bilim**, Cilt.26, Sayı.119, 2001, ss.3-7

Karcioğlu, Fatih ve Erdoğan Kaygın, “Dönüştürücü Liderlik Anlayışının Yaratıcılığa ve Yeniliğe Etkisi”, **Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.4, Sayı.5, 2013, ss.99-111

Karlıdere, Turgay ve Oya Kalıpsız, “Yazılım Mühendisliği Projelerinde Çevik Yaklaşımların Yeri”, **I. Ulusal Yazılım Mühendisliği Sempozyumu Bildirileri**, İzmir, 23-25 Ekim 2003, ss.1-8

Karlins, Marvin, “Conceptual Complexity and Remote Associative Proficiency at Creativity Variables in a Complex Problem-Solving Task”, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.6, No.3, 1967, pp.264-278

Karpinski, Ruth I., Audrey M. Kinase Kolbab, Nicole A. Tetreault ve Thomas B. Borowskid, “High Intelligence: A Risk Factor For Psychological And Physiological Overexcitabilities”, **Intelligence**, Vol. 66, January–February 2018, ss.8-23

Katila, Riitta ve Gautam Ahuja, “Something Old, Something New: A Longitudinal Study of Search Behavior and New Product Introduction”, **The Academy of Management Journal**, Vol.45, No.6, 2002, pp.1183-1194

Kaufman, James C. ve Ronald A. Beghetto, “Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity”, **Review of General Psychology**, Vol.13, No.1, 2009, pp.1–12

Kaya, Nihat, “İşletmelerde Girişimcilik Özelliği Yüksek Çalışanların Gütülenmesi”, **9. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri**, 24-26 Mayıs, 2001, ss.541-551

Kayalidere, Gül, “Türkiye’nin Teknoloji Politikalarında Teknoparkların Önemi ve Teknoparklara Yönelik Vergi Avantajları”, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.1, Sayı.1, 2014, ss.75-95

Kaynak, Ramazan ve Mehmet Oğuz Maden, “İnovasyonda Sınırların Genişlemesi: Açık İnovasyon”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.8, Sayı.1, Bahar 2012, ss.31-47

Keleş, Murat Kemal ve Mustafa Zihni Tunca, “Türkiye’deki Teknokentlerin Mevcut Durumun İncelenmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.1, Sayı.11, 2010, ss.1-22

Kerr, Sâri Pekkala ve William R. Kerr. Immigrant Entrepreneurship, **Harvard Business School Working Paper** No. 17-011, 2016

Kesici, Mustafa, “Mutfakta Yaratıcılık: Eskişehir Usta Aşçıları Üzerine Bir Araştırma”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi** VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Nazmi Kozak ve Mehmet Yeşiltaş (ed.), 12-15 Nisan 2012, ss.315-330

Keskin, Sevtap, “Girişimcilik ve İnovasyon Arasındaki İlişki”, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.5, Sayı.13, 2018, ss.186-193

Kılıç, Emine Zinnur, “Tembellik Psikiyatrik Bir Tanı Olur mu?”, **Psikeart**, Kasım-Aralık 2012, ss.12-15

Kılıç, Mustafa Ercan ve Ali Koçyiğit, “Sosyal Sermayenin İnovasyon Üzerindeki Etkisinin Türkiye Açısından İncelenmesi: Mekânsal Ekonometrik Analiz” **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı.50, 2017, ss.95-20

Kılıç, Recep, Belma Keklik ve Nevzat Çalış, “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.17, Sayı.2, 2012, ss.423-435

Kılınç, Zeynel Abidin, “Yurttaşlık Ahlakı Olarak Sosyal Sermaye”, **Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı.2, 2010, ss.1-37

Kırım, Arman, “İnnovasyondan Başka Çıkar Yolumuz Kalmadı Gibi”, **Turkishtime Aylık Ekonomi ve İş Dergisi**, Vol.47, No.1, 2006, ss.138-145

Kızılkaya, Oktay, “Sosyal Sermayenin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Potansiyel Etkisi: Türkiye İçin Yapısal Kırımlı Eşbütünleşme Analizi”, **Sosyoekonomi Dergisi**, Cilt.25, Sayı.33, 2017

Kızıltepe, Gözde İnal, Münevver Can Yaşar ve Özgün Uyanık, “Bilişsel Becerileri Destekleme Programının 61-72 Aylık Çocukların Yaratıcı Düşünme, Akademik ve Dil Becerilerine Etkisi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi** (H. U. Journal of Education), Cilt.32, Sayı.3, 2017, ss.612-629

Kim, Ji-Young, “Bowling Together Isn’t a Cure All: The Relationship between Social Capital and Political Trust in South Korea”, **International Political Science Review**, Vol.26, No.2, 2005, pp.193-213

Kim, W. Chan ve Renee Mauborgne, “Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth”, **Harvard Business Review**, Vol.75, No.1, 1997, pp.102-112

Kitapçı, İsmail, “Sosyal Sermayenin Kamusalılığından Sosyal Sermaye Başarısızlığına: Teorik Bir Perspektif”, **Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt.15, Ek Sayı.1, Aralık 2017, ss.78-100

Kitapçı, İsmail, Bir Sosyal Sermaye Bileşeni Olarak Güven Kavramı ve Vergi Etiğine Etkisi, **Finans Politik & Ekonomik Yorumlar**, Cilt.54, Sayı.626, 2017, ss.43-58

Klein, Mark ve Ana Cristina Garcia, “High-Speed Idea Filtering with the Bag of Lemons”, **Decision Support Systems**, Vol.77, 2015, pp.1-27

Knack, Stephen, “Social Capital, Growth, and Poverty: A Survey of Cross-Country Evidence”, **Social Capital Initiative Working Paper 7**, Washington: World Bank Social Development Department, 1999

Ko, Stephen ve John E. Butler, “Creativity: A Key Link to Entrepreneurial Behavior”, **Business Horizons**, Vol.50, No.5, September 2007, pp.365-372

Kocabıyık, Oya Onat, “Olgubilim ve Gömülü Kuram: Bazı Özellikler Açısından Karşılaştırma”, **Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2016, ss.55-66

Koç, Murat ve Onur Başar Özbozkurt, “Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme”, **İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi**, Cilt.2, Sayı.3, 2014, ss.85-91

Koçak, Akın ve Alper Özer, “Küçük İşletmeler Pazarlamanın Neresinde? Pazar Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama”, **Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, Cilt.4, No.14, ss.14-26

Koh, Hian Chye, “Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics”, **Journal of Managerial Psychology**, Vol.11, No.3, pp.12-25

Koh, Khooon Y. ve Timothy S. Hatten, “The Tourism Entrepreneur: The Overlooked Player in Tourism Development Studies”, **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, Vol.3, No.1, 2002, pp.21-48

Kohl, Harold W., Cora Lynn Craig, Estelle Victoria Lambert, Shigeru Inoue, Jasem Ramadan Alkandari, Grit Leetongin ve Sonja Kahlmeier, “The Pandemic of Physical Inactivity: Global Action for Public Health”, **The Lancet**, Vol. 380, No. 9838, Temmuz 2012, ss.294-305

Komito, Lee ve Jessica Bates, “Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin”, **Aslib Proceedings: New Information Perspectives**, Vol.61, No.3, 2009, pp.232-244

Komito, Lee ve Jessica Bates, “Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin”, *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, Vol.61, No.3, 2009, p.233

Koray, Özlem, “Fen Eğitiminde Yaratıcı Düşünmeye Dayalı Öğrenmenin Öğretmen Adaylarının Yaratıcılık Düzeylerine Etkisi”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Cilt.10, Sayı.4, Güz 2004, ss.580-589

Korkmaz, Sezer, “Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt.18, No.1, ss.163–179

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), *Girişimciliği Geliştirme Destek Programı - Yeni Girişimci Programı Uygulama Esasları*, UE-15-02/01, Üçüncü Bölüm: Programdan Yararlanma Koşulu ve Program Süreci, Rev. Tarihi: 27/05/2019

KOSGEB, Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar ile Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, Kararname Numarası: 4, Onsekizinci Bölüm: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, Amaç ve Kuruluş, Madde 224 – (1)

Koski, Jussi T., “Reflections on Information Glut and Other Issues in Knowledge Productivity”, *Futures*, Vol.33, No.6, August 2001, pp.483-495

Kovacı, Süreyya, Murat Belke ve Ahmet Ali Koç, “İktisadi Kalkınmaya Yeni Yaklaşımlar: Sosyal Sermayenin ve Kurumların Artan Rolü”, *Uluslararası Davraz Kongresi*, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, 24-27 Eylül 2009, ss.113-127

Koyuncu, Ahmet, “Sosyoloji Kuramlarında Kent”, *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı.25, 2011, ss.31-56

Kraaykamp, Gerbert ve Koen van Eijck, “The Intergenerational Reproduction of Cultural Capital: A Threefold Perspective”, *Social Forces*, Vol.89, No.1, 2010, pp.209-231

Kristiansen, Stein, “Social Networks and Business Success: The Role of Subcultures in an African Context”, *The American Journal of Economics and Sociology*, Vol.63, No.5, November 2004, pp.1149-1171

Krueger, Frank, Kevin McCabe, Jorge Moll, Nikolaus Kriegeskorte, Roland Zahn, Maren Strenziok, Armin Heinecke, and Jordan Grafman, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 104, No. 50, 2007, pp. 20084-20089

Kuada, John, “Gender, Social Networks, and Entrepreneurship in Ghana”, *Journal of African Business*, Vol.10, No.1, 2009, pp.85-103

Kutlutürk, Cemil, “Hinduizm’e Göre Tanrı Vişnu’nun Yeryüzünde Bedenlenmesinin Nedenleri”, **Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi**, Cilt.55, Sayı.1, 2015, ss.141-160

Küçükkaban, Ali, “The Impact of Entrepreneurial Orientation, Innovativeness and Social Capital on Firm Performance”, **The 6th Multidisciplinary Academic Conference** in Prague, 2016, pp.140-149

Lai, Emily R., Jessica Yarbrow, Kristen DiCerbo, Els de Geest, **Skills for Today**, London: Pearson, 2018

Lai, Kim Piew, Robert Jeyakumar Nathan, Khong Sin Tan, ve Boon Bun Chan, “Effect of Innovation to the Success of Female Entrepreneurs”, **Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprises**, IBIMA Publishing, Vol.2010, 2010, pp.1-14

Landau, Joshua D. ve Donald P. Lehr, “Conformity to Experimenter-Provided Examples: Will People use an Unusual Feature?”, **Journal of Creative Behavior**, Vol.38, No.3, 2004, pp.180-191

Landström, Hans, Gouya Haririch ve Fredrik Åström, “Entrepreneurship: Exploring The Knowledge Base”, **Research Policy**, Vol.41, No.7, September 2012, pp.1154-1181

Lebuda, Izabela, Darya L.Zabelina ve Maciej Karwowskia, “Mind Full Of Ideas: A Meta-Analysis Of The Mindfulness–Creativity Link”, **Personality and Individual Differences**, Vol.93, April 2016, pp.22-26

Lee, Sam Youl, Richard Florida ve Zoltan Acs, “Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation”, **Regional Studies**, Vol.38, No.8, 2004, pp.879-891

Leifer, Richard, Christopher M. McDermott, Gina Colarelli O'Connor, Lois S. Peters, Mark Rice ve Robert W. Veryzer, Radical Innovation: How Mature Companies Can Outsmart Upstarts, **Journal of Business Research**, Vol.55, No.6, 2002, pp.529-530

Levin, Irwin P., Mary E. Huneke ve J. D. Jasper, “Information Processing at Successive Stages of Decision Making: Need for Cognition and Inclusion–Exclusion Effects”, **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, Vol. 82, No. 2, July 2000, pp.171-193

Levine, James A., Norman L. Eberhardt ve Michael D. Jensen, “Role of Nonexercise Activity Thermogenesis in Resistance to Fat Gain in Humans”, **Science: New Series**, Vol. 283, No. 5399, Ocak 1999, pp.212-214

Liao, Shu-hsien, Wu-Chen Fei ve Chih-Tang Liu, Relationships Between Knowledge Inertia, Organizational Learning and Organization Innovation. **Technovation**, Vol.28, 2008, pp.183-195

Lin, Nan, “Building a Network Theory of Social Capital”, **Connections**, Vol.22, No.1, 1999, pp.28-51

Lin, Nan, “Social Networks and Status Attainment”, **Annual Review of Sociology**, Vol.25, 1999, pp.467-487

Lin, Nan, Walter M. Ensel ve John C. Vaughn, "Social Resources and Strength of Ties: Structural Factors in Occupational Status Attainment", **American Sociological Review**, Vol.46, No.4, 1981, pp.393-405

Liñán, Francisco ve Francisco Javier Santos, "Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions?", **International Advances in Economic Research**, Vol.13, No.4, November 2007, pp.443-453

Liñán, Francisco, "Intention-Based Models of Entrepreneurship Education", **Piccola Impresa/Small Business**, 2004, Vol.3, No.1, pp.11-35

Lindquist Sophie I. ve John P. McLean, "Daydreaming and Its Correlates in an Educational Environment", **Learning and Individual Differences**, Vol.21, No.2, April 2011, pp.158-167

Link, Albert N. ve Donald S. Siegel. **Innovation, Entrepreneurship, and Technological Change**, Oxford: Oxford University Press, 2007

Losane, Loreta, "Innovation Culture – Determinant of Firms' Sustainability", World Academy of Science, Engineering and Technology, **International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering**, Vol.7, No.10, 2013, pp.2755-2760

Luchsinger, Vincent P. ve D. Ray Bagby, "Entrepreneurship and Intrapreneurship: Behaviors, Comparisons, and Contrasts", **S.A.M. Advanced Management Journal**; Corpus Christi, Vol.52, No.3, Summer 1987, pp.10-13

Lumpkin, G. T. ve Gregory G. Dess, "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance", **Academy of Management Review**, Vol.21, No.1, 1996, pp.135-172

Lundström, Anders ve Sune Halvarsson, "Entrepreneurship Research: Past Perspectives and Future Prospects", **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, Vol.2, No.3, 2006, pp.145-259

Lupşa-Tătaru, Dana A., "Entrepreneurship and Creativity. A Comparative Study", **Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences**, Vol.7 (56), No.2, 2014, pp.139-144

Luthans, Fred ve Carolyn M. Youssef-Morgan, "Psychological Capital: An Evidence-Based Positive Approach", **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, Vol.4, 2017, pp.339-366

Madsen, Henning, Helle Neergaard ve John P. Ulhøi, "Knowledge Intensive Entrepreneurship in a Social Capital Perspective", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Vol.10, No.4, 2003, pp.426-434

Madurapperuma, Wasanthi, "Social Network of Entrepreneurs and Its Impact on Small Business Growth", **International Council for Small Business World Conference**, Ohio, 2010, pp.1-32

Magnusson, Thomas, Göran Lindström ve Christian Berggren, “Architectural or Modular Innovation? Managing Discontinuous Product Development In Response To Challenging Environmental Performance Targets”, **International Journal of Innovation Management**, Vol.7, No.1, 2003, pp.1-26

Mair, Johanna ve Ignasi Marti, “Social Entrepreneurship Research: A Source Of Explanation, Prediction, And Delight”, **Journal of World Business**, Vol.41, 2006, pp.36-44

Malik, Abdur Rahman, Arif Nazir Butt ve Jin Nam Choi, “Rewards and Employee Creative Performance: Moderating Effects Of Creative Self-Efficacy, Reward Importance, and Locus of Control”, **Journal of Organizational Behavior**, Vol.36, No.1, 2014, pp.59-74

Malloch, Theodore Roosevelt, “Spiritual Capital and Practical Wisdom”, **Journal of Management Development**, Vol.29, No.7/8, 2010, pp.755-759

Mann, Sandi ve Rebekah Cadman, “Does Being Bored Make Us More Creative?”, **Creativity Research Journal**, Vol.26, No.2, May 2014, pp.165-173

Mareque, Mercedes, Elena de Prada Creo ve Maria Beatriz Gonzalez-Sanchez, “Fostering Creativity and Communicative Soft Skills through Leisure Activities in Management Studies”, **Education Plus Training**, Vol.61, No.1, 2019, pp.94-107

Markova, Gergana ve Cameron Ford, “Is Money The Panacea? Rewards For Knowledge Workers”, **International Journal of Productivity and Performance Management**, Vol.60, No.8, November 2011, pp.813-823

Martins, Ellen Caroline ve F. Terblanche, “Building Organizational Culture That Stimulates Creativity and Innovation”, **European Journal of Innovation Management**, Vol.6, No.1, 2003, pp.64-74

Matei, Ani ve Catalina Antonie, “Complexity Theory and the Development of the Social Innovation”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Vol.185, May 2015, pp.61-66

McCarthy, Breda ve Brian Leavy, ““The Entrepreneur, Risk Perception and Change Over Time: A Typology Approach”, **Irish Business and Administrative Research**, Vol.19-20, No.1, pp.126-140

McDermott, Christopher M. ve Gina Colarelli O'Connor, “Managing Radical Innovation: An Overview of Emergent Strategy Issues”, **Journal of Product Innovation Management**, Vol.19, No6, November 2002, pp.424-438

McDougall, Patricia Philips, “International Versus Domestic Entrepreneurship: New Venture Strategic Behavior and Industry Structure”, **Journal of Business Venturing**, Vol.4, No.6, 1989, pp.387-400

McElroy, Todd, David L. Dickinson, Nathan Stroh ve Christopher A. Dickinson, “The Physical Sacrifice Of Thinking: Investigating The Relationship Between Thinking And Physical Activity In Everyday Life”, **Journal of Health Psychology**, Vol. 21, No. 8, Ağustos 2016, pp.1750-1757

McGrath, Rita Gunther, Ian C. MacMillan, Sâri Scheinberg, “Elitists, Risk-takers, and Rugged Individualists? An Exploratory Analysis of Cultural Differences between Entrepreneurs and Non-entrepreneurs”, **Journal of Business Venturing**, Vol.7, No.2, 1992, pp.115-135

McMillan, Rebecca L., Scott Barry Kaufman ve Jerome L.Singer, “Ode To Positive Constructive Daydreaming”, **Frontiers in Psychology**, Vol.4, No.626, September 2013, pp.1-9

McMullen, Jeffery S. ve Dean A. Shepherd, “Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur”, **The Academy of Management Review**, Vol.31, No.1, 2006, pp.132-152

McVay Jennifer C. ve Michael J. Kane, “Conducting the Train of Thought: Working Memory Capacity, Goal Neglect, and Mind Wandering in an Executive-Control Task”, **Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition**, Vol.35, No.1, 2009, pp.196-204

Meador, Karen S., “Thinking Creatively about Science Suggestions for Primary Teachers”, **Gifted Child Today**, Vol.26, No.1, Winter 2003, pp.25-29

Mertoğlu, Hatice ve Aysun Öztuna, “Bireylerin Teknoloji Kullanımı Problem Çözme Yetenekleri ile İlişkili Midir?”, **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, Vol.3, No.1, ss.83-92

Miller, Danny ve Lawrence A. Gordon, “Conceptual Levels and the Design of Accounting Information Systems”, **Decision Sciences**, Vol.6, No.2, 1975, pp.259-269

Mitchelmore, Siwan, ve Jennifer Rowley, “Entrepreneurial Competencies: A Literature Review and Development Agenda”, **International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research**, Vol.16, No.2, 2010, pp.92-111

Mohan, Giles ve John Mohan, “Placing Social Capital”, **Progress in Human Geography**, Vol.26, No.2, 2002, pp.191-210

Montes, Francisco Javier Llorens, Antonia Ruiz Moreno, Luis Miguel Molina, “Assessing The Organizational Climate And Contractual Relationship For Perceptions Of Support For Innovation”, **International Journal of Manpower**, Vol.25, No.2, March 2004, pp.167-180

Mooneyham, Benjamin ve Jonathan Schooler, “The Costs and Benefits of Mind-Wandering: A Review”, **Canadian Journal of Experimental Psychology**, Vol. 67, No. 1, 2013, pp.11-18

Moore, Sandra, “Innovation in Primary Healthcare”, **Policy Quarterly**, Vol.15, No.1, 2019, pp.68-72

Moran, Peter, “Structural vs. Relational Embeddedness: Social Capital and Managerial Performance”, **Strategic Management Journal**, Vol.26, No.12, 2005, pp.1129-1151

Morris, Michael H., Minet Schindehutte, Raymond W. LaForge, "Entrepreneurial Marketing: A Construct for Integrating Emerging Entrepreneurship and Marketing Perspectives", **The Journal of Marketing Theory and Practice**, Vol.10, No.4, pp.1-19

Morris, Robert R., Mira Dontcheva ve Elizabeth Gerber, "Priming for Better Performance in Microtask Crowdsourcing Environments", **IEEE Internet Computing**, Vol.16, No.5, 2012, pp.13-19

Morrison, Alison, "Entrepreneurship: What Triggers It?", **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, Vol.6, No.2, 2000, pp.59-71

Mort, Gillian Sullivan, Jay Weerawardena ve Kashonia Carnegie, "Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation", **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, Vol.8, No.1, February 2003, pp.76-88

Mrazek, Michael D. Jonathan Smallwood, Michael S. Franklin, Jason M. Chin, Benjamin Baird, and Jonathan W. Schooler, "The Role of Mind-Wandering in Measurements of General Aptitude", **Journal of Experimental Psychology: General**, Vol.141, No.4, pp.788-798

Muscio, Alessandro, "Patterns of Innovation in Industrial Districts: An Empirical Analysis", **Industry and Innovation**, Vol.13, No.3, September 2006, pp.291-312

Mustafa, Michael James ve Stephen Chen, "The Strength of Family Networks in Transnational Immigrant Entrepreneurship", **Thunderbird International Business Review**, Vol.52, No.2, 2010, pp.97-106

Nahapiet, Janine ve Sumantra Ghoshal, "Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage", **The Academy of Management Review**, Vol.23, No.2, 1998, pp.242-266

Nann, Stefan, Jonas Krauss, Michael Schober, Peter A. Gloor, Kai Fischbach, Hauke Führes, "Comparing the Structure of Virtual Entrepreneur Networks with Business Effectiveness", **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, Vol.2, No.4, 2010, pp.6483-6496

Nasution, Hanny N., Felix T. Mavondo, Margaret Jekanyika Matanda, Nelson Oly Ndubisi, "Entrepreneurship: Its Relationship with Market Orientation and Learning Orientation and as Antecedents to Innovation and Customer Value", **Industrial Marketing Management**, Vol.40, No.3, 2011, pp.336-345

Neergaard, Helle ve Henning Madsen, "Knowledge Intensive Entrepreneurship in a Social Capital Perspective", **Journal of Enterprising Culture**, Vol.12, No.2, 2004, pp.105-125

Nelson, Julien ve Jérôme Guegan, "I'd Like To Be Under The Sea: Contextual Cues In Virtual Environments Influence The Orientation Of Idea Generation", **Computers in Human Behavior**, Vol.90, January 2019, pp.93-102

Newton, Jon ve David Gary Shreeve, "The Relationship between the Characteristics and Life Experiences of Entrepreneurs", **Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship**, Vol.4, No.1, 2002, pp.16-36

Nielsen, Bayard D., Cynthia L. Pickett, Dean K. Simonton, "Conceptual Versus Experimental Creativity: Which Works Best on Convergent and Divergent Thinking Tasks?", **Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts**, Vol.2, No.3, 2008, pp.131-138

Oh, Christine J. ve Nadia Y. Kim, "Success Is Relative": Comparative Social Class and Ethnic Effects in an Academic Paradox, **Sociological Perspectives**, Vol.59, No.2, 2016, pp.270-295

Olsen, Bent, "Does Cultural Capital Matter in Professional Settings? Educational Value Profiles among the Personnel in Kindergartens" **International Research in Early Childhood Education**, Vol.9, No.1, 2019, pp.1-22

Olson, John, "What Academic Librarians Should Know about Creative Thinking" **The Journal of Academic Librarianship**, Vol.25, No.5, September 1999, pp.383-389

Osterloh, Margit ve Bruno S. Frey, "Motivation, Knowledge Transfer, and Organizational Forms", **Organization Science**, Vol.11, No.5, October 2000, pp.538-550

Oxman, Rivka, "Prior Knowledge in Design: A Dynamic Knowledge Based Model of Design and Creativity", **Design Studies**, Vol.11, No.1, 1990, pp.17-28

Özdemir, Aytül Ayşe, "Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması", **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt.8, Sayı.2, 2008, ss.81-102

Özdemir, Murat, "Dağıtımçı Liderlik Envanterinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmaları", **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi**, Cilt.18, Sayı.4, 2012, ss.575-598

Özgenel, Mustafa ve Münevver Çetin, "Marmara Yaratıcı Düşünme Eğilimleri Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", **Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi**, Cilt.46, Sayı.46, Haziran 2017, ss.113-132

Özkan, Nahide, "Toplum Sağlığının Hizmetinde Bilim ve Teknoloji: Küba'da Biyoteknoloji Deneyimi", **Madde, Diyalektik ve Toplum**, Cilt.2, Sayı.1, Şubat 2019, ss.8-18

Özkul, Gökhan ve Murat Ali Dulupçu, "Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.2, Sayı.2, 2007, ss.67-92

Özlem Balaban ve Yasemin Özdemir, "Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt.3, Sayı.2, 2008, ss.133-147

Özler, Hayrettin, Derya Ergun Özler ve Gülten Eren Gümüştekin, “Aile İşletmelerinde Nepotizmin Gelişim Evreleri ve Kurumsallaşma”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.17, 2007, ss.437-451

Özpınar, Şansel, Ömer Özpınar, Funda Çondur ve Musa İkizoğlu, “Türkiye’de Üç Büyük Kentte Sosyal Sermayenin Bourdieu’nün Kavramsallaştırması Çerçevesinde Değerlendirilmesi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.31, Sayı.1, 2016, ss.167-199

Öztürk, Ergün, “Yaratıcılık ve Eğitim”, **Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı.1, 2001, ss.158-164

Özügurlu, Aynur, “Sosyal Sermaye: Kamunun Trajedisi ya da Emegin Sömürgeleştirilmesinde Yeni Bir Eşik”, **Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı.12, 2006, ss.188-213

Özyaprak, Melodi, “Yaratıcı Düşünme Eğitimi: SCAMPER Örneği”, **Üstün Zekâlılar Eğitimi ve Yaratıcılık Dergisi**, Cilt.3, Sayı.1, ss.67-81

Paçacı, Merve ve Ramazan Erdem, “Örgütlerde İnfomal Roller Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.2, Sayı.33, 2019, ss.1-28

Palabıyık, Âdem, “Pierre Bourdieu Sosyolojisinde “Habitus”, “Sermaye” ve “Alan” Üzerine”, **Liberal Düşünce**, Cilt.16, Sayı.61-62, Kış-Bahar 2011, ss.121-141

Paldam, Martin, “Social Capital: One or Many? Definition and Measurement”, **Journal of Economic Survey**, Vol.14, No.5, 2000, pp.629-648

Pan, Zhengxiang, Han Yu, Chunyan Miao ve Cyril Leung, “Crowdsensing Air Quality with Camera-enabled Mobile Devices”, **Proceedings of the Twenty-Ninth AAAI Conference on Innovative Applications (IAAI-17)**, 2017, pp.4728-4733

Patır, Sait ve Mehmet Karahan, “Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, **İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, ss.27-44

Peak, Rogene ve Connie Hull, “The Effects of Relaxation and Imagination Exercises on the Creativity of Elementary Children”, **Educational Research Association**, October, Vol.13, No.15, 1983, pp.3-22

Penaluna, Andrew, Jackie Coates ve Kathryn Penaluna, “Creativity-Based Assessment and Neural Understandings: A Discussion and Case Study Analysis”, **Education Plus Training**, Vol.52 No.8/9, 2010, pp.660-678

Peneder, Michael, **The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept**, WIFO Working Papers No. 335, Austrian Institute of Economic Research (WIFO), Vienna, 2009

Perva, Servet, “Yaratıcı Sözlük: Yarat Cılık (Yaratıcılığın Cılığını Çıkarmak)”, **Psikeart**, Sayı.8, Mart 2010, ss.149-154

Peters, Mike ve Birgit Pikkemaat, “Innovation in Tourism”, **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, Vol.6, No.3-4, 2006, pp.1-6

Pisano, Gary P. “The Hard Truth About Innovative Cultures”, **Harvard Business Review**, January–February 2019, pp.62–71

Pitta, Dennis A., “Providing The Tools To Build Brand Share of Heart: Gydget.com”, **Journal of Product and Brand Management**, Vol.17, No.4, July 2008, pp.280-284

Plucker, Jonathan A. “Is the Proof in the Pudding? Reanalyses of Torrance's (1958 to Present) Longitudinal Data”, **Creativity Research Journal**, Vol.12, No.2, 1999, pp.103-114

Polat, Ruşen Hatay ve Songül Tümkaya, “Sınıf Öğretmeni Adaylarının Düşünme İhtiyacına Göre Problem Çözme Becerilerinin İncelenmesi”, **İlköğretim Online**, Cilt.9, No.1, 2010, ss.346-360

Polat, Serkan ve Semra Aktaş Polat, “Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi”, Cilt.8, Sayı.40, Ekim 2015, ss.766-776

Polatcan, Mahmut, “Okullarda Sosyal Sermaye Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”, **Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi**, Cilt.7, Sayı.4, 2018, s.2721-2732

Polenick, Courtney Allyn ve Stephen Ray Flora, “Effects of Social Reinforcement Contingent on Conventional or Unconventional Responses on Generalized Creativity”, **The Psychological Record**, Vol.62, 2012, pp.631–644

Portes, Alejandro ve Patricia Landolt, “Social Capital: Promise and Pitfalls of Its Role in Development”, **Journal of Latin American Studies**, Vol.32, No.2, 2000, pp.529-547

Portes, Alejandro, “Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology”, **Annual Review of Sociology**, Vol.24, 1998, pp.1-24

Posner, M. V. “International Trade and Technical Change”, **Oxford Economic Papers New Series**, Vol.13, No.3, 1961, pp.323-341

Prahalad, C.K. ve Gary Hamel, “The Core Competence of the Corporation”, **Harvard Business Review**, Vol.68, No.3, 1990, pp.79-91

Prahalad, C.K. ve Venkatram Ramaswamy, “The New Frontier of Experience Innovation”, **MIT Sloan Management Review**, Vol.44, No.4, 2003, pp.12-18

Pratt, Andy C. “Creative Cities: Tensions Within And Between Social, Cultural and Economic Development”, **City, Culture and Society**, Vol.1, No.1, 2010, pp.13-20

Pratt, Andy C. “Creative Cities: The Cultural Industries And The Creative Class”, **Geografiska Annaler: Series B- Human Geography**, Vol.90, No.2, 2008, pp.107-117

Preiss, David D., Diego Cosmelli, Valeska Grau ve Dominga Ortiz, "Examining The Influence Of Mind Wandering and Metacognition On Creativity in University and Vocational Students", **Learning and Individual Differences**, Vol.51, October 2016, pp.417-426

Price, Kathryn A. ve Anthea M. Tinker, "Creativity in Later Life", **Maturitas**, Vol.78, No.4, August 2014, pp.281-286

Pries, Frens ve Felix Janszen, "Innovation in the Construction Industry: The Dominant Role of the Environment", **Construction Management and Economics**, Vol.13, No.1, 1995, pp.43-51

Putnam, Robert D., "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", **Journal of Democracy**, Vol.6, No.1, January 1995, pp.65-78

Quan, Xiaohong Iris ve Yasuyuki Motoyama, "Empirical Disaggregation of Social Networks: A Study of Ethnic Professional Associations and Entrepreneurship in Silicon Valley", **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, Vol.23, No.4, 2010, pp.509-526

Rafiei, Sima, Rafat Mohebibar, Bahman Ahadi Nejad ve Nadia Nisari, "The Study of the Relationship between Social Capital and Entrepreneurship Behavior of Faculty Members of Qazvin University of Medical Sciences in 2017", **Journal of Evidence Based Health Policy, Management and Economics**, Vol.2, No.4, pp.275-280

Reagans, Ray ve Bill McEvily, "Network Structure and Knowledge Transfer: The Effects of Cohesion and Range", **Administrative Science Quarterly**, Vol.48, No.2, 2003, pp.240-267

Rice, Jennifer King ve Robert G. Croninger, "Resource Generation, Reallocation, or Depletion: An Analysis of the Impact of Reconstitution on School Capacity", **Leadership and Policy in Schools**, Vol.4, No.2, 2005, pp.73-103

Rindfleisch, Aric ve Christine Moorman, "The Acquisition and Utilization of Information in New Product Alliances: A Strength-of-Ties Perspective", **Journal of Marketing**, Vol.65, No.2, April 2001, pp.1-18

Ripsas, Sven, "Towards An Interdisciplinary Theory Of Entrepreneurship", **Small Business Economics**, Vol.10, 1998, pp.103-115

Risko, Evan F., Nicola Anderson, Amara Sarwal, Megan Engelhardt ve Alan Kingstone, "Everyday Attention: Variation in Mind Wandering and Memory in a Lecture", **Applied Cognitive Psychology**, Vol.26, No.2, 2012, pp.234-242

Roberts, Rhonda, "Managing Innovation: The Pursuit of Competitive Advantage and the Design of Innovation Intense Environments", **Research Policy**, Vol.27, No.2, 1998, pp.159-175

Robinson, Sherry ve Hans Anton Stubberud, "Sources of Advice in Entrepreneurship: Gender Differences in Business Owners' Social Networks", **International Journal of Entrepreneurship**, Vol.13, Annual 2009, pp.83-101

Robles, Lorena ve Marta Zárraga-Rodríguez, “Key Competencies for Entrepreneurship”, **Procedia Economics and Finance**, Vol.23, 2015, pp.828-832

Rogers, Carl, Toward a Theory of Creativity, **ETC: A Review of General Semantics**, Vol.11, No.4, 1954, pp.249-260

Rosas, Ricardo, Miguel Nussbaum, Patricio Cumsille, Vladimir Marianov, Mónica Correa, Patricia Flores, Valeska Grau, Francisca Lagos, Ximena López, Verónica López, Patricio Rodriguez, Marcela Salinas, “Beyond Nintendo: Design And Assessment Of Educational Video Games For First And Second Grade Students”, **Computers & Education**, Vol.40, No.1, January 2003, pp.71-94

Rosenbusch, Nina, Jan Brinckmann, Andreas Bausch, **Journal of Business Venturing**, Vol.26, No.4, 2011, pp.441-457

Rothwell, Roy, Towards the Fifth-generation Innovation Process, **International Marketing Review**, Vol.11, No.1, 1994, pp.7-31;

Runco, Mark, “Education for Creative Potential”, **Scandinavian Journal of Educational Research**, Vol.47, No.3, 2003, pp.317-324

Russell, Donna L. ve Art Schneiderheinze, “Understanding Innovation in Education Using Activity Theory”, **Educational Technology & Society**, Vol.8, No.1, 2005, pp.38-53

Saarilahti, Mirka, Bonnie Cramond ve Helena Sieppi, “Is Creativity Nurtured in Finnish Classrooms?” **Childhood Education**, Vol.75, No.6, 1999, pp.326-331

Sabatini, Fabio, “Ben Fine (2001) Social Capital versus Social Theory: Political Economy and Social Science at the Turn of the Millennium”, **Economic Notes by Banca Monte dei Paschi Siena SpA**, Vol.32, No.3, 2003, pp.403-408

Sadioğlu, Sedat ve Necla Haliloğlu, “Bir Ülke, Girişimcileri Kadar Güçlüdür”, **Anahtar Dergisi**, Cilt.24, Sayı.282, Kasım 2012, ss.10-13

Sălceanu, Claudia, “The Influence of Computer Games on Children’s Development. Exploratory Study on the Attitudes of Parents”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Vol.149, 2014, pp.837-841

Samurçay, Neriman, “Yaratıcılığı Geliştirme Yöntemleri”, **Eğitim ve Bilim**, Cilt.5, Sayı.30, 1981, ss.14-26

Saracho, Olivia, “Young Children's Creativity and Pretend Play”, **Early Child Development and Care**, Vol.172, No.5, 2002, pp.431-438

Sawyer, Keith, “The Cognitive Neuroscience of Creativity: A Critical Review”, **Creativity Research Journal**, Vol.23, No.2, 2011, pp.137-154

Sayım, Ferhat ve Volkan Aydın, “Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistematiik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri İle Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı.29, Nisan 2011, ss.245-262

Schmidt, Jacqueline J., John C. Soper ve Tina M. Facca, “Creativity in the Entrepreneurship Classroom”, **Journal of Entrepreneurship Education**, No.15, 2012, pp.123-131

Schooler, Jonathan W., Jonathan Smallwood, Kalina Christoff, Todd C. Handy, Erik D. Reichle ve Michael A. Sayettes, “Meta-awareness, Perceptual Decoupling and The Wandering Mind”, **Trends in Cognitive Sciences**, Vol.15, No.7, July 2011, pp.319-326

Schubert, Daniel S. P., “Boredom as an Antagonist of Creativity”, **The Journal of Creative Behavior**, Vol.11, December 1977, pp.233-240

Schubert, Daniel S. P., “Creativity and Coping with Boredom”, **Psychiatric Annals**, Vol.8, No.3, 1978, pp.46-54

Scott, Susanne G. ve Reginald A. Bruce, “Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace”, **The Academy of Management Journal**, Vol.37, No.3, 1994, pp.580-607

Scott, Susanne G. ve Reginald A. Bruce, “Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace”, **Academy of Management Journal**, Vol.37, No.3, pp.580-607

Seçer, Barış, “İşgücü Piyasasında Sosyal Sermaye”, **Kamu-İş Dergisi**, Cilt.10, Sayı.3, 2009, ss.103-130

Seli, Paul, Jonathan S. A. Carriere ve Daniel Smilek, “Not All Mind Wandering is Created Equal: Dissociating Deliberate From Spontaneous Mind Wandering”, **Psychological Research**, Vol.79, No.5, September 2015, pp.750-758

Sert, Mesut, “Düzenlemenin Seyri”, **Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.2, Sayı.23, 2011, ss.64-78

Sertkaya, Burak ve Günay Özcan, “Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Değerlendirme”, **Bulletin of Economic Theory and Analysis**, Vol.2, No.1, 2017, ss.63-78

Sezer, Engin ve Kübra Ergün, “Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu”, **Alanya RAM**, Antalya: Alanya Rehberlik ve Araştırma Merkezi, Ocak 2016, ss.6-9

Shalley, Christina E., Jing Zhou and Greg R. Oldham, “The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here?”, **Journal of Management**, Vol.30; No.6, 2004, pp.933-958

Shane, Scott, Lars Kolvereid ve Paul Westhead, “An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation across Country and Gender”, **Journal of Business Venturing**, Vol.6, No.6, 1991, pp.431-446

Shi, Henry X., Deborah M. Shepherd ve Torsten Schmidts, "Social Capital in Entrepreneurial Family Businesses: The Role of Trust", **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, Vol.21 No.6, 2015, pp.814-841

Simpeh, N. Kwabena, Entrepreneurship Theories and Empirical Research: A Summary Review of the Literature, **European Journal of Business and Management**, Vol.3, No.6, 2011, pp.1-8

Sio, Ut Na ve Thomas C. Ormerod, "Does Incubation Enhance Problem Solving? A Meta-Analytic Review", **Psychological Bulletin**, Vol.135, No.1, 2009, pp.94-120

Slevin, Dennis P. ve Jeffrey G. Covin, "Juggling Entrepreneurial Style and Organization Structure: How to Get Your Act Together," **Sloan Management Review**, Vol.31, No.2, 1990, pp.43-53

Smallwood, Jonathan, Daniel J. Fishman ve Jonathan Schooler, "Counting The Cost Of An Absent Mind: Mind Wandering As An Underrecognized Influence On Educational Performance", **Psychonomic Bulletin and Review**, Vol.14, No.2, May 2007, pp.230-236

Smallwood, Jonathan, Marc Obonsawin, ve Derek Heim, "Task Unrelated Thought: The Role Of Distributed Processing", **Consciousness and Cognition**, Vol.12, 2003, pp.169-189

Smith, Stephen S. ve Jessica Kulynych, "It May be Social, But Why is it Capital? The Social Construction of Social Capital and the Politics of Language", **Politics & Society**, Vol.30, No.1, 2002, pp.149-186

Soriano, Domingo Ribeiro ve Kun-Huang Huarng, "Innovation and Entrepreneurship in Knowledge Industries", **Journal of Business Research**, Vol.66, No.10, 2013, pp.1964-1969

Soygür, Haldun, "Sanat ve Delilik", **Klinik Psikiyatri**, Cilt.2, Sayı.2, 1999, ss.124-133

Soylu, Ali ve Meltem Öztürk Göl, "Yönetim İnovasyonu", **Sosyo-Ekonomi Dergisi**, Sayı.1, 2010, ss.113-130

Soysal, Abdullah, "Atalet: Etkin Yönetim İçin Kişisel ve Örgütsel Düzeyde Bir Analiz", **Çimento İşveren Dergisi**, Cilt.24, Sayı.3, Mayıs 2010, ss.16-26

Söderblom, Anna ve Mikael Samuelsson, **Sources of Capital for Innovative Startup Firms**, Naringspolitiskt Entreprenörskaps Forum Rapport 9, 2014

Sönmez, Asuman ve Andaç Toksoy, "Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz", **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt.21, Sayı.2, 2014, ss.41-58

Sönmez, Asuman, Çağla Arıker ve Andaç Toksoy, "Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi", **Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi**, Cilt.17, Sayı.37, Bahar 2016, ss.102-121

Stateman, Alison, "Trust Is a Universal Driver"Public Relations Strategist, **Harvard on Health Care**, Vol.10, No.2, 2004, p.9-9

Sternberg, Robert J. "Patterns of Giftedness: A Triarchic Analysis", **Roeper Review**, Vol.22, No.4, 2000, pp.231-235

Sternberg, Robert J. ve Elena L. Grigorenko, "Theme-Park Psychology: A Case Study Regarding Human Intelligence and Its Implications for Education", **Educational Psychology Review**, Vol.12, No.2, 2000, pp.247-268

Stevens, Victoria, "To Think without Thinking", **American Journal of Play**, Vol.7, No.1, 2014, pp.99-119

Stone Wendy, ve Jody Hughes, "Measuring Social Capital: Towards a Standardised Approach", **Australasian Evaluation Society International Conference**, Wollongong Australia: Australian Institute of Family Studies, October-November 2002, pp.1-8

Stone, Wendy ve Jody Hughes, "What Role for Social in Family and How Does it Measure Up?", **Family Matters**, Vol.56, Winter 2000, pp.20-27

Stuart, Toby E. ve Olav Sorenson, "Social Networks and Entrepreneurship", **The Handbook of Entrepreneurship: Interdisciplinary Perspectives**, Sharon A. Alvarez, Rajshree Agarwal ve Olav Sorenson (eds.), New York: Springer, 2006, pp.211-228

Summers, Irvin ve David E. White, "Creativity Techniques: Toward Improvement of the Decision Process", **The Academy of Management Review**, Vol.1, No.2, 1976, pp.99-107

Sun, Xianhua, Ailun Xiong, Hongyi Li, Hans Westlund ve Yuheng Li, "Does Social Capital Influence Small Business Entrepreneurship? Differences between Urban and Rural China", **The Annals of Regional Science: An International Journal of Urban, Regional and Environmental Research and Policy**, Berlin: Springer, 2019, pp.1-19

Sunal, Gözde, "Sanal Gerçeklik ve Dijital Sinemanın Olanakları Üzerine Bir Değerlendirme", **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, Kasım 2016, ss.294-309

Swan, K. Scott ve Brent B. Allred, "A Product and Process Model of the Technology Sourcing Decision", **Journal of Product Innovation and Management**, Vol.20, No.6, 2003, pp.485-496

Swartz, David, "Kültür ve Din İncelemeleri Arasındaki Köprü: Pierre Bourdieu'nun Sembolik Gücün Politik Ekonomisi", İlkay Şahin (çev.), **Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi**, Cilt.1, Sayı.17, ss.182-195

Şan, Mustafa Kemal ve Handan Akyiğit, "Sosyal Sermaye Tartışmaları ve Türkiye'de Sosyal Sermayenin Ölçülmesi Sorunu", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.34, 2015, ss.123-134

Şan, Mustafa Kemal ve Rıdvan Şimşek, "Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel-Sosyolojik Arkapları", **Akademik İncelemeler Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, Ocak 2011, ss.88-110

Şeker, Sadi Evren, "Açık Yenilik (Open Innovation)", **Yönetim Bilişim Sistemleri Ansiklopedisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2014, ss.32-35

Şen, Erdal ve İlker Aslan, “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi”, **Journal of Social and Humanities Sciences Research**, Cilt.4, Sayı.15, 2017, ss.1847-1855

Şimşek, Zeki, Michael H. Lubatkin ve Steven W. Floyd, “Inter-Firm Networks and Entrepreneurial Behavior: A Structural Embeddedness Perspective”, **Journal of Management**, Vol.29, No.3, 2003, pp.427-442

Takeuchi, Hikaru, Yasuyuki Taki, Hiroshi Hashizume, Yuko Sassa, Tomomi Nagase, Rui Nouchi ve Ryuta Kawashima, “Failing To Deactivate: The Association Between Brain Activity During A Working Memory Task And Creativity”, **NeuroImage**, Vol5.5, No.2, pp.681-687

Tanev, Stoyan, Global from the Start: The Characteristics of Born-Global Firms in the Technology Sector, **Technology Innovation Management Review**, March 2012, DOI: 10.22215/timreview/532

Taş, H. Yunus ve İlknur Şimşek, “Türkiye ve Dünya’da Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkıları”, **Emek ve Toplum**, Cilt.6, Yıl.6, Sayı.16, ss.480-497

Taylor, Marilyn, “Communities in the Lead: Power, Organisational Capacity and Social Capital”, **Urban Studies**, Vol.37, No.5-6, 2000, pp.1019-1035

Teigland, Robin, “Born Virtuals and Avapreneurship: A Case Study of Achieving Successful Outcomes in Peace Train – a Second Life Organization”, **Journal of Virtual Worlds Research**, Vol.2, No.4, 2010, pp.1-25

Tekin, Zeliha, Yazgül Avados ve Sefer Gümüş, “Uluslararası Pazarlarda İnovasyon Stratejileri: Türkiye ve Dünyadan Beyaz Eşya Sektörü İnovasyon Örnekleri”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.9, Sayı.46, Ekim 2016, ss.850-856

Temizkan, Mehmet, “Türkçe Öğretiminde Yaratıcı Düşünmeyi Geliştirme Bakımından Nasreddin Hoca Fıkraları”, **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt.8, Sayı.16, 2011, ss.195-223

Thompson, John L. "The World Of The Entrepreneur: A New Perspective", **Journal of Workplace Learning: Counselling Today**, Vol.11, No.6, 1999, pp.209-224

Thurik, Roy ve Sander Wennekers, “Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth”, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Vol.11, No.1, 2004, pp.140-149

Tipu, Syed Awais Ahmad ve Kamel Fantasy, “Exploring The Relationships of Strategic Entrepreneurship and Social Capital to Sustainable Supply Chain Management and Organizational Performance”, **International Journal of Productivity and Performance Management**, Vol.67, No.9, 2018, pp.2046-2070

Tok, Emel, “Okul Öncesi 1. Sınıf Öğretmen Adaylarının Düşünme İhtiyaçları ve Düşünme İhtiyacına Yönelik Görüşleri (Pamukkale Üniversitesi Örneği)”, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, Cilt.7, Sayı.2, 2010, ss.45-62

Torrance, Ellis Paul ve Orlow E. Ball, **Torrance Tests of Creative Thinking Streamlined (Revised) Manual**, Figural A and B. Bensenville, IL: Scholastic Testing Service, 1984

Trivedi, Smita Roy, **Evolution of the Concept of Capital– A Historical Perspective**, Munich Personal RePEc Archive University of Kalyani, MPRA Paper No.14208, 20 May 2009

Trnka, Radek, Martin Zahradnik, Martin Kuška, “Emotional Creativity and Real-Life Involvement in Different Types of Creative Leisure Activities”, **Creativity Research Journal**, Vol.28, No.3, 2016, pp.348-356

Tsai, Wenpin ve Sumantra Ghoshal, “Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks”, **The Academy of Management Journal**, Vol.41, No.4, August 1998, pp.464-476

Tuna, A. Kadir ve İlayda İsabetli, “İnovasyonun Finansmanı ve Risk Sermayesi”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, Cilt.64, Sayı.1, 2014, ss.27-47

Tuncel, Cem Okan ve Hasan Bakır, “Yenilik Temelli Bir Bölgesel Gelişme Sürecinde Kalkınma Ajanslarının Yeri”, **İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.4, 2010, ss.19-41

Tuncel, Cem Okan, “Sektörel İnovasyon Sistemi, Endüstri 4.0 ve Türk Takım Tezgâhları Sanayisinin Durumu”, **TESAM Akademi Dergisi**, Cilt.6, Türkiye Ekonomisi Özel Sayısı, Haziran 2019, ss.73-105

Tunçer, A. Serap, “İnsan Kaynakları Yaklaşımının Sosyal Sermaye Düzeyine Etkileri”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı.24, 2016, ss.27-43

Turgut, Ercan ve Memduh Beğenirbaş, “Çalışanların Yenilikçi Davranışları Üzerinde Sosyal Sermaye ve Yenilikçi İklimin Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma”, **Kara Harp Okulu Bilim Dergisi**, Cilt.23, Sayı.2, 2013, ss.101-124

Turkina, Ekaterina ve Mai Thi Thanh Thai, “Social Capital, Networks, Trust and Immigrant Entrepreneurship: A Cross-Country Analysis”, **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, Vol.7, No.2, 2013, pp.108-124

Tushman, Michael L. ve Charles A. O'Reilly, “Ambidextrous Organizations: Managing Evolutionary and Revolutionary Change”, **California Management Review**, Vol.38, No.4, 1996, pp.8-30

Tutar, Filiz, Emine Fırat, Çisil Erkan ve Erdinç Tutar, “Yerel Ekonomilerin Yeni Aktörü, Bölgesel İnovasyon Stratejileri: RIS Mersin Uygulaması”, **International Conference On Eurasian Economies**, St. Petersburg, 17-18 September 2013, ss.627-634

Tümtür, Ayça ve Aysun Kahraman, “Alfa Kuşağı için Yeni Nesil Eğitim Hizmetleri Tasarımı”, **10. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Özet Bildiri Kitabı**, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa, 2019, ss.124-125

Türk, Emrullah, “Sosyolojik Düşüncede Sosyal Sermaye Tartışmaları: Pierre Bourdieu ve James Samuel Coleman Bağlamında Karşılaştırmalı Bir Analiz”, **Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi**, Cilt.1, Sayı.2, 2017, ss.127-149

Uçar, Ertuğrul, “Sosyal Sermaye Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, **İhlara Eğitim Araştırmaları Dergisi**, Cilt.1, Sayı.1, 2016, ss.1-23

Uzkurt, Cevahir, “İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?”, **Dosya**, Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, Temmuz-Ağustos 2010, ss.36-51

Uzzi, Brian, “**Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness**”, **Administrative Science Quarterly**, Vol.42, No.1, 1997, pp.35-67

Ürper, Yılmaz, “Girişimcilikte Yaratıcılık”, **Girişimcilik**, Yavuz Odabaşı (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2004, ss.42-66

Vatan, Ahmet ve Burhanettin Zengin, “Çevresel İnovasyon ve Konaklama İşletmelerindeki Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği”, **The Journal of Academic Social Science**, Yıl.2, Sayı.8, Aralık 2014, ss.511-530

Vernon, Raymond, “International Investment and International Trade in the Product Cycle”, **The Quarterly Journal of Economics**, Vol.80, No.2, 1966, pp.190-207

Verplanken, Bas, Pieter T. Hazenberg ve Grace R.Palenéwen, “Need For Cognition and External Information Search Effort”, **Journal of Research in Personality**, Vol. 26, No. 2, June 1992, pp.128-136

Vogel, Peter, “The Employment Outlook for Youth: Building Entrepreneurial Ecosystems as a Way Forward”, **G20 Youth Forum: Social Dimension Conference Proceedings**, G8 & G20 Alumni Association, Saint-Petersburg, Rusya, 2013, pp.443–449

Vohs, Kathleen D., Joseph P. Redden ve Ryan Rahinel, “Physical Order Produces Healthy Choices, Generosity, and Conventionality, Whereas Disorder Produces Creativity”, **Psychological Science**, Vol.24 No.9, 2013, pp.1860-1867

Vohs, Kathleen D., Joseph P. Redden ve Ryan Rahinel, “Tidy Desk or Messy Desk? Each Has Its Benefits,” **Science Daily**, August 6, 2013

Vries, Manfred F. R. Kets de, “**Doing Nothing and Nothing to Do: The Hidden Value of Empty Time and Boredom**”, Faculty and Research Working Paper, Fontainebleau Cedex, France: INSEAD The Business School of the World, 2014

Vuković, Ksenija, Irena Kedmenec, Kiril Postolov, Kiril Jovanovski ve Dina Korent, "The Role of Bonding and Bridging Cognitive Social Capital in Shaping Entrepreneurial Intention in Transition Economies", **Management: Journal of Contemporary Management Issues**, Vol.22, No.1, 2017, pp.1-33

Vygotsky, Lev Semenovich, Imagination and Creativity in Childhood, **Journal of Russian and East European Psychology**, Vol 42, No.1, 2004, pp.7–97

Waeyenberg, Sofie Van den ve Luc Hens, "Crossing The Bridge To Poverty, With Low-Cost Cars". **Journal of Consumer Marketing**, Vol.25, No.2, 2008, pp.439-445

Wan, David, Chin Huat Ong, Francis Lee, "Determinants of Firm Innovation in Singapore", **Technovation**, Vol.25, No.3, 2005, pp.261-268

Wang, Shu-wen, Rena Repetti ve Belinda Campos, "Job Stress and Family Social Behavior: The Moderating Role of Neuroticism", **Journal of Occupational Health Psychology**, Vol.16, No.4, 2011, pp.441-456

Wang, Y. Claire, Klim McPherson, Tim Marsh, Steven L Gortmaker ve Martin Brown, "Health and Economic Burden of The Projected Obesity Trends In The USA and The UK", **The Lancet**, Vol. 378, No. 9793, Ağustos 2011, pp.815-825

Watt, John D. ve Michael J. Blanchard, "Boredom Proneness and The Need for Cognition", **Journal of Research in Personality**, Vol.28, No.1, 1994, pp.44-51

Weerawardena, Jay ve Gillian Sullivan Mort, "Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model", **Journal of World Business**, Vol.41, No.1, 2006, pp.21-35

Wellman, Barry, Anabel Quan-Haase, James Witte ve Keith Hampton, "Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation and Community Commitment", **American Behavioral Scientist**, Vol.45, No.3, 2001, pp.436-455

Welter, Friederike, "Entrepreneurship in West and East Germany," **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, Vol.4, No.2, 2007, pp.97-109

West, Darrell M. ve Jenny Lu, **Comparing Technology Innovation in the Private and Public Sectors**, Washington, DC: Governance Studies at Brookings Institution, 2009

West, Michael A., Carol S. Borrill, Jeremy F. Dawson, Felix Brodbeck, David A. Shapiro, Bob Haward, "Leadership Clarity And Team Innovation In Health Care", **The Leadership Quarterly**, Vol.14, No.4-5, August–October 2003, ss.393-410

Westlund, Hans ve Roger Bolton, "Local Social Capital and Entrepreneurship", **Small Business Economics**, Vol.21, No.2, 2003, pp.77-113

Weyrauch, Timo ve Cornelius Herstatt, “What is Frugal Innovation? Three Defining Criteria”, **Journal of Frugal Innovation**, Vol.2, No.1, 2006, pp.1-17

White, Holly A. “Thinking Outside the Box: Unconstrained Creative Generation in Adults with Attention Deficit Hyperactivity Disorder”, **Journal of Creative Behavior**, <https://doi.org/10.1002/jocb.382>, 2018, pp.1-12

Whiting, James ve Kevin Hannam, “Creativity, Self-Expression and Leisure”, **Leisure Studies**, Vol.34, No.3, 2015, pp.372-384

Wiklund, Johan ve Dean A. Shepherd, “Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach”, **Journal of Business Venturing**, Vol.20, 2005, pp.71-91

Wiklund, Johan, “The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship”, **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol.24, No:1, Fall 1999, pp.37-48

Witt, Peter, Andreas Schroeter ve Christin Merz, “Entrepreneurial Resource Acquisition Via Personal Networks: An Empirical Study Of German Start-Ups”, **The Service Industries Journal**, Vol.28, No7, 2008, pp.953-971

Wong, Simon ve Loretta Pang, “Motivators to Creativity in the Hotel Industry: Perspectives of Managers and Supervisors”, **Tourism Management**, Vol.24, No.5, October 2003, pp.551-559

Woolcock Michael ve Deeta Narayan, “Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy”, **The World Bank Research Observer**, Vol.15, No.2, February 2000, pp.225-249

Woolcock, Michael, “The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes”, **ISUMA Canadian Journal of Policy Research**, Vol2, No.1, 2001, pp.11-17

Xu, Yang, “Entrepreneurial Social Capital and Cognitive Model of Innovation”, **Management Research Review**, Vol.34, No.8, 2011, pp.910-926

Yaman, Süleyman ve Necati Yalçın, “Fen Bilgisi Öğretiminde Probleme Dayalı Öğrenme Yaklaşımının Yaratıcı Düşünme Becerisine Etkisi”, **İlköğretim-Online**, Cilt.4, Sayı.1, ss.42-52

Yanıklar, Cengiz, “Kültürel Sermaye, Eğitim ve Toplumsal Tabakalaşma: Pierre Bourdieu’nün Yeniden Üretim Kuramına Eleştirel Bir Bakış”, **Sosyoloji Dergisi**, Sayı.22, 2010, ss121-138

Yarcı, Selman, “Pierre Bourdieu’da Sosyal Sermaye Kavramı”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, Cilt.6, Sayı.1, 2011, ss.125-135

Yavuz, Çağla, “İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir Çalışma”, **Journal of Entrepreneurship and Development**, Cilt.5, Sayı.2, 2010, ss.143-173

Yelkikalan, Nazan, Gülcan Kandemir ve Murat Serez, “Girişimcilik Mesleği ve Türkiye’deki İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri’nde Girişimcilik Eğitimi”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt.4, Sayı.1, 2006, ss.218-235

Yenidoğan, Tuğba Gürçaylılar ve Seda Aslı Yavuz, “Mekâna ve Firmaya Özgü Yetkinliklerin İnovasyon Performansı Üzerine Etkileri: Antalya Teknokent Örneği”, **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**, Cilt.8, Sayı.1, Haziran 2019, ss.49-72

Yetim, Nalan, “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, **Ege Akademik Bakış Dergisi**, Cilt.2, Sayı.2, 2002, ss.79-92

Yeung, Henry Wai-chung, “Critical Reviews of Geographical Perspectives on Business Organisations and the Organisation of Production: Towards a Network Approach”, **Progress in Human Geography**, Vol.18, No.4, December 1994, pp.460-490

Yıldırım, Ebru, “Bilgi Çağında Yaratıcılığın ve Yaratıcılığı Yönetmenin Önemi”, **Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi**, Yıl.9, Sayı.12, Haziran 2007, ss.109-120

Yıldız, Zafer ve Hüseyin Topuz, “Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma İlişkisi Açısından Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme”, **Sosyal Siyaset Konferansları**, Sayı.61, 2011/2, ss.201-226

Yılmaz, Zeki ve Ezgi İncekaş, “Türkiye’de İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma”, **Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt.2, No.1, Haziran 2018, ss.154-169

Yiğit, Sema, “Değer İnovasyonu: İnovasyonla Değer Oluşturmak”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt.11, Sayı.1, 2015, ss.227-244

Yiğit, Sema, “Türkiye’nin Ulusal İnovasyon Ekosistemi”, **Girişimcilik, İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, Cilt.2, Sayı.4, 2018, ss.125-144

Yorgancılar, Fatma Nur, “Sürdürülebilir Rekabet Anlayışı Olarak Yenilik Yeteneği”, **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt.11, Sayı.21, 2011, ss.379-426

Yu, Han, Chunyan Miao, Yongqing Zheng, Lizhen Cui, Simon Fauve ve Cyril Leung, “Ethically Aligned Opportunistic Scheduling for Productive Laziness”, Proceedings of the 2nd AAAI/ACM Conference on **Artificial Intelligence, Ethics, and Society** (AIES-19), 2019, pp.1-7

Yu, Han, Zhiqi Shen, Simon Fauvel ve Lizhen Cui, “Efficient Scheduling in Crowdsourcing based on Workers’ Mood”, **Second IEEE International Conference on Agents (ICA)** 2017, pp.121-126

Yu, Yen, Acer Y. C. Chang ve Ryota Kanai, “Boredom-Driven Curious Learning by Homeo-Heterostatic Value Gradients”, **Frontiers in Neurorobotics**, Vol.12, Article.88, January 2019, pp.1-14

Zahra, Shaker A. “Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study”, **Journal of Business Venturing**, Vol.6, No.4, 1991, pp.259-285

Zahra, Shaker A. ve Donald O Neubaum, “Environmental Adversity and the Entrepreneurial Activities of New Ventures,” **Journal of Developmental Entrepreneurship**, Vol.3, No.2, Fall 1998, pp.123-140

Zahra, Shaker A. ve Mike Wright, “Understanding the Social Role of Entrepreneurship”, **Journal of Management Studies**, Vol.53, No.4, 2016, pp.610-629

Zahra, Shaker S., “A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension”, **Entrepreneurship: Theory and Practice**, Vol.17, No.4, 1993, pp.5-21

Zak, Paul J. ve Stephen Knack, “Trust and Growth”, **Economic Journal**, Vol.111, No.470, 2001, pp.295–321

Zalewski, Romuald I. ve Eulalia Skawinska, **Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics**, Vol.7, No.6, 2009, pp.35-40

Zedelius, Claire M. ve Jonathan W. Schooler, “Mind Wandering “AHAS” Versus Mindful Reasoning: Alternative Routes To Creative Solutions”, **Frontiers in Psychology**, Original Research, Vol.6, 17 June 2015, pp.1-13

Zeelenberg, Marcel ve Rik Pieters, “Beyond valence in Customer Dissatisfaction: A Review And New Findings On Behavioral Responses to Regret And Disappointment in Failed Services”, **Journal of Business Research**, Vol.57, 2004, pp.445-455

Zeren, Halim Emre, “Kent Markalaşması Sürecinde İç Girişimcilik Faktörü”, **KSÜ İİBF Dergisi**, Cilt.2, Sayı.1, 2012, ss.95-104

Zhang, Jianmin, Wenxiang Cao ve Ping Zeng, “A Study on the Relationship among Entrepreneurship Education, Social Capital and College Students’ Entrepreneurial Intention “, **IEEE International Conference on Granular Computing (GrC)**, Noboribetsu, Japan, 22-24 October 2014, pp.367-373

Zhang, Xiao, Xufei Ma ve Yue Wang, “Entrepreneurial Orientation, Social Capital, and the Internationalization of SMEs: Evidence From China”, **Thunderbird International Business Review**, Vol.54, No.2, 2012, pp.195-210

Zhou, Jing, “When the Presence of Creative Coworkers is Related to Creativity: Role of Supervisor Close Monitoring, Developmental Feedback and Creative Personality”, **Journal of Applied Psychology**, Vol.88, No.3, July 2003, pp.413–422

D. İNTERNET KAYNAKLARI ve DİĞERLERİ

4857 No.lu İş Kanunu, Kabul Tarihi: 22/5/2003, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarihi: 10/6/2003, Sayı: 25134, Yayımlandığı Düstur Tertip: 5, Cilt :42

6102 No.lu Türk Ticaret Kanunu, Kabul Tarihi: 13/1/2011, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarihi: 14/2/2011, Sayı: 27846, Yayımlandığı Düstur Tertip: 5, Cilt: 50

Bozkuş, Kıvanç ve Yüksel Gündüz, “Okullarda Dağıtımçı Liderlik”, **VI. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi**, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, Haziran 2014, doi:10.13140/2.1.2872.1926, (29.10.2018)

Demir, Arya, “Tembellik Zekâ Göstergesiymiş!”, **Mynet Kadın**, <https://www.mynet.com/tembellik-zeka-gostergesiymis-29052-mykadin> (08.08.2018).

Dünya Değerler Araştırması (World Values Survey) <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>, (28.07.2019).

Flood, Rebecca, “Research Suggests Being Lazy Is A Sign Of High Intelligence”, **Independent**, 01.03.2017, <https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/health-news/research-suggests-being-lazy-is-a-sign-of-high-intelligence-a7176136.html>, (11.08.2018).

Hendricks, Scotty, “Researchers Find Link Between Laziness and Intelligence”, **The Big Think**, <https://bigthink.com/articles/researchers-find-link-between-tolerance-for-boredom-and-level-of-intelligence>, (11.08.2018)

Hobikoğlu, Elif Haykır, “İnovasyon Ekonomisi Bağlamında İnovasyon Türleri ve İnovasyon Süreci”, İktisadi Araştırmalar Vakfı, Temmuz 2015, ss.1-12, s.12; <https://www.iav.org.tr/yonetim/dosya/makale/elif-haykir-hobikoglu.pdf>, (13.07.2019)

Horton, Helena, “Laziness is A Sign Of High Intelligence, Suggests New Study”, **The Telegraph**, 09.08.2016, <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/08/09/laziness-is-a-sign-of-high-intelligence-suggests-new-study/>, (11.08.2018).

Howe, Jeff, “The Rise of Crowdsourcing”, **Wired Magazine**, Vol.14, No.6, 2006, <https://www.wired.com/2006/06/crowds/> (03.08.19)

<http://www.turkis.org.tr/HAZIRAN-2019-ACLIK-ve-YOKSULLUK-SINIRI-d249748>, (27.08.2019)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Actigraphy>, (30.08.2019)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Neuroimaging>, (30.08.2019)

<https://igesib.iku.edu.tr/tr/gelistirme-endustriyel-ve-sektorel-iliskiler-birimi-igesib>, (20.08.19)

<https://tianchi.aliyun.com/dataset/> (03.08.19),

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Akış_\(psikoloji\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Akış_(psikoloji)), (04.08.19)

<https://world.taobao.com/>, (03.08.19)

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/introducing-design-europe>, 08.05.2020

<https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/tarihce/>, (20.08.2019)

<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/wellbeing/bulletins/socialcapitalintheuk/may2017>, (28.07.19)

<https://www.psychologicalscience.org/news/releases/tidy-desk-or-messy-desk-each-has-its-benefits.html> (03.08.19)

<https://zhuanlan.zhihu.com/p/61383479> (03.08.19)

Kalish, Alyse, “Hard to Believe, But Being Lazy Could Actually Be a Sign of Intelligence”, **The Muse**, <https://www.themuse.com/advice/hard-to-believe-but-being-lazy-could-actually-be-a-sign-of-intelligence>, (11.08.18)

Karar Gazetesi, “Tembellik Yüksek Zekânın Belirtisi”, **Karar**, 09.08.2016, <http://www.karar.com/hayat-haberleri/tembellik-yuksek-zekanin-belirtisi-212939>, (08.08.2018).

Kreider, Tim, “The Busy Trap”, **The New York Times**, <https://opinionator.blogs.nytimes.com/2012/06/30/the-busy-trap/>, (06.08.2018)

Kreider, Tim, “Lazy: A Manifesto”, **Stay Strong**, <http://www.staystrongsc.com/blog/2017/1/8/lazy-a-manifesto>, (06.08.2018)

Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor - GEM), <https://www.gemconsortium.org/> (18.05.2019)

Liberatore, Stacy, “Laziness Is A Sign Of Intelligence: Researchers Say People Who Spend More Time Thinking Are Less Physically Active”, **Daily Mail**, <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3732149/Laziness-sign-intelligence-Researchers-say-people-spend-time-thinking-physically-active.html>, (11.08.2018)

Lollo, Eleonora, “Toward A Theory Of Social Capital Definition: Its Dimensions And Resulting Social Capital Types” <https://socialeconomics.org/Papers/Lollo1C.pdf>, p.20, (27.07.2019)

O'Brien, Danielle, “Good News For Couch Potatoes...Being Lazy Is Actually A Sign Of Intelligence, According To Science”, **The Sun**, 01.04.2018, <https://www.thesun.co.uk/uncategorized/5949014/good-news-for-couch-potatoes-being-lazy-is-actually-a-sign-of-intelligence-according-to-science/>, (11.08.2018)

Onedio, “Bilim Şaşırtmaya Devam Ediyor! Tembellik Yüksek IQ Göstergesi Olabilir”, **Onedio**, 20.08.2016, <https://onedio.com/haber/bilim-sasirtmaya-devam-ediyor-tembellik-yuksek-iq-gostergesi-olabilir-726986>, (08.08.18);

Pynchon, Thomas, “The Deadly Sins/ Sloth; Nearer, My Couch, to Thee”, **The New York Times**, https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/97/05/18/reviews/pynchon-sloth.html?_r=1, (06.08.2018)

Sekman, Mümin, **Kişisel Ataleti Yenmek: Sizi Durduran Ne**, <https://www.muminsekman.com/kisisel-ataleti-yenmek-sizi-durduran-ne.html>, (25.07.2018)

Sever, Akif, Teknoloji ve Bilim Notları, **Teknoseyir**, <https://teknoseyir.com/durum/274663#m>, (08.08.2018);

Sönmez, Semih, “Tembellik Yüksek Zekânın Göstergesi”, **Dünya Halleri**, <https://www.dunyahalleri.com/tembellik-yuksek-zekanin-gostergesi/>, (08.08.2018)

Söz Kimin, <http://www.sozkimin.com/b/26987-zeka-tembellik-ve-sebat-yuzunden-hosa-veya-kolayin.html>, (12.08.2018).

Şengür, Altay, “Dünyaca Ünlü Dehalar Tarafından Zeka ve Zeki İnsanlar Üzerine Söylenmiş 12 Söz”, **Onedio**, 22.04.2015, <https://onedio.com/haber/dunyaca-unlu-dehalar-tarafından-zeka-ve-zeki-insanlar-uzerine-soylenmis-12-soz-494678>, (08.08.2018)

The British Psychology Society, “Are Brainy People Lazy? “Need For Cognition” Correlates with Less Physical Activity”, **Research Digest**, 06.08.2016, <https://digest.bps.org.uk/2016/08/06/are-brainy-people-lazy-need-for-cognition-correlates-with-less-physical-activity/>, (12.08.2018).

Toptalent, “İnanması Zor Ama Tembel Olmak Aslında Zekâ Göstergesi”, **Toptalent**, <https://www.toptalent.co/inanmasi-zor-ama-tembel-olmak-aslında-zeka-gostergesi>, (08.08.2018).

Tuhaf Ama Gerçek, **Twitter**, <https://twitter.com/tuhafamagercek/status/200689285974863872>, (08.08.2018)

Türkiye İstatistik Kurumu, “Yenilik Araştırması 2016”, **Haber Bülteni**, Sayı.24864, Ankara: TÜİK, 05 Aralık 2017, <http://www.tuik.gov.tr/> (21.07.2019)

Watte, Hannah, “Being Lazy Is A Sign Of High Intelligence, Scientists Confirm”, **Unilad**, <https://www.unilad.co.uk/science/being-lazy-is-a-sign-of-high-intelligence/>, (11.08.2018)

Webtekno, **Instagram**, https://www.instagram.com/p/BRqyCl_DRtb/, (08.08.2018).

Xu, Juna, “Study Reveals Being Lazy is A Sign Of High Intelligence”, **Body and Soul**, <https://www.bodyandsoul.com.au/health/health-news/study-reveals-being-lazy-is-a-sign-of-high-intelligence/news-story/2ca09e8c578589a4540e22d94dbd4bed>, (11.08.2018)

Takeuchi, Hikaru, Yasuyuki Taki, Hiroshi Hashizume, Yuko Sassa, Tomomi Nagase, Rui Nouchi ve Ryuta Kawashima, “Cerebral Blood Flow during Rest Associates with General Intelligence and Creativity”, **PLoS One**, Vol.6, No.9, 2011, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0025532>, (13.09.2018)

Uluslararası Endüstriyel Tasarım Toplulukları Konseyi, <https://wdo.org/about/definition/>, 08.05.2020

Walburn, Lee, “Let Us Now Praise Indolent Men”, **Atlanta Magazine**, Vol.39, No.9, January 2000, 46701: <https://www.atlantamagazine.com/> (05.08.19)

Yamak, Mert, “Yıllardır Beklediğimiz Haber: Tembel İnsanlar Aslında Daha Zeki!”, **WebTekno**, <http://www.webtekno.com/yillardir-bekledigimiz-haber-tembel-insanlar-aslında-daha-zeki-h19447.html>, (08.08.18).

Yengin, Sibel Ateş, “Öğretmenlerin Aptal Dediği Bu Çocukların Hepsı Dahi Çıktı”, **Akşam Gazetesi**, 16.07.2017, <https://www.aksam.com.tr/pazar/ogretmenlerin-aptal-dedig-bu-cocuklarin-hepsi--dahi-cikti/haber-643342>, (07.09.2018).

Yeni Akit Gazetesi, “Tembel İnsanların Daha Zeki Olduğu Ortaya Çıktı”, **Yeni Akit**, 15.08.2016, <https://www.yeniakit.com.tr/haber/tembel-insanlarin-daha-zeki-oldugu-ortaya-cikti-202912.html>, (08.08.2018)

Yoo, Mina, “Social Networks and Entrepreneurship in Silicon Valley- Executive Summary”, **SSRN Electronic Journal**, July 2003, DOI: 10.2139/ssrn.1371670, (14.08.2019).



