

**T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**YENİLİKÇİ OLUŞUMLARDA SOSYAL SERMAYENİN
ROLÜ VE BURDUR İLİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Durmuş ÇALIŞKAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Yard. Doç. Dr. Bekir Sami OĞUZTÜRK

ISPARTA – 2010

T.C
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ SAVUNMASI ve SÖZLÜ SINAV TUTANAĞI

Gönderen : RETİTAT EABD Başkanlığı

Gönderilen : Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Enstitü Anabilim Dalımız **YÜKSEK LİSANS / DOKTORA** Programı öğrencisi
DURMUŞ ÇALIŞKAN tez çalışmalarını sonuçlandırmış ve
kurulan jüri önünde tezini savunmuştur. Sınav tutanağı aşağıdadır.
Tez Adı Değişikliği **YAPILDI** ~~YAPILMIŞ~~

Prof. Dr. Geybullu RAMAZANOĞLU
İktisat Ana Bilim Dalı Bşk
Enstitü Anabilim Dalı Başkanı

Tarih

SINAV TUTANAĞI:

Jürimiz Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 25./39. maddesi uyarınca 13.09.2000 P. Tezi
günü saat 15.00 'de toplanmış ve yukarıda adı geçen öğrencinin Yenilikçi Durumlarında
Sosyal Sermayeni, Rola ve Burdur İli Üzerine Bir Araştırma
konulu tezini incelemiş ve yapılan sözlü sınav sonunda **OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞU** ile aşağıdaki kararı
almıştır.

KABUL

RED

DÜZELTME

Tez Sınavı Jürisi	Ünvanı, Adı Soyadı	İmza
Başkan	Yrd. Doç. Dr. Belvir İsmail ÖGÜRÜK	
Üye	Yrd. Doç. Dr. Mustafa ÖZGÜR	
Üye	Yrd. Doç. Dr. Dilek GÖVDERE	
Üye		
Üye		

Yukarıda adı geçen öğrenci Sınav Tutanağı'nda belirtildiği üzere mezun olmaya **HAK KAZANMIŞTIR / KAZANMAMIŞTIR.**
Gereğini rica ederim.

ENSTİTÜ YÖNETİM KURULU KARARI :

Tarih:

Karar No:

Enstitü Müdürü

MADDE-25 Tez Sınavının tamamlanmasından sonra Jüri tez hakkında salt çoğunlukla "KABUL", "RED", veya "DÜZELTME" kararı verir. Bu karar, Enstitü Anabilim Dalı Başkanlığınca tez sınavını izleyen üç gün içinde ilgili Enstitüye tutanakla bildirilir. Tezi reddedilen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir. Tezi hakkında düzeltme kararı verilen öğrenci en geç üç ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur. Bu savunma sonunda da tezi kabul edilmeyen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir. Düzeltme alan öğrenci bir sonraki dönemde kayıt yaptırmak zorundadır.

MADDE-39 Tez Sınavının tamamlanmasından sonra Jüri tez hakkında salt çoğunlukla "KABUL", "RED" veya "DÜZELTME" kararı verir. Bu karar, Anabilim Dalı Başkanlığınca tez sınavını izleyen üç gün içinde ilgili Enstitüye tutanakla bildirilir. Tezi reddedilen öğrencinin Yüksek Öğretim Kurumu ile ilişkisi kesilir. Tezi hakkında düzeltme kararı verilen öğrenci en geç altı ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur. Bu savunma sonunda da tez kabul edilmeyen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir.

TEŐEKKÖR

Bu çalışmayı hazırlamamda bana büyük sabır gösteren ve yardımlarını hiç esirgemeyen danışmanım, sayın hocam Yard. Doç. Dr. Bekir Sami OĐUZTÖRK'e bir teőekkörden fazlasını borçluyum. Ayrıca çalıőmalarımda ilgi ve desteklerini gördüğüm başta Yard. Doç. Dr. Bekir Gövdere olmak üzere S.Demirel Üniversitesi, İktisat Ana Bilim Dalındaki tüm hocalarıma teőekkürlerimi sunarım.

Tabii ki bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da yardımlarına hep muhtaç olduğum aileme ve sevgili kuzenlerime candan teşekkür ederim.

Eylöl 2010

Durmuş ÇALIŞKAN

ÖZET

YENİLİKÇİ OLUŞUMLARDA SOSYAL SERMAYENİN ROLÜ VE BURDUR İLİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Durmuş ÇALIŞKAN

Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü Yüksek Lisans Tezi, 107 sayfa,
Eylül 2010

Danışman: Yard. Doç. Dr. Bekir Sami OĞUZTÜRK

Bu tezin amacı, sosyal sermaye ile yenilik kavramlarının teorik altyapısını incelemek ve aralarındaki nedensellik ilişkisini incelemektir. Çalışmanın temel çıkış noktası; ulus ve bölgelerin yenilikçi kapasitesi ve yenilikçilik kültürü temelinde, toplumdaki genel güven ve işbirliği düzeyinin etkisinin olup olmadığıdır. Bu nedenle konuyu iyi tahlil edebilmek için sosyal sermaye ve yenilik kavramlarının iyi tanımlanması ve yeterince anlaşılması gerekmektedir.

Çalışma; sosyal sermaye ve yenilik kavramlarının teorik ve kavramsal çerçevesi, kavramlara değişik yaklaşımlar, iki olgunun çakışma noktalarını kapsayan bir araştırmadır. Ayrıca konunun bölgesel düzeyde incelenmesi açısından Burdur İlinde yapılan anketli mülakata dayalı araştırma son bölümü oluşturmaktadır.

Burdur İlinde yenilikçi firmalar arasında yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, firmaların yenilikçi yapısı bireysel çaba ve tecrübelerle sınırlı kalmaktadır. İlde gerek sivil kurumlar gerek bireyler arasında yüksek güven düzeyinden ve işbirliğinden bahsetmek oldukça zordur. Bölgede üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve firmalar arasında bir sinerji oluşturulması, bilgi paylaşımının arttırılması, yenilikçilik kültürüne ve bölge kalkınmasına önemli katkılar yapacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, İnovasyon, Sosyal Sermaye, Burdur

ABSTRACT**THE ROLE OF SOCIAL CAPITAL IN INNOVATIVE FORMATIONS AND AN INVESTIGATION ABOUT BURDUR****Durmuş ÇALIŞKAN**

Suleyman Demirel University, Department of Economics, MA Dissertation,
107 pages, September 2010

Advisor: Asst. Prof. Dr. Bekir Sami OĞUZTÜRK

The aim of this thesis is to examine the theoretical infrastructure of social capital and innovation and to investigate the causal relationship between them. The starting point of the study is whether there is an effect of society trust and cooperation in the level of the nation and the region's innovative capacity and in the innovative culture. For this reason in order to analyze the concepts well enough, social capital and innovative concepts should be identified and understood perfectly.

This study is a survey which includes the framework of theoretical and conceptual innovation concepts, different approaches to the concepts and the conflict point of two cases. In addition, according to the examination of the issue at the regional level the last part of research is based on the an interview in Burdur.

According to the results of the study among the innovative companies in Burdur, the innovative structure of the firms are limited to individual efforts and experiences. It is very difficult to talk about high confidence level and cooperation between civilian institutions and individuals. Creating a synergy among universities, NGOs and companies and improving information sharing in the region will make an important contribution to the development of the innovation culture and the region.

Key words: Social Capital, Innovation, Burdur

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
TEŞEKKÜR	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR DİZİNİ	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	viii
ÇİZELGELER DİZİNİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SERMAYE

1.1. Sosyal Sermaye Tanımları ve Kavramın Kapsamı	5
1.2. Sosyal Sermaye Kavramının Tarihi Kökenleri	9
1.3. Sosyal Sermayenin Öğeleri.....	12
1.3.1. Güven.....	13
1.3.2. Toplumsal Ağlar	14
1.3.3. Toplumsal Normlar	15
1.4. Bir Üretim Faktörü Olarak Sosyal Sermaye	16
1.5. Sosyal Sermaye Türleri.....	19
1.5.1. Coleman’a Göre Sosyal Sermayenin Somut Türleri.....	19
1.5.2. Bağlayıcı / Birleştirici Sosyal Sermaye (Putnam)	20
1.6. İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları	21
1.7. Sosyal Sermayenin Ölçümü	23
1.8. Sosyal Sermayenin Kalkınma ve Büyümeye Etkisi.....	26
1.9. Sosyal Sermayeye Yönelik Negatif Eleştiriler	28

İKİNCİ BÖLÜM

YENİLİK VE YENİLİKÇİLİK

2.1. Yenilik Kavramı ve Tanımları	30
2.2. İktisat Teorisinin Tarihi Sürecinde Teknoloji ve Yenilik	34
2.2.1. Geleneksel İktisatçılar.....	34

	Sayfa
2.2.2. Neo-Klasik İktisatçılar	35
2.2.3. Schumpeterci Yaklaşım	36
2.2.4. Evrimci Kuram.....	37
2.3. Yenilik Türleri	38
2.3.1. Büyüklüğüne / Kapsamına Göre Yenilik Türleri:.....	39
2.3.2. Yenilik Tanımı Sonucuna Göre Ortaya Çıkan Yenilik Türleri.....	39
2.3.2.1. Ürün Yeniliği	39
2.3.2.2. Süreç Yeniliği	40
2.3.2.3. Organizasyonel Yenilik	41
2.4. Ar-Ge, Patent Hakları ve Faydalı Model	41
2.5. Ulusal Yenilik Sistemi (UYS)	43
2.6. Bölgesel Yenilik Sistemi.....	46
2.7. Kümelenmeler.....	47
2.8. Sosyal Sermaye Bağlamında Yenilikçi Oluşumlar.....	48

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BURDUR İLİNDE, YENİLİKÇİ OLUŞUMLARDA SOSYAL SERMAYENİN ROLÜ VE BİLGİ PAYLAŞIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

3.1. Burdur İli Üzerine Ekonomik ve Sosyal Bilgiler.....	54
3.1.1. Coğrafi Özellikler	54
3.1.2. Nüfus.....	55
3.1.3. Ekonomik Yapı	56
3.1.3.1. Tarımsal Yapı.....	56
3.1.3.2. Hayvancılık.....	57
3.1.3.3. Endüstriyel Yapı	58
3.1.4. Eğitim.....	58
3.2. Araştırmanın Amacı.....	59
3.3. Araştırmanın Kapsamı	60
3.4. Araştırmanın Yöntemi	60
3.5. Araştırma Bulguları	61
3.5.1. Araştırmaya Katılan Firma ve Katılımcılara Yönelik Bilgiler	61
3.5.2. Katılımcı Firmaların Yenilikçi Yapılarına Yönelik Sorular	64

Sayfa

3.5.3. Katılımcı Firmaların Sosyal Sermayeyi Kullanma Düzeylerine Yönelik Sorular.....	75
3.6. Değerlendirme.....	89
SONUÇ	91
KAYNAKÇA	94
ÖZGEÇMİŞ	100
EK	101
EK – 1. Anket Formu	101

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	Araştırma-Geliştirme
BYS	Bölgesel Yenilik Sistemi
C.	Cilt
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DSİ	Devlet Su İşleri
FM	Faydalı Model
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletmeler
İ.İ.B.F.	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi
OECD	Organisation for Economic Co-Operation and Development
S.	Sayı
s.	Sayfa
TDK	Türk Dil Kurumu
TTGV	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneđi
UYS	Ulusal Yenilik Sistemi

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 2.1. Yeni Bir Ürünün Geçirdiği Evreler	37
Şekil 3.1. Ankete Katılanların Cinsiyet Dağılımı	61
Şekil 3.2. Ankete Katılanların Yaş Dağılımı	62
Şekil 3.3. Ankete Katılanların Eğitim Düzeyleri	62
Şekil 3.4. Ankete Katılanlardan Yabancı Dil Bilenler.....	63
Şekil 3.5. Ankete katılanların işyerindeki pozisyonu	63
Şekil 3.6. Ankete Katılan Firmaların Sektörel Dağılımı.....	64
Şekil 3.7. Ankete Katılan Firmaların İstihdam Düzeyleri	64
Şekil 3.8. Bölgedeki Toplam Yeniliklerin Seyri.....	65
Şekil 3.9.Yapılan Yeniliklerin Bölgesel Açından Yeni Olma Düzeyi.....	66
Şekil 3.10. Firmaların Son 1 Yıl İçerisinde Yenilik Yapmaya İlişkin Tutumları.....	66
Şekil 3.11. Firmalarda Gerçekleştirilen Yeniliklerin Boyutu	67
Şekil 3.12. Yapılan Yeniliklerin Firmaya Etkileri	68
Şekil 3.13. Yapılan Yeniliklerin Bölgeye Etkileri	69
Şekil 3.14. Yeniliklerin Rakip Firmalara Etkileri.....	70
Şekil 3.15. Patent ve Faydalı Model Sayıları.....	71
Şekil 3.16. İşletmelerin Ar-Ge Çalışmaları.....	71
Şekil 3.17. Ulusal ve Uluslar Arası Fuarlara Katılım Düzeyi.....	72
Şekil 3.18. Yenilik Sürecinde İşbirliği Yapılan Kurum ve Kuruluşlar.....	73
Şekil 3.19. Katılımcıların Genel Güven Düzeyi	75
Şekil 3.20. Güven Unsurunun Oluşmasına Yönelik Beklenti.....	80
Şekil 3.21. İş Yaşamında Toplumsal Normların Etkinliği.....	81
Şekil 3.22. Toplumsal Normlara Uymanın Temel Kaynağı	82
Şekil 3.23. Sosyal Sermayenin İşlem Maliyetlerine Etkisi.....	83
Şekil 3.24. Mesleki Örgütlere Üyelik Durumu.....	84
Şekil 3.25. Katılımcıların Üye Olduğu Mesleki Örgütlerdeki Durumu.....	85
Şekil 3.26. Katılımcıların Diğer Üreticilerle İşbirliği.....	85

ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1.1. Beşeri ve Sosyal Sermaye.....	19
Tablo 1.2. Sosyal Sermayenin İki Alt Tipi ve Özellikleri	21
Tablo 1.3. İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları Arasındaki Farklılıklar	22
Tablo 1.4. Bazı Ülkelere Ait Güven Düzeyleri.....	25
Tablo 3.1. 2008 Yılı Verilerine Göre Burdur ve İlçeleri Nüfusu (Bin Kişi)	56
Tablo 3.2. Yapılan Yeniliklerin Gerçekleşmesini Sağlayan Faktörler	68
Tablo 3.3. Katılımcıların Bölgesel Yenilikte Kurumlara Bakış Açısı	74
Tablo 3.4. Katılımcıların Farklı Gruplara Karşı Güven Düzeyi	77
Tablo 3.5. Katılımcıların Birlikte İş Yaptığı Kişilerin Geneli	78
Tablo 3.6. Katılımcı Firmalara Diğer Kişi Ve Grupların Katkısı	86
Tablo 3.7. İçsel Sosyal Sermaye Yaklaşımına Göre Katılımcıların Düzeyi.....	88

GİRİŞ

Sanayi Devrimi ile başlayan hızlı teknolojik gelişme ve yenilikler, II. Dünya savaşının ardından yeni bir ivme kazanmıştır. Özellikle son yirmi-otuz yıldaki yenilikler ise baş döndürücü bir hızla ilerlemektedir.

Bilgi çağı olarak adlandırılan günümüz dünyasında, fiziksel ve finansal sermaye tek başına büyüme ve kalkınma için yeterli görülmemektedir. Ülkelerin ekonomik performansları ve kalkınma düzeyleri, toplumun içinde barındırdığı girişimcilik ve yenilikçilik yetenekleri ile doğru orantılıdır. Artık, sahip olduğu bilimsel bilgiyi yeniliğe dönüştüren ve ticarileştirebilen toplumlar ekonomik refahın anahtarını elinde bulundurmaktadır.

Yenilik, çağımızda Gayri Safi Milli Hâsılaya en fazla etki eden ve katma değer yaratan unsurlardan birisidir. Bu bağlamda bir devlet politikası olduğu kadar firmaların da yenilikçi yapıları önem arz etmektedir. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki yenilik yapabilmek günümüzde rekabet edebilmenin temel gereklerinden biridir.

Ekonominin en önemli yapıtaşlarını oluşturan ve bugün Türkiye dahil bir çok ülkenin ekonomisinin büyük bir bölümünü oluşturan KOBİ'ler, günümüzün küreselleşen dünyasında rekabet edebilmek, yeni pazarlara ulaşabilmek, mevcut pazarın geliştirmek ve maliyetlerini azaltabilmek için yenilik yapmak zorundadır. Günümüzde KOBİ'lerin kaliteli mal üretmeleri, reklam yapmaları, doğru fiyat politikası uygulamaları bile tek başına rekabet etmek için yeterli görülmemektedir.

Günümüzün küreselleşen dünyasında yerel düzeyde faaliyet gösteren bir işletmenin sınırların ötesinden rakipleri bulunmaktadır. Aynı coğrafyada bulunmasa ve hatta aynı sektörde faaliyet göstermese bile başka bir coğrafyadan bir yatırımcı ya da işletme yerel firmaların rakibi olmaktadır. Bu noktada yenilik KOBİ'ler açısından bir avantaj olmaktan ziyade ayakta kalabilmek için gerekliliktir.

Geleneksel iktisatçılar zamanında ve sonrasında sistematik olarak araştırılmayan teknoloji ve yenilik, özellikle son 30 yılda, teknolojik gelişmelerin hızlanması, ülke ve dünya ekonomisini büyük ölçüde etkilemesiyle hak ettiği ilgiyi

görmeye başlamıştır. Günümüzde teknoloji ve yenilikle ilgili yapılan çalışmaların birçoğu, bu konuya en çok ilgi gösteren ilk iktisatçı Schumpeter'in 1930 ve 40'lı yıllarda görüşleri çerçevesinde incelenmektedir.

Günümüzde yenilik sadece firma veya girişimcilerin bireysel çabalarına atfedilmemekte birçok gelişmiş ülke tarafından sistematik hale getirilmeye çalışılmaktadır. Bu noktada ülkeler ulusal ve yerel düzeyde yeniliği bir sistem olarak ele almakta ve ekonomik aktörlere bu yönde destek vermektedir. Bir yenilik sisteminin başarı ile çalışması ve sağlıklı sonuçlar verebilmesi için sistemin uygulandığı ülke ya da bölgede kişi ve kurumların güvene dayalı bir işbirliği içinde koordine olması gerekir.

Öte yandan, güvene dayalı ilişkilerin, toplumsal işbirliği ve yardımlaşmanın iktisadi yaşama katkısı çok öncelerden beri bilinmesine rağmen, sosyal ilişkiler de iktisatçılar tarafından sistematik olarak ele alınmamıştır. 1960'lı yıllardan itibaren iktisat kuramı içinde ele alınan beşeri sermaye faktörü, ekonominin insan kaynağını ekonomik kalkınmada önemli bir unsur olarak ele almaktadır. Son yıllarda ise sosyoloji ve siyaset bilimi gibi başka bilimlerin sağladığı değişik görüş ve katkılarla "Sosyal Sermaye" kavramı iktisat biliminde de dikkat çekmeye başlamıştır.

Sosyal sermaye bir toplumdaki kişi ve kurumların güvene dayalı ilişkiler içinde, birlikte iş yaşama ve çalışma potansiyelini gösteren bir olgudur. Bir toplumun refahında ya da ekonominin performansında sosyal sermaye olgusu ön plana çıkmaktadır. Günümüzde sosyal sermaye kavramı sadece iktisatçılar tarafından değil diğer birçok bilim adamı ve araştırmacı tarafından önemle incelenmektedir. Üstelik konu ekonomik kalkınmadan politika performansına, sağlık düzeyinden eğitim alanına kadar birçok alt konularla ilişkilendirilmekte ve araştırma konusu yapılmaktadır.

Son 30 yılda birçok araştırmacı sosyal sermayenin ekonomik ve sosyal faydalarını kanıtlamaya yönelik çalışmalar yapmaktadır. Sosyal sermayeye yönelik deneysel çalışmalar, sosyal sermaye artışının ekonomik kalkınma, eğitim düzeyi, suç oranı, politikaların başarı ile uygulanması gibi konularda önemli bir faktör olarak saptanmıştır. Günümüzde sosyal sermaye ekonomik kalkınmada en az diğer sermaye türleri kadar önemle incelenir hale gelmiştir.

Bu bağlamda sosyal sermaye unsurlarının toplum tarafından iyi kullanılması yenilik sistemlerinin başarısı için gerekli ön koşullardan biridir. Toplumda bulunan sosyal ağlar ve gruplar bilginin paylaşılması ve yayılmasını sağlayan en önemli unsurlardır. Bilginin en önemli sermayelerden biri varsayıldığı günümüz Bilgi Çağında bir toplumu diğerinden ayıran en önemli özelliklerden biri bilginin yayılması ve kullanılması olarak görülebilir. Bu noktada yenilikçi oluşumların performansında sosyal sermayeyi kullanabilmek önem kazanmaktadır.

Bu çalışmanın konusu yenilik ve sosyal sermaye kavramlarının teorik altyapısını ortaya koymak ve aradaki ilişkiyi incelemektir. Bu kapsamda elde edilen teorik bulgular neticesinde aradaki ilişki bölgesel düzeyde araştırılacaktır. Bölgesel araştırma Burdur ilinde imalat sanayinde faaliyet gösteren yenilikçi firmalar ile sınırlı tutulmuştur.

Bu çalışmanın amacı, son dönemde güncel olan yenilik ve sosyal sermaye olgularını bir arada ele alarak kavramsallaştırabilmek, aradaki ilişkinin önemine dikkat çekmektir. Ayrıca bu konuda yerel bir araştırma ile aradaki ilişki gözlenmeye çalışılacaktır. Bu açıdan Burdur ilinde yapılacak olan yenilikçi yapıdaki firmalar arasındaki anket çalışması ile ildeki yenilikçi yapıların hangi kaynaklardan beslendiğini de öğrenmeyi amaçlamaktadır.

Bu güne kadar genel olarak sosyal sermaye ile ilgili yapılan çalışmalar ülkeler düzeyinde ya da gelişmiş batı toplumları içinde yapılmıştır. Konu ülkemizde son yıllarda araştırılmaya başlansa da Burdur ve çevresini kapsayan bir çalışma göze çarpmamaktadır. Bu açıdan yapacak olduğumuz çalışma ilk özelliğini taşımaktadır. Bu çalışmanın gelecek çalışmalara bir fikir verebileceği ve bölgedeki yenilik sorunlarının tekrar ele alınmasında bir kaynak olabileceğini umut edilmektedir.

Çalışmanın içeriği üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ise sosyal sermaye kavramı tanımlarına, kavramın tarihi kökenlerine, değişik yaklaşımlara yer verilmiştir. Ayrıca kavramın iktisat literatürü içindeki ele alınışı ve iktisadi mahiyeti bu bölümde bulunmaktadır.

İkinci bölümde yenilik kavramının tanımı, kapsamı, türleri ve iktisat literatürü içerisindeki yeri açıklanarak teorik çerçeve oluşturulmuştur. Bununla birlikte yeniliğin bir sistem olarak ele alındığı ve günümüzde hemen her ülke

tarafından uyarlanmaya çalışılan ulusal ve bölgesel yenilik sistemleri bu bölümde yer almaktadır. Yine bu bölümde sosyal ilişkilerin yenilikçi oluşumlardaki etkileri bu bölümde tartışılmaktadır.

Üçüncü bölümde ise Burdur'da yapılan, yenilikçilik ve işletmelerin sosyal sermaye unsurlarını kullanımına yönelik anket çalışmasının bulguları ve değerlendirilmesi bulunmaktadır.

Çalışma sonuç ve öneriler kısmı ile son bulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL SERMAYE

1.1. Sosyal Sermaye Tanımları ve Kavramın Kapsamı

Sosyal sermaye kavramı son dönemlerde iktisatçılar ve diğer sosyal bilimciler tarafından önemle incelenmeye başlamıştır. İktisat bilimi açısından olsun veya olmasın kavram değişik yönleri ile ele alınmaktadır. Kavram, diğer birçok sosyal bilim kavramı gibi tek ve genel geçer bir tanıma sahip değildir.

Farklı disiplinlerden gelen araştırmacı ve yazarlar, kavrama, gerek genel anlamda gerekse de kendi bakış açıları ile katkıda bulunmuş, konu hakkındaki yazını geliştirmiştir. Günümüzde başta sosyologlar, iktisatçılar ve siyaset bilimciler tarafından olmak üzere, bir disiplinde yapılan bir araştırma veya ortaya atılan görüş, diğer bilimlerde de hem kaynak hem de veri olarak kullanılmaktadır. Aynı bilim dalından gelse bile kavrama yüklenen anlamlar ve eleştiriler oldukça farklılaşabilmektedir. Bu durum, kavramsal çerçevenin genişlemesine neden olsa da, farklı bakış açıları ve yeni araştırmalar sosyal sermaye kavramının teorik yapısını geliştirmektedir. Bu yüzden, bu çalışmada, sosyal sermaye kavramının incelenmesinde sadece iktisatçıların değil, diğer bilim dallarından gelen düşünürlerin de katkıları aktarılacaktır.

Her ne kadar yazında sosyal sermayeye yönelik eleştiriler var olup, değişik türlerinin varlığından bahsedilse de, yapılan değişik tanımlar ve farklı yaklaşımlar sistematik olarak ele alınabilmektedir.

Sosyal sermaye; ekonomi, kalkınma, eğitim, kriminoloji gibi alanlarda özellikle son on yılda giderek artan bir sıklıkta kullanılmaktadır.¹ Bilhassa son 15 yılda sosyal sermaye üzerinde yapılan çalışmaların hızla artması, toplumların ekonomik ve sosyal problemlerini daha kolay bir biçimde çözebilmeleri için yeni alternatif politikaların üretilmesine fırsat vermektedir. Çünkü ülkelerin sahip

¹ W. WALTERS, Social Capital and Political Sociology: Re-imagining politics?, **Sociology**, 36(2),2002, s.378

oldukları maddi üretim faktörlerini verimli bir şekilde kullanabilmeleri büyük ölçüde sosyal sermaye birikimleriyle doğru orantılıdır.² Sosyal sermaye çalışmalarında üç farklı yaklaşım gözlemlenmektedir: toplumsal gruplardaki siyasi yönelimleri ve davranışı açıklayan sosyolojik (toplumbilimsel) gelenek; daha çok bireysel değer ve kimliklere odaklanan psikolojik (ruhbilimsel) gelenek; kişisel çıkar ve bireysel rasyonaliteyi inceleyen ekonomik gelenek.³

Sosyal sermaye ile ilgili yazın incelendiğinde, Bourdieu, Coleman, Fukuyama, Putnam, Woolcock gibi araştırmacıların büyük katkıları olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle Putnam'ın çalışmaları konuya olan ilginin artmasında büyük rol oynamıştır.

Sosyal sermaye kavramı, 1981'den önce anahtar kelime olarak toplam 20 kere kullanılmış iken, 1991-1995 yılları arasında 109 kez, 1996 ile 1999 bası arasında 1003 kez kullanılmıştır. 1999 yılından sonra kullanılan sayıyı tahmin etmenin oldukça zor olduğu değerlendirilmektedir.⁴

Tanımlara geçmeden önce, sosyal sermayenin tanımlanması ve açıklamasında önemli yer teşkil eden ve konuyla ilgili yazında "Sosyal Sermayenin Öğeleri" olarak ifade edilen bazı kavramların bilinmesi yerinde olacaktır. Bunlar; güven (trust), toplumsal ağlar (social networks), karşılıklılık (reciprocity), normlar, birlikler (associations).

Sosyal sermayeyi bir terim olarak ilk kez kullanan Hanifan⁵, sosyal sermaye kavramını, bilindik anlamı olan taşınmazlar, özel mülkiyet ya da para dışında bireylerin günlük yaşamları içinde birbirleri arasında geliştirdikleri iyi niyet, arkadaşlık, yakınlık ve sosyal bir takım ilişkileri tanımlamak için kullanmıştır. Bu noktada ortaya attığı sosyal sermaye kavramı bireyler arasında elle tutulamayan, gözle görülemeyen ancak günlük yaşamın dinamikleri arasında yer alan bu ilişkileri ifade eder.

² M. KARAGÜL, S. DÜNDAR, Sosyal Sermaye ve Belirleyicileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), 2006, s.63

³ S.KUMLIN ve B.ROTHSTEIN, The Theory of Social Capital and The Scandinavian Puzzle, *Comperative Political Studies*, 38(4), 2005, s.343

⁴ R.HARPER, Social Capital: A review of The Literature, **National Statistics**, Social Analysis and Reporting Division, Londra, 2001, s.6.

⁵ L. J. HANIFAN, **The Rural School Community Center**, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 67, New Possibilities in Education, s. 130-138, 1916, s.130

Kavrama daha farklı bir bakış açısı geliştiren Bourdieu,⁶ sosyal sermayeyi, karşılıklı tanışıklık ve tanımaya dayalı olarak az ya da çok kurumsallaşmış, uzun ömürlü iletişim ağına sahip olması nedeniyle, bir bireyin veya bir grubun hissesine düşen kaynakların bir toplamı olarak ifade etmiştir.

Sosyal sermaye ile ilgili kavramsal çerçevenin tanımlanması ve gelişmesinde en fazla katkıyı yapan kişilerden birisi olan Sosyolog James Coleman'ın tanımlamasına göre sosyal sermaye; sorumluluklar-beklentiler, bilgi kanalları ve sosyal normlardan oluşur. Sosyal sermaye insanların gruplar içinde birlikte çalışma becerisidir.⁷ Sosyal sermaye yokluğunda başarılamayan ya da sadece yüksek maliyetlerde başarılabilen belirli amaçları gerçekleştirmeyi kolaylaştıran sosyal organizasyondur.⁸

Amerika ve İtalya'da yapmış olduğu araştırmalarla sosyal sermaye literatürüne önemli katkılarda bulunan Putnam ise sosyal sermayeyi şöyle tanımlar: Paylaşılan amaçları gerçekleştirmek için katılımcıların birlikte daha etkin biçimde eylemde bulunmasını mümkün kılan sosyal hayat özellikleridir (ağlar, normlar, ve güven). Kısaca, sosyal sermaye, sosyal bağlantılara ve bunlara eşlik eden normlara ve güvene işaret etmektedir.⁹ Putnam'a göre, güven ve sosyal ağlar geliştiği takdirde, bireyler, şirketler, komşuluklar ve hatta bütün millet başarılı olacak ve kalkınacaktır.¹⁰

Kavramla ilgili literatüre önemli katkılar sağlayan siyasal bilimci Fukuyama'ya göre sosyal sermaye, insanların ortak amaçları için gruplar ya da organizasyonlar halinde bir arada çalışabilme yeteneğidir.¹¹

⁶ P. BOURDIEU, The Forms of Capital, Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, Editör: John G. Richardson, Greenwood Press, Westport, CT, s.241-258. , 1986, s.52
Çevrimiçi: <http://econ.tau.ac.il/papers/publicf/Zeltzer1.pdf>, s.46-58 Erişim: 01.06.2010

⁷ S. J. COLEMAN, Social Capital in the Creation of Human Capital, The American Journal of Sociology, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure, 94, 95-120. 1988, s.95

⁸ S. J. COLEMAN, The Foundation of Social Theory, Harvard University Press, Massachusetts, 1990, s.304

⁹ R. D. PUTNAM, Tuning in, Tuning out: the Strange Disappearance of Social Capital in America, Political Sciences and Politics, 28(4), 664-683, 1995, s.665

¹⁰ SCHAİK, T.V. Konuşmaları, Social Capital in The European Values Study Surveys, Internatiol Conference on Social Capital Measurement London, 25-27 Eylül 2002'den aktaran: R.A. ERGİN, **Sosyal Sermayenin Yöneticiler Bağlamında Ölçülmesine Yönelik Konya Sanayisinde Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Y.Lisans Tezi, 2007, s.9

¹¹ G. R. FUKUYAMA, **Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması**, 1995, Çeviren: A. Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1998, s.23

Sosyal sermaye, bir toplumda veya onun bazı bölümlerinde güven duygusunun hakim olmasından ileri gelen bir yetidir. Sosyal sermayenin edinilmesi, bir topluluğun ahlaki normlarının alışkanlık haline gelmesini ve sadakat, dürüstlük gibi erdemlerin kazanılmasını ve bireylerin birbirine bağımlılığını gerektirir. Sosyal sermaye, bireylerin sadece kendi baslarına hareket etmeleri ile kazanılmaz. Bireysel değerlerden çok, sosyal değerlerin hakim olmasına dayanır.¹² Ona göre, göre sosyal sermaye iki veya daha fazla birey arasında işbirliğini destekleyen zorunlu ve gayri resmi bir normlar bütünüdür. Sosyal sermayeyi oluşturan normlar iki arkadaş arasındaki bir karşılıklılık normundan Hıristiyanlık veya Konfüçyüsçülük gibi kompleks ve ayrıntılı bir şekilde ileri sürülen doktrinlere kadar uzanabilmektedir.¹³

Nobel Ekonomi ödüllü Stiglitz sosyal sermaye için şu ifadeyi kullanır: Örtük bilgi, ağlar koleksiyonu, itibar toplamı ve organizasyonel sermayeyi kapsamaktadır. Sosyal sermaye organizasyon teorisinde ahlaki riziko ve dürtü problemlerini halletmenin sosyal araçlarıdır.¹⁴

Woolcock ve Narayan'ın tanımına göre sosyal sermaye; İnsanların günlük yaşamlarını biçimlendiren ve insanların sosyal varlık olmalarını sağlayan gerçek bir servettir” ve “insanların ortak hareket etmesini mümkün kılan normlar ve ağlardır”.¹⁵ Woolcock ve Narayan sosyal sermaye yazınının eğitimden kurumların rolüne, yönetişimden ekonomik kalkınmaya uzanan çok sayıda geniş alanlarla ilgi kurularak çalışıldığını; bu geniş alanlar içinde ekonomik kalkınma özelinde yürütülen çalışmaların toplumcu görüş, ağ görüşü, kurumsal görüş ve sinerji görüşü şeklinde dört farklı perspektife ayrılabilceğini ileri sürmüştür.

Baker sosyal sermayeyi aktörlerin sosyal yapılardan türettiği ve çıkarlarını tatmin etmek için kullandığı bir kaynak¹⁶ olarak görür.

¹² F. FUKUYAMA, 1998:42

¹³ F. FUKUYAMA, Social Capital, Civil Society and Development, **Third World Quarterly**, Vol. 22, No. 1, pp.7-20., 2001, s.7

¹⁴ H. OĞUZ, Makroekonomik Politikaların Performansında Sosyal Sermayenin Ve Kurumların Rolü, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), 2006, s.86

¹⁵ M. WOOLCOCK, ve D. NARAYAN, Social Capital: Implications For Development Theory, Research, and Policy, **The World Bank Research Observer**, Vol. 15, No. 2, S.225-249, 2000, s.226

¹⁶ W. E. BAKER, Market Networks and Corporate Behavior, **American Journal of Sociology**, 96: 589-625, 1990 s.619

Sosyal sermayeye oldukça önem veren kurumlardan OECD sosyal sermayeyi “Ağlar ve gruplar içinde ya da gruplar arasında işbirliğini kolaylaştıran normlar, değerler ve anlayışlardır.”¹⁷ diye tanımlarken KOSGEB; “Sosyal sermaye kavramı, sosyal bir değer olan toplumsal *güven düzeyi* ile ekonomik bir kavram olan *sermaye* kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan ve daha çok ekonomik değer ifade eden yeni bir kavramdır.”¹⁸ ifadesini kullanır.

1.2. Sosyal Sermaye Kavramının Tarihi Kökenleri

Yazında sosyal sermaye kavramının kökeni Durkheim, Marx ve hatta Aristo'nun çalışmalarına kadar geriye götürülmektedir.¹⁹ İktisat biliminde de sosyal sermaye kavramı klasik iktisatçılara kadar götürülmektedir. Bu bağlamda çeşitli kaynaklarda Smith, Marshall, Hume ve Hicks gibi bilim adamlarına atıf yapılmaktadır.²⁰ Sosyolog Max Weber, 1904 yılında yazdığı “Protestanlık Mezhebi ve Kapitalizmin Ruhu” adlı makalesinde dolaylı olarak sosyal sermaye fikrinden bahsetmektedir.²¹

Sosyal sermaye bir terim olarak ilk kez Hanifan (1916) tarafından kullanılmıştır. Hanifan, toplumun katılımının eğitim ve okul performansını artırmadaki önemini açıklarken, sosyal sermaye kavramını ortaya atmıştır.²² Hanifan, *Rural School Community Center* (1916) adlı çalışmasında, Batı Virjinya'da bir kır kasabasında, okulların ve öğretmenlerin önderliğinde sosyal sermayenin oluşmasını ve yararlarını araştırmıştır.

Hanifan bulunduğu kasabada insanları bir araya getirecek sosyal etkinlikler düzenler ve bireylerin etkileşime geçmesini sağlar. Önceleri sadece eğlence amaçlı olan bu etkinlikler daha sonraları toplumsal sorunların tartışıldığı, ekonomik

¹⁷ N. LIN, *Social Capital: A theory of Social Structure and Action*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001, s.24.25

¹⁸ KOSGEB, *Ekonomik Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü*, Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Merkez Müdürlüğü, Ankara, 2005, s.4

¹⁹ M. LEHTONEN, *The Environmental-Social Interface of Sustainable Development: Capabilities, Social Capital, Institutions*, *Ecological Economics*, 49, 2004, s.204-205

²⁰ Ş. TÜYLÜOĞLU, *Sosyal Sermaye, İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması*, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (12), 2006, s.21

²¹ C. TRIGILIA, *Social Capital and Local Development*, *European Journal of Social Theory*, 2001, s.3.

²² WOOLCOCK ve NARAYAN, 2000:228

faaliyetlerin işbirliği içinde icra edildiği bir dayanışma ortamına dönüşür. Hanifan'ın bu planlı çabaları, insanların etkileşim ve işbirliği içinde olmalarının toplumsal ve ekonomik refaha ne kadar katkısının olduğunu ifade etmesinde önemli sonuçlar verir.

Hanifan'ın çalışmasından sonra kavram sosyal bilim araştırmalarında bir süre gözden kaybolmuş, 1956 yılında Kanadalı sosyologlar Seely, Sim ve Loosely tarafından kentsel toplum kültürü ile ilgili bir araştırmada yeniden kullanılmıştır. Edward Banfield 1958 yılında, Güney İtalya'nın geri kalmışlığını açıklama ile ilgili çalışmasında sosyal sermaye kavramını kullanmış, fakat çalışması ekonomik çevrelerde ilgi uyandırmamıştır. Daha sonra kavram 1961 yılında Homans tarafından sosyal etkileşim teorisi ile ilgili bir çalışmada kullanılmıştır. Öte yandan, 1971 yılında Jacobs tarafından politik problemlerin çözümü ile ilgili toplumsal bir araştırmada sosyal sermaye kavramı tesadüfen kullanılmıştır. 1977 yılında da Loury tarafından gelir dağılımı ile ilgili bir çalışmada kullanılmıştır.²³ Son olarak 1970'li yıllardan itibaren iktisatçılar tarafından dikkate alınmaya başlamıştır.²⁴

Fransız sosyolog Pierre Bourdieu, 1960'lı yıllarda yaptığı çalışmalarda sosyal sermaye kavramını kullanmaya başlasa da, bu kavramı ancak 1980'lerde formüle etmeyi başarmıştır.²⁵ Bourdieu, *The Forms of Capital* (1986) adlı çalışmasında, sermayenin yalnızca maddi kaynakların birikimiyle ilişkili olmadığını, toplum içerisinde maddi olmayan sermaye biçimlerinin de var olduğunu belirterek, sosyal sermaye kavramını tanımlamıştır.²⁶ Bourdieu, sosyal sermaye kavramına negatif bir anlam yükleyerek özellikle Coleman ve Putnam'ın görüşlerinden ayrılır. Ona göre sosyal sermaye, güvene dayalı ilişkilerin ve dayanışma duygusunun toplumun üretim sürecine ve refahına katkı sağlayan bir unsur olmaktan çok, var olan ağların ve ilişkilerin toplumda daha üste çıkmak için kullanılmasıdır.

Sosyal sermaye kavramının günümüzdeki kullanımını daha çok Bourdieu (1986), Coleman (1988) ve Putnam'ın çalışmalarına dayandırılmaktadır.

²³ F. SABATINI, *The Empirics of Social Capital and Economic Development: A Critical Perspective*, 2006, s. 4. Çevrimiçi: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/2366/1/MPRA_paper_2366.pdf
Erişim:2.5.2010

²⁴ WOOLCOCK ve NARAYAN, 2000:229

²⁵ TRIGILIA, 2001:3

²⁶ S. DEVAMOĞLU, **Sosyal Sermaye Kuramı Açısından Türkiye'de Demokrasi Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008, s.8

Sosyolog James Coleman, sosyal sermaye ile ilgili kavramsal çerçevenin tanımlanması ve gelişmesinde en fazla katkıyı yapan kişilerden biridir. Coleman'ın çalışması, insanların nasıl bir arada çalışmayı başarabildiklerini açıklamak için bir kavramsallaştırma oluşturmaktadır. Nitekim sosyal sermaye kavramı, insanların mevcut çıkarlarına en uygun olanın rekabet etmek olduğu durumlarda bile neden işbirliği yapmayı seçtikleri sorusuna bir cevap sunmaktadır. Coleman'ın yaklaşımına göre klasik iktisat teorisindeki *görünmez el* ne ise sosyal sermaye de odur.²⁷

Coleman, eğitim alanındaki sorunları bir dizi araştırmalarla incelemiş ve sosyal sermaye kavramının önemine vurgu yapmıştır. Coleman'a göre gençlerin okuldaki başarısı ya da devamsızlığı sadece öğrenci velilerinin eğitim düzeyi, ekonomik düzeyi veya öğrenciye gösterdiği ilgi ile kısıtlı değildir. Bunun yanında öğrencinin okuldaki devamını sağlayan bir diğer unsur sosyal uyumdur. Buna göre okul çağındaki gençlerin aile ve okul ortamındaki iletişim ağlarının yoğunluğu, bağların sağlamlığı öğrencinin başarısındaki önemli unsurlardır. Öğrencinin eğitiminde ailenin ekonomik düzeyi finansal sermaye, ailenin eğitim düzeyi beşeri sermayeyi temsil ediyorsa; okul ve aile ortamındaki sosyal uyum ve toplumsal ağlar sosyal sermayeyi temsil eder.

Coleman'a göre sosyal sermaye bir kaynaktır. Karşılıklı yükümlülüklerin, beklentilerin ve güvenin oluşturduğu toplumsal ağların toplamı olarak bireysellikten öteye geçer. Bu noktada Coleman'ın geliştirdiği sosyal sermaye yaklaşımı Boudieu'dan farklılaşır. Bourdieu sosyal sermayeyi sadece onu gerçekleştirmek için çaba gösterenlerin yarattığı ve sadece onların faydalanabileceği bir kaynak olarak görürken, Coleman sosyal sermayeyi "kamusal mal" olarak görür.

Coleman 1988 ve 1990'da yayınlanan çalışmaları ile akademik çevrelerden büyük ilgi görmüş ve araştırmalara yön vermiştir.

Siyaset bilimci Putnam ise, Amerika ve İtalya'da yapmış olduğu araştırmalarla sosyal sermaye literatürüne önemli katkılarda bulunmuştur. 1993 yılında yayınlanan eseri "Making Democracy Work"²⁸ adlı eserinde, İtalya'nın

²⁷ J. FIELD, **Sosyal Sermaye**. Çeviren: B. Bilgen ve B. Şen, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2006, s.30-34

²⁸ R.D.PUTNAM, R. LEONARDI ve R. Y. NANETTI, **Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy**, Princeton University Press, Princeton, 1993

kuzeyi ve güneyi arasında, kamu politikalarının performansının niçin farklı olduğu üzerine ampirik çalışmasını açıklamıştır. Putnam'a göre kamu politikalarının performansındaki temel farkın nedeni, iki bölgedeki kurum ve bireyler arasındaki güven ve işbirliği düzeyindeki farktan kaynaklanmaktadır. Putnam bu görüşünü ampirik çalışması ile somutlaştırmıştır.

Putnam'ın akademik çevrelerce ilgi uyandıran bir başka çalışması "*Bowling Alone: America's Declining Social Capital*" isimli eseridir. Putnam bu eserinde ABD'deki sosyal sermayenin düşüşündeki sebepleri yine ampirik bir çalışma ile ele almıştır. Çalışmaya göre; oy verme, sivil toplum örgütlerine katılım gibi sosyal ağlardaki hareketlilikte gözle görülür bir düşme yaşanmıştır. Sosyal sermayedeki bu erimenin sebepleri; anne-babaların yoğun meşguliyeti, ev temelli teknolojinin gelişmesi, büyük şehirlerdeki insanların bir araya gelmek için daha az çaba harcaması gibi nedenlerdir.

Putnam'a göre, sosyal sermaye kavramı, bireysel verimliliği artıran araçları ve eğitimi temsil eden fiziksel ve beşeri sermaye kavramlarına benzer şekilde, karşılıklı yarar için koordinasyon ve işbirliğini kolaylaştıran ağlar, normlar ve güven gibi sosyal örgütlenmelerin özelliklerini göstermektedir. Sosyal sermaye ayrıca fiziksel ve beşeri sermayedeki yatırımların faydalarını genişletir. Büyük bir sosyal sermaye stoku ile donanmış bir toplumda birlikte çalışmak daha kolaydır.²⁹

Putnam'ın sosyal sermayeye yaklaşımı genel olarak Coleman'ın görüşleriyle paralellik gösterse de yapmış olduğu çalışmalarla sosyal sermayeyi açıklama çabası belli bir bölge ya da toplulukla sınırlı kalmamış, toplumsal alana yayılmıştır.

1.3. Sosyal Sermayenin Öğeleri

Sosyal sermayenin tanımlanması ve anlaşılmasında önemli yer teşkil eden bu öğeler, kimi zaman Coleman ve Putnam tarafından kavramın merkezine yerleştirilmiş hatta bazen sosyal sermaye ile özdeş tutulmuştur. Bu öğeler şunlardır:

²⁹ R.D.PUTNAM, The Prosperous Community: Social Capital and Public Life, **The American Prospect**, No. 13, Spring, 1993, <http://xroads.virginia.edu/~HYPER/DETOC/assoc/13putn.html>, Erişim:6.6.2010

1.3.1. Güven

Sosyal sermaye kavramının gelişmesi ve popülerleşmesi ile birlikte güven kavramı da dikkat çekmeye başlamıştır. Özellikle sosyal sermayenin tanımlanması ve ölçümünde kavrama verilen önem dikkat çekicidir. Ancak güven unsuru sosyal sermayenin kendisi olmayıp, olgunun merkezinde yer alan kaynaklarından birisidir.

Arrow'un bir ekonomide güvenin kapsamını ve önemini özetleyen "Fiilen tüm ticari işlemler, bir zaman alan tüm işlemler özünde bir güven unsuru içerir. Dünyadaki geri kalmışlıkların çoğunun karşılıklı güvenden yoksunlukla açıklanabileceği makul biçimde iddia edilebilir" şeklindeki ifadesi iktisadi gelişmeye sosyal sermaye ve kurumlar yaklaşımları için önemli bir argüman olmuştur.³⁰

Güven, hem kişiler arası ilişkilerin bir sonucu hem de kültürel ve ahlaki değerlerle, günlük yaşam ve iş deneyimine göre değişen dinamik bir olgu olarak tanımlanmaktadır.³¹ Bir başka tanıma göre güven, taraflar arasında yaşanan ve belirsizlikle açıklanabilen bir etkileşim sonucunda,³² kişinin karşı taraftan zarar görmeyeceğine ya da istismara uğramayacağına ve hatta kişisel yarar sağlayacağına yönelik olumlu beklentisini ifade etmektedir.

Coleman'a göre güven toplumsal etkileşim biçimleri içinde risk taşıyan bir faktördür. "Güven, bir kişinin aldığı riskin değerinin davranışına bağlı olduğu durumlarda ortaya çıkar."³³

Putnam'a göre güven gibi sosyal sermaye öğelerinin çoğu, ahlaki kaynaklardır ki bu kaynakların arzı kullanıldıkça artar, tersine kullanılmadıkları ölçüde tükenirler.³⁴

Güven bir ekonominin sağlıklı işlemesine ve gelişmesine katkıda bulunurken iktisat politikaları bağlamında ise politikaların başarısını etkilemektedir. Piyasa ekonomileri karşılıklı ilişkiler içinde yürüdüğünden ve bu ilişkiler ya bir çıkar birliğine ya da bir çıkar uyuşmazlığına dayandığından iktisadi karar birimleri arasında karşılıklı güven önemlidir.³⁵

³⁰ K. J. ARROW, Gifts and Exchanges, Philosophy and Public Affairs, 1(4), 343-362, 1972' den aktaran: OĞUZ, 2006:6

³¹ FUKUYAMA, 1998:37

³² R. BHATTACHARYA ve M. PILLUTTLA; A Formal Model of Trust Based on Outcomes, *Academy of Management Review*, Vol: 23, No: 3, 1998, s.462.

³³ J. COLEMAN, *Foundations of Social Theory*, Belknap Press, Cambridge, 1994, s.91

³⁴ PUTNAM, 1993:16

³⁵ OĞUZ, 2006:81

Örgütlerde bireyler arasındaki güven, çalışanın üyesi olduğu örgütü güvenilir bulmasını ifade etmektedir. Buna göre, çalışan, örgütteki karar alıcıları etkileme olanağı olmasa da, örgütün kendisinin yararına çalışacağına ya da zararına olmayacak şekilde davranacağına güven duymakta ve kontrol edemeyeceği eylem ve davranışlarda savunmasız kalmaya gönüllü olmaktadır.³⁶

1.3.2. Toplumsal Ağlar

Sosyal sermayenin bir başka önemli bileşeni de iletişimi, enformasyonun ve bilginin yayılmasını ve sosyal destek almayı kolaylaştıran dernekler ve birliklerdir. Dernek ve birlikler, bireyler arasında formel veya enformel ilişkiler ya da ağdüzenekleri kuran nesnel bağlardır.³⁷

Toplumsal ağlar, bireyin iradesi dışında içinde bulunduğu aile, din, cemaat gibi yapılar olabilmesinin yanında, bireyin daha sonradan kendi iradesi ile katıldığı futbol kulüpleri, müzik koroları gibi yapılar da olabilir.³⁸

Putnam'a göre, sosyal sermayenin gücü ve değeri insanların karşılıklı ilişkilerinden oluşan *ağ-düzeneği içinde* saklıdır. Aksi takdirde bireylerin izole ve dağınık bir şekilde yaşadıkları ve iyi niyetli olsalar dahi bunu harekete geçiremedikleri bir ortamda, karşılıklı ilişkilerin gücü yok olacaktır.³⁹

Putnam'a göre, modern ya da geleneksel, otoriter ya da demokratik, feodal ya da kapitalist her toplum, hem formel hem de enformel, kişiler arası iletişim ve alış-veriş ağları ile sarılı durumdadır. Bu ağların bir kısmı 'yatay' iken; yani eşit güç ve statüye sahip gruplar tarafından oluşturulurken, bir kısmı asimetrik hiyerarşi ve bağımlılık ilişkilerinin yer aldığı grupları birbirine bağlayan 'dikey' örgütlenmelerdir. Gerçek hayatta bu ağlar hem dikey hem de yatay bir takım

³⁶ F. ERDEM; **Sosyal Bilimlerde Güven**, Vadi Yay., Ankara, 2003, s.165

³⁷ F. ERSELCAN, **Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma: Sivas, Kayseri, Yozgat Bölgesinde Bir Araştırma**, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2009, s.63

³⁸ A. AKDOĞAN, **Toplumsal Sermaye: Yeni Sağın Küresel Yüzü, Yoksulluk, Şiddet ve İnsan Hakları**, Editör: Yasemin Özdek, Yayın No: 311, TODAİE Yayınları, s. 71-85, 2002, s29

³⁹ R. D. PUTNAM, **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**, **Simon and Schuster**, New York, 2000, s.21

ilişkilerin yer aldığı yapılardır. Örneğin, her bowling takımının bir kaptanı olduğu gibi, hapisanelerdeki gardiyanlar da bazen mahkûmlarla arkadaşlık ederler.⁴⁰

Ayrıca Dünya Bankasının yayınlarında vurguladığı gibi insanların sosyal kuruluşlarda ve gönüllü çalışmalarda görev alması yani bağlantılı sosyal sermayenin yüksek olması, gelişmekte olan ülkelerin toplumsal refahı için özellikle önem arz etmektedir.⁴¹

1.3.3. Toplumsal Normlar

Sosyal değer ve normlar, sosyal yapının bir unsuru olarak, her toplumun kendine özgü nitelikler taşıyan sosyolojik bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Toplumdaki kişileri bir arada tutan en birincil etmen değerlerdir. Çünkü değerler toplumun üyeleri tarafından paylaşılır ve ciddiye alınır. Sosyal değerler, grupların sahip oldukları soyut duygular ve idealler olarak bireylerin düşünüş ve eylemlerini sevk ve idare eden genel yöneticilerdir. Yine bu değerler belirli durum ve şartlardan bağımsız olup toplumsal normlara kaynaklık eden standartlar olarak işlevlik sağlarlar. Sosyal normlar ise yazılı esaslara dayanmayıp, bir toplumun ya da sosyal bir grubun mensupları tarafından paylaşılan, uyma zorunluluğu bulunan, uyma davranışının olumlu ve olumsuz müeyyideler sağladığı kurallar manzumesi olarak belirleyici olur.⁴²

Putnam vd.'ye göre sosyal sermaye insanlar arasında oluşan bir dizi yatay birlikler kümesi olarak görülebilir. Sosyal ağlar ve birlik haline gelerek kurumlaşmış normlar, topluluk veya birlik içindeki verimlilik üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır.⁴³

Coleman'a göre sosyal normlar, herhangi bir toplumsal aktörün gerçekleştirdiği eylemi kontrol etme hakkını diğerlerine aktarır, çünkü eylem dışsallıklar yani diğerleri için sonuçlar (olumlu-olumsuz) doğurur. Normlar; model alma, toplumsallaşma ve yaptırımlar aracılığıyla temin edilir. Bir bireyin davranışı toplum içinde bu normlar aracılığıyla diğerleri tarafından değerlendirilir. Toplumsal

⁴⁰ PUTNAM, 1993:29

⁴¹ HARPER, 2002:13

⁴² S. DÖNMEZER, **Sosyoloji**, Savaş Yayınevi, Ankara, 1982, s.249-257

⁴³ PUTNAM, 1993:167

olarak geliştirilen bu normlar birey davranışı üzerinde yaptırım gücüne sahiptir. Toplumsal etkileşim sürecinde bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin davranışlarını kontrol ettikleri bir dizi değerler kümesi olarak varlık gösterirler.⁴⁴

Normlar, proseslerin değişiminde önemli bir etki, bilginin değişimi için taraflara erişim imkanı ve bu tarz değişimde angaje olabilmek için motivasyon sağlayabilmektedir.⁴⁵

1.4. Bir Üretim Faktörü Olarak Sosyal Sermaye

Bilindiği üzere geleneksel iktisat kuramında üretim faktörleri olarak toprak, emek ve sermaye olarak gösterilmektedir. Buradaki sermaye kavramından kasıt üretime katkı sağlayan her türlü makine, teçhizat gibi fiziksel sermayelerdir.

Maddi sermayenin dışında tanımlanacak olan ilk sermaye türü olan insani sermaye kavramı 1960'ların başından beri kullanılmaktaysa da daha da kökenine inildiğinde 1930'lu yıllarda endüstri sosyolojisinin konu ile işletmeler düzeyinde ilgi duymaya başladığını görmekteyiz. Endüstri işletmelerinde Taylorizm olarak bilinen emeğin aşırı mekanist bir biçimde örgütlenme çabalarının başarısızlıkla sonuçlanması sonucunda *Endüstri'de Beşeri Münasebetler* adı altında geliştirilmeye başlayan yeni model, özellikle 1932 ekonomik bunalımı yıllarında başta ABD'de önemli gelişmeler göstermişti. Bu yaklaşıma göre işletmenin çalıştırmış olduğu işçilerine karşı kendileriyle ilgilenildiğini göstermesi, öngörülebilir çatışmaları engelleyecek ve çalışanların kişisel gerilimlerini çözecektir. Bunun sonucunda da işletme içinde bir birlik havası doğacak ve personelin bu birliğe kaynaşması ve yine işletme içinde mülkiyet ve otoritenin geleneksel yapısına dokunulmadan işçilerin pasif uygulama alanından çıkıp aktif olarak işletme uğraşlarına katılmaları sağlanabilecektir.⁴⁶

1960'lı yıllara gelindiğinde bazı neoklasik iktisatçılar fiziksel sermayenin yanında insani sermaye faktörünün önemine vurgu yapmıştır. Örneğin Schultz'a

⁴⁴ PUTNAM, 1993:171

⁴⁵ F. MISIRDALI, *Örgüt İçi Bilgi Paylaşımında Sosyal Sermayenin Etkisi: Kütahya Porselen A.Ş.'de Bir Uygulama*, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2006, s.63

⁴⁶ B. SEZER, *Batı Dünya Egemenliği ve Endüstri Devrimi, İstanbul Üniversitesi-Edebiyat Fak. Yayınları*, No: 3407, Ankara Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1997, s.15

göre⁴⁷ insanların zamanla elde ettikleri bilgi ve ustalık bir sermaye türüdür. Ulusal hasıladaki artışlar toprak, işgücü, maddi sermaye artışları ile kıyaslandığında daha fazla olmaktadır. İnsana yapılan yatırım büyük bir olasılıkla bu farkın nedenidir. Benzer savlarla bir toplumdaki bireylerin eğitim, sağlık yönünden yapısı diğer üretim faktörlerinden daha fazla verim almayı mümkün kılmaktadır. Böylece “beşeri sermaye” olarak adlandırılan ve çalışanların kişisel beceri ve özelliklerini de kapsayan kavram iktisat teorisinde yer bulmaya başlamıştır.

Son olarak son 30 yılda, özellikle Bourdieu, Coleman ve Putnam gibi araştırmacıların katkıları ile toplumsal güven ve işbirliği düzeyinin ekonomik performansı arttıran, diğer üretim faktörlerinin verimini önemli ölçüde etkileyen “sosyal sermaye” olgusu iktisat literatürü çerçevesinde incelenmektedir.

Bu noktada sosyal sermayenin iktisat kuramı açısından incelenmesinde üç temel sorun göze çarpmaktadır.⁴⁸

- Birincisi, sosyal sermayenin de bir sermaye olabileceğini açıklayabilmek ve diğer sermaye türleri gibi ikame edici ve tamamlayıcı özelliklerini gösterilebilmek iktisat biliminin gelenekleri açısından oldukça zordur.
- İktisatta geleneksel yaklaşımların önemli ölçüde değişmeye başlamasıyla ortaya çıkmaktadır. Sosyal sermaye perspektifi söz konusu değişimin merkezinde bulunan kavramlardan birisi olup; duygular dünyası ve kişisel ilişkileri iktisatçıların gündemine getiren kanallardan biri olmaya başlamıştır. Böyle olmakla birlikte sosyal sermayenin fiziksel ve beşeri sermaye gibi diğer sermaye şekillerinden biri olarak kabul edilebileceği sürekli olarak tereddütle karşılanmıştır.

Sermaye türlerine değinirken Coleman,⁴⁹ fiziki sermayenin gözlenebilir maddi öğeler çerçevesinde en somut, insan sermayesinin bireyin becerileri ve kazanılmış bilgileri ölçüsünde şekillendiğinden daha az somut ve son olarak insanlar arasındaki ilişkiler bazında ele alındığı için sosyal sermayenin en az somut olduğunu

⁴⁷ T. V. SCHULTZ, **Beşeri Sermayeye Yapılan Yatırım**, Çeviren: F. GÜRKAN, İktisadi Kalkınma: Seçme Yazılar, **ODTÜ İdari İlimler Fakültesi Yayınları**, No: 6, ss. 406-424, Ankara, 1996, s. 406

⁴⁸ TÜYLÜOĞLU, 2006:23

⁴⁹ COLEMAN, 1988: 100-101

belirtir. Ancak, fiziki sermaye ve insan sermayesi gibi, sosyal sermaye de üretken eylemi kolaylaştırır. Örneğin, yoğun güvenilirlik seviyesinin ve güven duygusunun olduğu grupların bir işi başarma kabiliyetleri diğerlerine oranla daha yüksektir.

Farklı amaçlar için kullanılan fiziksel sermayeye benzer olarak sosyal sermaye de farklı amaçlar için kullanılabilir, örneğin bilgi ve tavsiye olarak. Ayrıca, sosyal sermaye diğer sermaye çeşitlerine dönüştürülebilir: Sosyal ağlar içindeki bir bireyin pozisyonundan kaynaklanan avantajlar, ekonomik veya diğer konulardaki avantajlara dönüştürülebilir. Bourdieu tarafından tanımlanan diğer sermaye türleri arasında ekonomik sermaye en akışkan olandır; kolayca beşeri, kültürel ve sosyal sermaye ye dönüştürülebilir. Sosyal sermayenin ekonomik sermayeye dönüştürülebilme oranı daha az likit ve zor olmasından dolayı oldukça düşüktür. Diğer sermaye türleri gibi, sosyal sermaye diğer kaynakların yerine geçebilir ya da kaynakları tamamlayabilir. Çoğunlukla sosyal sermaye diğer sermayeler için tamamlayıcıdır. Örneğin, sosyal sermaye, işlem maliyetlerini azaltma yoluyla ekonomik sermayenin verimliliğini geliştirebilir.⁵⁰

Öte yandan tıpkı diğer sermayeler gibi, sosyal sermaye de eskime/aşınma özelliğine sahiptir ve onarıma ihtiyaç gösterir. Ancak diğer sermayelerden farklı olarak, kullanıldığında değil, kullanılmadığında (ya da kötüye kullanıldığında) aşınma söz konusudur.⁵¹

Tablo 1.1’de beşeri ve sosyal sermaye türleri arasındaki farklar sistematik olarak ele alınmıştır. Buna göre beşeri sermayenin odak noktası bireyin kendisi iken sosyal sermayede toplumdaki bireyler ve kurumlar arasındaki ilişkiler ön plana çıkmaktadır. Beşeri sermayenin ekonomik performansa etkileri doğrudan verimliliğe etki eder, dolaylı olarak da birey sağlığının iyileşmesi gibi etkenlerle görülür. Oysa sosyal sermayenin sonuçları genel olarak dolaylı etkide bulunur. Beşeri sermayeyi geliştirmenin genel politikası bireylere yapılan yatırımlardır. Sosyal sermayeyi geliştirme politikasının temelinde ise daha çok yurttaşlık bilincinin geliştirilmesi yatar.

⁵⁰ KOSGEB, 2005, s.10

⁵¹ P. ADLER ve S. KWON, Social capital: Prospects for a new concept, **The Academy of Management Review**, 27 (1), 2002, s.17–40

Tablo 1.1. Beşeri ve Sosyal Sermaye

	Beşeri Sermaye	Sosyal Sermaye
Odak Noktası	Birey	İlişkiler
Ölçütler	Süre, Nitelikler (beceriler)	Üyelik / katılım Güven düzeyleri
Sonuçlar	-Doğrudan: Gelir; verimlilik -Dolaylı: Sağlık; Ekonomik başarı	-Sosyal bütünleşme/ dayanışma -Sivil faaliyet, Üyelik/ katılım Daha fazla sosyal sermaye
Model	Lineer	Enteraktif/döngüsel
Politika	Beceri kazandırma ve eğitimin ulaşılabilirliği	Yurtaş olma, kapasite oluşturma

Kaynak: Field, Schuller ve Baron (2000, Tablo 14.1, s.250)

1.5. Sosyal Sermaye Türleri

Çalışmanın bu kısmında sosyal sermaye ile ilgili yapılan ayrımlara yer verilecektir. Her ne kadar başka araştırmacılar tarafından sosyal sermayenin değişik türleri olduğu söylene de, yazında en çok kabul gören ve Putnam tarafından ifade edilen ayrıma yer verilecektir. Ayrıca sosyal sermayenin türleri olmaktan ziyade kaynakları olarak ifade edilen ayrımlar, Coleman'ın bu kaynakları neredeyse sosyal sermaye ile özdeş tutması sebebiyle bu kısımda aktarılacaktır.

1.5.1. Coleman'a Göre Sosyal Sermayenin Somut Türleri

Coleman, sosyal sermayenin somut olarak üç şeklinin olabileceğini ileri sürmüştür:⁵²

- Yükümlülükler (obligations), beklentiler ve yapıların güvenilirliği (bunlar sosyal güvenin düzenlenmiş olduğu topluluklarda bir tür kredi sorumluluğu olarak hizmet ederler),
- Bilgi kanalları (sosyal ilişkiler sosyal sermayenin bir şeklini oluşturur ve bilgi sağlayarak faaliyetleri kolaylaştırır) ve

⁵² COLEMAN, 1988:101-105

- c. Normlar ve etkin yaptırımlar (bunlar belirsizlikleri azaltır, bireylerin kamu yararına faaliyet göstermelerini sağlamak amacıyla düzenleyici araçlar olarak hizmet ederler).

1.5.2. Bağlayıcı / Birleştirici Sosyal Sermaye (Putnam)

Sosyal sermaye türlerine ilişkin literatürde en çok kabul gören yaklaşım, Putnam'ın *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* (2000) adlı eserinde ortaya koyduğu bağlayıcı (bonding) ve birleştirici/köprü kuran (bridging) sosyal sermaye türleridir.

Bağlayıcı sosyal sermaye, oldukça homojen gruplar arasındaki ilişkileri kapsamaktadır. Bu gruplar aile üyelikleri ve kapalı arkadaşlıklar gibi çok sayıda aynı ve içine kapalı sosyal birliklerden meydana gelmiştir. Bu gruplarda bireyler güçlü yakınlık bağı kurmakta ve topluluk bağına sahip çıkmaktadırlar.⁵³

Bağlayıcı sosyal sermayeye sahip gruplar daha çok akrabalık, din, mezhep, etnik köken, sınıf/kast, cinsiyet veya coğrafi temelde oluşurlar ve piyasa ile ilişkileri de yine bu çerçevede farklılaşır. İsnat grupları göreceli olarak *kapalı*dırlar. Dolayısıyla bu grupların piyasa ilişkilerinde grup üyesi olmayanları dışlamaları, kaynak dağılımının etkisizleşmesi sonucunu doğuracaktır. Diğer taraftan, bu gruplar aynı zamanda grup-içi etkileşimi, ortak eylemleri ve birlikte öğrenme süreçlerini kolaylaştıran yüksek düzeyde güven, işbirliği ve organizasyon oluşumuna imkân sağlayan bir yapıdadır. Özellikle siyasi belirsizlik, makroekonomik istikrarsızlık ve kısıtlayıcı bir kurumsal çerçevenin bulunduğu ortamlarda, bu tip sosyal sermaye, problemlerin çözümünde yardımcı olmaktadır.⁵⁴

Köprü kuran / Birleştirici sosyal sermaye ise bağlayıcı sosyal sermayenin aksine toplum düzeyinde ve daha farklı gruplar arasında görülen ilişkilerden doğan sosyal sermaye türüdür. Bu noktada, birleştirici sosyal sermayenin heterojen gruplar

⁵³ M. KESKİN, **Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma: Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası Üyelerinde Sosyal Sermaye Düzeyi ve Belirleyicilerinin Analizi**, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008, s.15

⁵⁴ P. KNORRINGA, ve I. V. STAVAREN, **Social Capital For Industrial Development: Operationalizing The Concept**, Report Prepared for COMPID Research Programme, Vienna, UNIDO, 2006' dan aktaran: ERSELCAN, 2009:7

arasında ortaya çıkar. Ailevi, dini ya da bölgesel normlardan ziyade genel toplumsal normların geçerli olduğu bir ilişki söz konusudur.

Dikkat edilecek olursa bağlayıcı sosyal sermaye yatay sosyal ağlarda görülürken, birleştirici sosyal sermaye toplumdaki dikey ağların birbiriyle ilişkisi sonucu oluşmaktadır. İlkinde insanların yakın çevresine duyduğu güven önemliyken, ikincisinde insanların tanımadıkları kişilere duyduğu güven daha ön plana çıkmaktadır. Tablo 1.2’de bağlayıcı ve birleştirici sosyal sermaye türlerinin farklılaşma noktaları sistematik olarak görülmektedir.

Tablo 1.2. Sosyal Sermayenin İki Alt Tipi ve Özellikleri

Bağ Tipi (Bonding) Sosyal Sermaye	Köprü Tipi (Bridging) Sosyal Sermaye
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Homojen elemanlardan oluşur. ➤ Elemanlar arasında bağ gücü yüksektir. ➤ Kendisini oluşturan elemanlar ona hizmet eder. ➤ Diğer ağlarla yeni bağlar kurmaya hevesli değildir ➤ Kimliğin tamamını işgal etmeye meyillidir. ➤ Dışarıda kalanları dışlayıcıdır. ➤ Tipik örnekleri: marjinal gruplar, etnik dayanışma örgütleri 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Heterojen elemanlardan oluşur. ➤ Elemanlar arasında bağ gücü düşüktür. ➤ Kendisini oluşturan elemanlara hizmet eder. ➤ Diğer ağlarla yeni bağlar kurmaya heveslidir. ➤ Kimliğin bir parçası olabilir. ➤ Dışarıda kalanlar kucaklayıcıdır. ➤ Tipik örnekleri: Spor kulüpleri, korolar

Kaynak: Başkak vd, Şizofreni Etiyolojisinde Psiko-Sosyal Etmenlerin Rolü: Antipsikiyatriden Gen Çevre Etkileşimine, *Nöropsikiyatri Arşivi* 2009; 46 Özel Sayı: 1-9, 2009, sayfa:7.

1.6. İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları

Sosyal sermayenin tanımlanması, türlerine ayrılması ve bunlarla bağlantılı olarak ampirik çalışmalarda araştırılmasında en önemli unsur kavrama yönelik bakış açısidir. İktisatçı gözüyle olsun veya olmasın sosyal sermayenin kavramsal olarak hangi açıdan ele alındığı büyük önem arz etmektedir.

Sosyal sermaye literatürüne önemli katkılar sağlayan Adler ve Kwon, sosyal sermaye çalışmalarının içsel ya da dışsal sermaye türlerini temel alması açısından iki gruba ayrılabilceğini belirtmiştir.

İçsel yaklaşımda sosyal sermaye toplumun ortak bir değeri olarak görülüp, birey ve kurumların ortak amaçlara ulaşırken kullandığı bir araç olarak tanımlanır. Dışsal yaklaşımda ise sosyal sermaye, ekonomideki bir aktörün kişisel ilişkileri sayesinde ortaya çıkan ve ona değişik fırsat ve avantajlar sağlayan bir olgudur.

Özen ve Aslan, 2006 yılında yayınlanan çalışmalarında, Adler ve Kwon'un bu ayrımını sistematik açıdan ele almaya çalışmışlardır (Tablo 1.3).⁵⁵

Tablo 1.3. İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları Arasındaki Farklılıklar

Farklılık Boyutları	İçsel	Dışsal
Öncüleri	Putnam (1995), Coleman (1990) ve Fukuyama (1995)	Burt (1992), Baker (1990), Bourdieu ve Wacquant (1992)
Tanımlardaki vurgu	Bir topluluğun işbirliği içinde ortak amaçlara ulaşabilmesini sağlayan sosyal yapı özellikleri	Bir aktörün sosyal ilişkilerinden doğan ve ona çeşitli avantajlar sağlayan kaynaklar, fırsatlar bütünü
Sosyal sermayenin sahipliği	Topluluğun ortak malı	Aktörün özel malı
Sosyal sermayenin oluştuğu yer	Topluluğun içinde	Sosyal aktörün diğer sosyal aktörlerle arasındaki yapısal boşluklarda
Sosyal ağ anlayışı	Topluluk içinde yer alan diğer aktörlerle biçimsel olmayan ilişkiler	Aktörün, topluluğun içinde ve dışındakilerle farklı nitelik ve konfigürasyonlardaki bağlar
Sosyal sermayenin kaynağı	Topluluktaki sosyal ilişkileri biçimleyen egemen değerler, inançlar, normlar	Sosyal ilişkilerin yapısı (doğrudan, dolaylı, frekans, yoğunluk vb)
Sosyal sermayenin oluşumu	Verili bir varlık	Sonradan edinilebilir, geliştirilebilir
Güven kavramının statüsü	Güven, sosyal sermayenin kendisi ya da bir türü	Güven, sosyal sermayenin oluşmasını sağlayan bir etmen

Kaynak: ÖZEN ve ASLAN, 2006.

Ayrıca yazarlar makalenin temel tezini şöyle ifade etmektedirler:

“Bu çalışmanın temel tezi, Türkiye’deki sosyal sermaye potansiyelinin ne olduğu sorusuna verilecek cevabın, benimsenen sosyal sermaye yaklaşımına bağlı olarak değişebileceğidir. İçsel sosyal sermaye yaklaşımını benimseyen mevcut çalışmalar Türk toplumunun sosyal sermayesinin zayıf

⁵⁵ Ş. ÖZEN, Z. ASLAN, İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları Açısından Türk Toplumunun Sosyal Sermaye Potansiyeli: Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (Ostim) Örneği, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), 130-161, 2006, s.134

olduğunu ileri sürerken, dışsal sosyal sermaye yaklaşımı doğrultusunda yapılan çalışmalar Türkiye’de sosyal sermaye potansiyelinin dikkate değer ölçüde yüksek olduğunu iddia edebileceklerdir. Yukarıdaki çalışmaların ileri sürdüğü gibi, Türk toplumunda bireyler veya örgütler amaçları doğrultusunda avantaj sağlamak üzere, akrabalık, hemşerilik gibi birincil ilişkilerle örülmüş sosyal yapıyı kullanıyorlarsa, Türkiye’de (dışsal) sosyal sermaye kullanımının yüksek olduğu düşünülebilir.”

İçsel sosyal sermaye yaklaşımında “güven” unsuru ön plana çıkmakta, hatta sosyal sermaye ile neredeyse özdeş tutulmaktadır. Yapılan birçok araştırmada katılımcılara güven düzeyine yönelik sorular sorulmaktadır. Dışsal sosyal sermaye anlayışında güven, sosyal sermayenin oluşmasına katkıda bulunan önemli bir etmendir, ancak kesinlikle sosyal sermayenin kendisi değildir. Daha da önemlisi, dışsal yaklaşımda ne sosyal sermaye ne de güven olgusu “verili” değildir, zaman içinde sosyal ilişkiler yoluyla oluşurlar, azalır veya çoğalır. Dışsal yaklaşımdaki güven kavramı daha çok, “kişisel ilişkilerle” oluşan, “ilişkisel” veya “süreç temelli” güvendir.⁵⁶ Bu noktada çalışmamızın önemli bir parçasını oluşturan Burdur İli araştırması bu yaklaşım göz önünde bulundurularak yapılacaktır. Çünkü yenilikçi yapıdaki firmaların sosyal sermaye düzeyleri incelenirken gerek içsel-dışsal yaklaşım modeli, gerekse de bir önceki başlıkta açıklanan bağlayıcı-birleştirici sosyal sermaye türünün ne ölçüde ön plana çıktığı önem kazanmaktadır.

1.7. Sosyal Sermayenin Ölçümü

Kavramın belirsizliği uygun göstergelerin düzenlenmesi ve ölçülmesini de zorlaştırmaktadır. Sosyal sermaye kavramı kendi içinde daha niteliksel ve ölçülemez görünümlere sahiptir ve bunları bütünleştirmenin önemli zorlukları bulunmaktadır. Bu durum çalışmaların yakın değerlere (proxy) güvenilir olarak yapılması zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır.⁵⁷

Sosyal sermaye kavramının tanımında karşılaşılan zorluğun bir benzerini göstergelerin belirlenmesinde ve sosyal sermayenin ölçülmesinde görmek mümkündür. Her şeyden önce, sosyal sermayenin ölçülmesinde kullanılacak göstergelerin neler olması gerektiği konusunda farklı görüşler mevcuttur. Birçok

⁵⁶ OZEN, ASLAN, 2006:137

⁵⁷ LEHTONEN, 2004: 206

teorisyen sosyal sermayenin ölçülmesi için farklı göstergeler ve metotlar kullanmışlardır. Bunun nedenlerini birincisi, sosyal sermayenin tanımı ile ilgilidir. Çünkü sosyal sermayenin kapsamlı tanımı, birçok seviyesi ve analiz ölçüleriyle çok boyutludur. İkincisi, sosyal sermayenin doğası ve şekli zamanla değişmekte ve sosyal sermaye kavramı, resmi ve gayri resmi organizasyonları içermektedir. Üçüncüsü de sosyal sermayenin göstergeleri ile ilgilidir. Sosyal sermaye göstergelerinin ölçülmesinde bazı zorluklar bulunmaktadır. Güven, hükümete itimat, sosyal hareketlilik gibi sadece birkaç gösterge yaklaşık olarak ölçülebilir niteliktedir.⁵⁸

Putnam, sosyal sermaye ile ilgili yaptığı çalışmalar doğrultusunda sosyal sermayenin ölçümünde, sosyal sermayeyi oluşturan üç ögenin birlikte değerlendirilmesi sonucunda bir kanıya varmak gerektiğini vurgulamıştır. Putnam, sosyal sermayenin önemli bir unsuru olarak tanımladığı “sosyal ağları”, derneklere üyelik oranları ile ölçmektedir. Bu dernekler arasında dini cemaatler, okul aile birlikleri, Kızıl Haç, izcilik grupları ve kardeşlik dernekleri gibi topluluklar yer almaktadır. İnsanların ne kadar güvenilir olduklarına dair görüşler “güven” boyutunun, komşular, akrabalar ve arkadaşlar ile geçirilen vakit ise “bağlılık” boyutunun bir ölçümü niteliğindedir. Putnam, daha detaylı çalışmaları sonucu ortaya koyduğu sosyal sermaye endeksinde, bireylerin geçen bir yıl içinde yerel örgütlerin komitelerinde çalışıp çalışmadıklarını, herhangi bir örgütün ya da kulübün yönetiminde görev alıp almadıklarını, katıldıkları kulüp toplantısı sayısını, üye olunan grup sayısını, okul ya da kent işleri ile ilgili halk toplantılarına katılım oranını, herhangi bir toplumsal projede çalışma oranlarını, gönüllü faaliyetlere ayrılan zamanı, arkadaşları ziyarete ayrılan zamanı, evde eğlenceye ayrılan zamanı, bin kişiye düşen sosyal ve sivil örgüt sayısını ve bin kişiye düşen kar amacı gütmeyen örgüt sayısını kullanmıştır. Bütün bu değişkenlerin yanı sıra, bireylere genel olarak güvenilip, güvenilmeyeceği konusundaki görüş de endekse dahil edilmiştir.⁵⁹

⁵⁸ KESKİN, 2008:19

⁵⁹ SARD, **Social Capital: A Review of the Literature**, Social Analysis and Reporting Division Office for National Statics, 2001

1990-1991, 1996-1997 ve 1999-2001 yıllarında 80'in üzerinde ülkede gerçekleştirilen *Dünya Değerler Anketinde* kişilere “Genel olarak çoğu kişinin güvenilir olduğunu veya onlarla olan ilişkilerinde aşırı dikkate gerek olmadığını düşünüyor musunuz?” şeklinde bir soru sorulmakta ve bu sorulardan alınan cevaplar yüzde değer üzerinden sıralanmaktadır.⁶⁰ İlgili soruya “evet” cevabını verenlerin oranının yüksek olduğu ülkelerdeki sosyal sermaye birikimi yüksek kabul edilmekte, düşük olan ülkeler ise sosyal sermaye açısından fakir olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu anketin sonuçları Tablo 1.4’te yer almaktadır.

Tablo 1.4. Bazı Ülkelere Ait Güven Düzeyleri

Ülke İsmi	Güven Düzeyi (%)	Ülke ismi	Güven Düzeyi (%)	Ülke ismi	Güven Düzeyi (%)
Danimarka	66,53	İrlanda	35,23	Fransa	22,24
İsviçre	66,31	Almanya	34,77	Macaristan	21,84
Norveç	65,30	Avusturya	33,87	Slovenya	21,69
Hollanda	59,81	İtalya	32,63	Meksika	21,35
Finlandiya	58,00	Belçika	30,68	Polonya	18,85
Endonezya	51,64	İngiltere	29,75	Singapur	16,90
Y. Zelanda	49,05	Güney Kore	27,33	Venezüella	15,93
Japonya	43,06	Lüksemburg	25,95	Türkiye	15,72
İzlanda	41,08	Çek Cumh.	23,87	Slovakya	15,70
Hindistan	40,99	Yunanistan	23,73	Arjantin	15,39
İsveç	40,96	Rusya	23,73	G.Afrika	11,75
Avustralya	39,92	İsrail	23,46	Kolombiya	10,81
Kanada	38,85	Estonya	22,83	Portekiz	10,05
İspanya	36,23	Şile	22,78	Filipinler	8,38
ABD	35,84	Çin	22,78	Brezilya	2,83

Kaynak: Karagül 2006, s.6.

Dikkat edileceği üzere Danimarka, Norveç gibi gelir düzeyi yüksek gelişmiş ülkelerde toplumdaki genel güven düzeyi daha yüksek iken; Türkiye, Arjantin, Brezilya gibi ekonomik krizlerle boğuşan ve istikrar yakalayamayan ülkelerin güven düzeyi daha düşüktür.

⁶⁰ C. BJORN SKOV, The Multiple Facets of Social Capital, *European Journal of Economy*, 2005, s.3

1.8. Sosyal Sermayenin Kalkınma ve Büyüme Etkisi

Geleneksel kalkınma teorileri bir ülkenin kalkınma düzeyini, o ülkenin fiziki, coğrafi, tarihi anlamda kaynaklarının ne kadar geniş olduğuna bağlıyordu. Günümüz modern yaklaşımlar ise ülkelerin doğal veya fiziki kaynaklarına bakmaksızın her ülkenin kalkınabileceği yolunda hemfikirdir. Özellikle II. Dünya Savaşından sonraki dönemde bazı ülkelerin performansları iktisatçıların dikkatini çekmiş ve araştırmaların merkezi haline gelmiştir.

Ekonomik kalkınma konusundaki araştırmalar, zaman içinde kalkınmanın beşeri ve sosyal boyutunun ihmal edilemeyeceği gerçeğini görmüş ve beşeri ve sosyal sermaye kavramları önem kazanmıştır. Sosyal sermaye ve ekonomik kalkınma arasındaki dolaylı ve dolaysız ilişkileri açıklayan araştırmalar sosyal sermayenin ekonomik kalkınmayı nasıl etkileyebileceğini göstermeye çalışmıştır. Kalkınmada, sosyal sermayeye öylesine önem kazanmıştır ki, Dünya Bankası, sosyal sermaye olmadan ekonomik büyümenin ve insan refahının olamayacağını öngörmüştür.⁶¹

Ekonomik kalkınma, ulusal gelir düzeyindeki ve kişi başına düşen ulusal gelirdeki artıştan yani ekonomik büyümeden daha yapısal bir sonucu, yatırımların artmasını, üretim verimliliğinin yükselmesini ifade eder. Ekonomik kalkınmanın ardında, insan ögesine yapılan yatırımlar ve genel olarak yaşam standartlarının gelişmesi vardır.⁶²

Bu noktada, sosyal sermayenin ekonomik yaşam ve kalkınmaya etkilerini başlıca şöyle sıralayabiliriz:

- İşlem maliyetlerinin azalması: İşlem maliyetleri bakımından, doğal olarak alıcılar kaliteyi ve satıcılar da ödemeyi garanti altına almak isterler. Güvenin mevcut olduğu durumlarda bireyler söz konusu denetleme ve organize etme gibi işlem maliyetlerini düşürebilirler. Güven unsuru denetim, ödeme, fatura kullanımı, ticari kredi sağlama, kefil olma gibi birçok açıdan bireylere kolaylıklar sağlar.⁶³

⁶¹ J. CALLOIS, F. AUBERT, Tords Indicators of Social Capital for Regional Development Issues, *International Conference of the Regional Studies Association'da Sunulan Bildiri*, University of Aalborg 2005, s.7

⁶² Çevrimiçi: http://www.kongar.org/makaleler/mak_mi.php Erişim:7.6.2010

⁶³ M. FAFCHAMPS ve B. MINTEN, Returns to Social Network Capital Among Traders, *Oxford Economic Papers*, 2002, s.175

- Yoksullukla mücadele ve duyarlılık
- Bilgi paylaşımı yoluyla üretimin arttırılması ve maliyetlerin azalması: örneğin Callois ve Angeon'a göre, sosyal sermaye bilginin daha iyi toplanmasını ve dağıtılmasını sağlamaktadır. Riski, belirsizliği, bilgiye ulaşım maliyetini ve ekonomik fonksiyonunun işlem maliyetini azaltmaktadır. Sosyal sermaye aynı zamanda ortak hareket etmeyi geliştirmekte, ortak amaçları başarmak için kaynakların dağılımını kolaylaştırmaktadır. Ortak hareket, bireysel olarak başarmak için erişilemeyecek amaçların kaynaklarına, topluluk içinde erişilebilmeyi sağlamaktadır.⁶⁴
- Güvene dayalı ilişkiler sayesinde toplumsal sorunların daha hızlı çözülmesi
- Ekonomideki aktörlerin güvene dayalı ilişkileri sayesinde ekonomi politikalarının daha etkin uygulanması
- Sosyal duyarlılık ve siyasal katılımı yönetişimin geliştirilmesi
- Kriz ortamından daha kolay kurtulma

Büyüme konusundaki çalışmaları tüm Dünya'da kabul gören Solow'a göre; hasıladaki büyüme sermaye ve emekten çok, artık faktör olarak gördüğü sosyal sermayeden kaynaklanmaktadır. Solow büyüme sürecinin, sadece klasik üretim faktörleri ile değil, bunun yanında, ekonomik aktörler arasındaki güven düzeyinin yüksekliği ile ilişkili olduğunu belirtmektedir.⁶⁵

Sosyal sermayenin ve güvenin ekonomik büyümeye etkisini araştıran çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bunlardan ilki ve en önemlisi Putnam'ın "*Making Democracy Work*" isimli çalışması olmuştur. Daha önce belirtildiği üzere Putnam İtalya'daki bölgeler arası ekonomik ve kurumsal farklılıkları ikinci dünya savaşı sonrası dönem için araştırmış ve sosyal sermayenin bu farklılıkları açıklamada önemli bir rolü olduğunu göstermiştir. Yerel yönetimlerin etkinliği ve bölgesel ekonomik performans farklılıkları bölgeler arası sosyal yapıdaki farklılıklar ile açıklanabilmektedir. Verimli yönetimin bölgedeki sivil katılım ve sivil ağlarla

⁶⁴ CALLOIS, ANGEON, 2005:9-11

⁶⁵ KESKİN, 2008:29

önemli bir şekilde bağlantılı olduğunu göstermiştir. Sosyal sermaye ve ekonomik büyüme ilişkisini araştıran literatürde bir diğer önemli katkı Fukuyama'nın 1995 tarihli “*Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*” isimli kitabı olmuştur. Fukuyama'ya göre güvenin yerleşik ve yaygın olduğu toplumlar bir çeşit sosyal sermayeye sahiptir. Güven geleneksel üretim faktörleri olan sermaye ve emeği tamamlayıcıdır. Herhangi bir ülke bu avantaja sahipse bu ülke modern ekonomik rekabette başarılı olabilmektedir.⁶⁶

1.9. Sosyal Sermayeye Yönelik Negatif Eleştiriler

Buraya kadarki bölümde genel olarak sosyal sermayenin olumlu etkileri üzerinde dursak da kavrama yönelik olumsuz değerlendirmeler de mevcuttur. Bu değerlendirmelerin bazıları teorik temelli olsa da bir kısmı ampirik araştırmalara ve bu araştırmaların sonuçlarına yöneliktir. Maddeler halinde sıralayacak olursak;

- Kavrama yönelik eleştirilerin bir kısmı sosyal sermayenin ölçümü hususundadır. Daha önce de belirtildiği üzere kavramın belirsizliği, sosyal bir olgu olması ve tek bir yaklaşımın bulunmaması sosyal sermayenin ölçümünü ve modellere dahil edilmesini zorlaştırmaktadır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki bu durum sadece sosyal sermayeye has bir durum değildir. Sosyal olguların birçoğu ölçmeye ve teorik hesaplamalara dahil etmeye pek de müsait değildir. Ancak belirtmek gerekir ki bir ülkedeki fiziki sermayeyi de doğru olarak ölçebilmek çok kolay değildir.
- Solow sosyal sermaye etiketinin *sermaye* kısmına itiraz etmektedir. Sosyal sermaye adı altında ifade edilen unsurların sermayeyi oluşturan özellikleri taşımadığını belirterek bunlara sermaye denmesini eleştirmektedir; sosyal norm olarak ortaya çıkan, yaptırımları olan ve sonunda bireylerin davranışlarında içselleşen davranışlara sosyal sermaye yerine *davranış kalıpları* denmesini daha uygun bulmaktadır.⁶⁷

⁶⁶ O. ÖKSÜZLER, Sosyal Sermaye, Güven Ve Belirleyicileri: Bir Panel Analizi, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), s.108-129, 2006, s.38

⁶⁷ R. M. SOLOW, **Notes on Social Capital and Economic Performance**, 2000, Alıntılanan: OĞUZ, 2006:7-8

- Sosyal sermaye çalışmalarının Ortodoks kalkınma politikalarını meşrulaştırdığı ve sosyal ilişkileri bir sermaye gibi görme düşüncesini kuvvetlendirdiği ileri sürülerek eleştiriler yapılmaktadır. Bu türden eleştiriler yürürlükte olan iktidar yapılarının değişme olasılığı ile ilgili kötümser bir bakış açısı sergilemektedir.⁶⁸
- Sosyal sermaye, olumsuz koşullar altında borç verme veya yardımda bulunma gibi girişimcilerin üzerindeki aşırı talepleri artırarak, iş dünyasının başarısını olumsuz yönde etkileyebilir. Alıcılar açısından sosyal bağlar yoluyla elde edilebilen kaynaklar bir bağış ve ikram özelliğine sahiptir. Bununla birlikte borç verenlerin motivasyonunu açıklamak çok kolay değildir.⁶⁹
- Sosyal sermayenin kalkınmadaki bir diğer negatif etkisi de, güçlü bağların ve bağlayıcı sosyal sermayenin etkisiyle insanların ise yerleştirmede yetkisini objektif olarak kullanmamasıdır. Fukuyama, sadakatin ekonomik akılcılığı aştığı durumlarda, toplumsal dayanışmanın ise yerleştirmelerde yakın akrabaları veya yakın arkadaşları kayırmaya götüreceğini, bir patronun çocuklarını veya emrinde çalışan birini kayırmasının organizasyon için olumlu sonuçlar doğurmayacağını belirtmektedir.⁷⁰
- Sosyal sermayeye yönelik bir başka eleştiri de R.Florida'dan gelmektedir. Bu çalışmanın temel inceleme konusu ile de alakadar olan bu eleştiriye göre sosyal sermayenin güçlü olduğu bölgelerde yenilikçi yapı daha zayıf olacaktır. Çünkü sıkı sosyal yapı bu bölgenin başka ağ gruplarıyla iletişimini engelleyecek ve yenilik sürecinin gerçekleşmesine olumsuz etki yapacaktır.⁷¹

⁶⁸ LEHTONEN, 2004: 205

⁶⁹ A. PORTES ve P. LANDOLT, Social Capital: Promise and Pitfalls of Its Role in Development, **Journal of Latin American Studies**, Vol. 32, No. 2, May, 2000, s.533

⁷⁰ FUKUYAMA, 1998:172-173.

⁷¹ R. FLORIDA, When Social Capital Stifles Innovation, **Harvard Business Review**, August 2002, s.20.

İKİNCİ BÖLÜM

YENİLİK VE YENİLİKÇİLİK

Günümüz dünyasında, ekonomik ve sosyal yaşam şartları gelişen teknoloji ve bilgi birikimi ile yeni bir hal almıştır. Sanayi devrimi ile başlayan süreç geçtiğimiz yüzyılın sonlarına doğru büyük bir ivme kazanmıştır. Bilgi birikimi ve yenilikleri takip edebilmek ve hatta yenilik üretebilmek, hem ekonomik hem de sosyal olarak çağdaş olmanın başlıca gereklerinden birisidir.

Teknoloji bu kadar baş döndürücü hızla gelişirken öte yandan ekonomik şartlar geçmişe oranla farklılaşmıştır. Küreselleşen dünya düzeninde işletmelerin ayakta kalması ve gelişebilmesi için başlıca şart rekabet şartlarına uyabilmesidir. Bu rekabet şartlarına uyabilmenin başlıca yolu, bir taraftan başka yenilikleri takip edip uyum sağlamak diğer taraftan ise yeniliği bizzat geliştirmektir. Firmaların kendilerine yeni pazarlar bulmasına, maliyetlerini azaltmasına, verimliliğini arttırmasına imkân sağlayan her türlü yenilik firmaların rekabet yeteneklerini arttırırken toplumun genel refah düzeyine de olumlu katkı sağlayacaktır.

Çalışmamızın iki ana temasından biri olan “Yenilik (inovasyon)” kavramlarının kuramsal çerçevesi bu bölümde incelenecek ve konunun iktisat yazınındaki yeri saptanmaya çalışılacaktır.

2.1. Yenilik Kavramı ve Tanımları

‘İnovasyon’ kavramı Latince “toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanmasını” ifade eden ‘Innovatus’ kavramından türemiştir. Dilimize İngilizceden ‘Innovation’ kavramından girmiştir. İnovasyon kavramı TDK tarafından “Yenileşim ve Yenilik” olarak Türkçeye çevrilmiştir.⁷²

Türkçe yazınlarda, birçok kaynakta kavram “inovasyon” olarak kullanılsa da “Yenilik” kavramının kullanımı da oldukça yaygındır. Bu çalışmada, Türkçe olması

⁷²Çevrimiçi:<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=inovasyon&ayntam> Eriş:28.8. 2010

ve iktisat literatüründe önemli derecede yerleşik düzeyde kullanılması sebebi ile “Yenilik” kavramı kullanılacaktır.

Yeniliğin tanımı ile ilgili iki farklı temel yaklaşım literatürde yer edinmiştir. Kimi zaman bir “şey” (bir ürünün bir piyasada veya bölgede defa tanınması); kimi zaman da bir “süreç” (ilk defa yeni bir ürün ortaya çıkarma ve keşif süreci) olarak tanımlanmaktadır.⁷³

Yenilik, iktisat literatüründe ilk defa ekonomist ve politika bilimcisi Joseph Schumpeter tarafından tanımlanmıştır. Schumpeter, yeniliği kalkınmanın itici gücü olarak görür.

Yenilikle ilgili geçmişten günümüze kadar geçen sürede birçok tanımlama yapılmıştır. Bu tanımları sıralayacak olursak:⁷⁴

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 yeniliği yapandır ve yaptığı bu eylem yeniliktir.”

Becker/Whisler (1967): “Bir fikrin, benzer hedefleri olan organizasyonlardan biri tarafından ilk defa uygulanmasıdır.”

Knight (1967): “Yenilik bir organizasyon ve onun çevresi için yeni olan bir değişikliğin gerçekleştirilmesidir.”

Downs/Mohr (1976): “Organizasyonlardaki farklı uygulamalardır.”

Goldhar (1980): “Fikirlerin ortaya atılmasından ticarileştirmeye kadarki süreci kapsayan yenilik, tanımlı kaynak ayırma karar noktalarıyla bağlantılı olan organizasyonel ve bireysel davranış kalıpları dizisidir.”

Freeman (1982): “Endüstriyel yenilik, yeni (veya iyileştirilmiş/gelişkin) bir ürünün pazarlanması ya da yeni (veya iyileştirilmiş/gelişkin) bir sürecin veya ekipmanın ilk defa ticari kullanımı için yürütülen tasarım, üretim, yönetim ve ticari faaliyetleri kapsar.”

⁷³ B. S. OĞUZTÜRK, *Bölgesel Kalkınmada Yenilikçiliğin Rolü ve Göller Bölgesi Üzerine Bir Uygulama*, İstanbul Üni., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2003a, s.7

⁷⁴ Ş. ELÇİ, *İnovasyon Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı*, Ankara, 2007

Moore/Tushman (1982): “Yenilik, pazardaki bir gereksinimin sentezlenmesi ve bu gereksinime yanıt veren ürünün üretilmesidir.”

Rogers (1983): “Yenilik, yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama veya bir nesnedir.”

Drucker (1985): “Yenilik, girişimcilerin farklı bir iş veya hizmet ortaya koymak için değişiklik yapmalarını sağlayan araçtır. Bir disiplin, öğrenme yeteneği, uygulama yeteneği olarak gösterilme özelliğine sahiptir.”

Rothwell/Gardiner (1985): “...yenilik sadece teknolojik açıdan önemli bir ilerlemenin ticarileştirilmesi anlamına gelmez (radikal yenilik), aynı zamanda teknolojik bilgide küçük çaplı değişikliklerin kullanımını da içerir (iyileştirme veya artımsal yenilik).

Rickards (1985): “Yenilik, yeni fikirlerin uygulamaya konmasıdır. Sistemlerin problemlerinin (gereksinimlerinin) bu gereksinimlerle ilgili yeni çözümlerle çözülmesidir.”

Roberts (1987): “Yenilik = icat + kullanım. İcat, yeni fikirler yaratmak ve bunları işler hale getirmek için ortaya konan tüm çabaları ifade eder. Kullanım süreci, ticari geliştirme, uygulama ve transferi kapsar; belli hedeflere yönelik fikirlere ve icatlara odaklanmayı, bu hedefleri değerlendirmeyi, araştırma ve/veya geliştirme sonuçlarının transferini ve teknolojiye dayalı sonuçların geniş bir alanda kullanımını, yayılmasını ve yaygınlaştırılmasını da içine alır”.

Kavrama en çok vurgu yapan ilk iktisatçı Schumpeter, devamlı değişmeye uğrayan ekonominin temelinde yenilik olduğu görüşündedir. Ona göre yenilik; “mevcut kaynakların yeni bileşimler olarak sunulması biçiminde tanımlanmaktadır”.

Dosi yeniliği “yeni bir ürünü, yöntemi veya örgütsel yapılanmayı araştırmak, keşfetmek (icat), denemek geliştirmek ya da taklit etmek suretiyle benimsemek ve ticarileştirmek olarak tanımlanmaktadır. Burada yenilik birinci tanımlamada bir ürün ikincisinde ise bir süreç olarak ifade edilmiştir.⁷⁵

⁷⁵ B. S. OĞUZTÜRK, Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 8 Sayı: 2, 2003b, s.5

OECD literatürüne göre, yenilik, ‘bir fikri pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir imalat ya da dağıtım yöntemine, ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi ifade eder.’ Yenilik, hem bir süreci, hem de bir sonucu anlatır.⁷⁶

Fischer’e göre; “yeni düşünme biçimleri, şeyleri yapmanın yeni yollarını üretme, üretileni deneme ve insanla ilgili ekonomik ve sosyal aktivitelerde kullanma ve benimseme eylemlerinin biri ya da tümüdür.”⁷⁷

Kuczmarski yeniliği, “işletmelere, geleceği görebilme ve vizyon oluşturma olanağı veren bir tutum” şeklinde tanımlamıştır. Bu da yeniliğin, bir hissetme, duygusal bir durum ve mevcut zamanın ötesini görebilmeyi sağlayan değerler dizisi olduğunu gösterir. Yazara göre yenilik rekabet avantajı elde etmede anahtar faktördür.⁷⁸

Rastogi’ye göre ise yenilik, mal ve hizmetlerin arz ve üretimine yeni bilginin uygulanmasından ortaya çıkan yeni ve geliştirilmiş ürünleri, malları, malzemeleri, donanımları, makineleri, süreçleri, hizmetleri ve diğer ekonomik olarak uygun değişimleri ifade eder.⁷⁹

Drucker’a göre yenilik, bir örgütte birlikte çalışan farklı bilgi ve yetenekteki insanları daha verimli hale getirmek için onlara ilk defa olanak sağlayan yararlı bir bilgidir. Girişimcilerin farklı bir iş veya hizmet ortaya koymak için değişiklik yapmalarını sağlayan araçtır. Ona göre yenilik, girişimciliğin özel bir aracıdır ve kaynaklara yeni kapasite yaratma yeteneği kazandırır. Yenilik bir bilim ya da teknoloji değil bir değerdir. Bu yüzden bir işletmede yenilik daima pazar odaklıdır.⁸⁰

⁷⁶ European Commission – European Innovation Monitoring System (EIMS), **Innovative Regions? A Comparative Review of Methods of Evaluation of Regional Innovation Potential**, European Innovation Monitoring System Publication No: 21, 1995, s.4

⁷⁷ M. M. FISCHER, Innovation, Knowledge Creation and Systems of Innovation, The Annals of Regional Science, Volume: 35 Number: 2, 2001, s. 210.

⁷⁸ T.D.KUCMARSKI, **Innovation: Leadership Strategies for Competitive Edge**, NTC Business Books, Chicago, 1996

⁷⁹ P. N. RASTOGI, **Productivity, Innovation, Management and Development**, Sage Publication, California, 1988

⁸⁰ P. DRUCKER, Innovation and Entrepreneurship’ den aktaran: U. DURNA, **Yenilik Yönetimi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara,2002

2.2. İktisat Teorisinin Tarihi Sürecinde Teknoloji ve Yenilik

Teknolojik gelişmelerin ülke kalkınmasına ve toplum refahına katkısı uzun süredir bilinen bir gerçektir. Teknoloji konusuna yapılan atıflar çok öncelere kadar uzanmasına rağmen konunun sistematik olarak ele alınmaya başlanması geçtiğimiz yüzyıldadır. Bu başlıkta teknoloji ve yenilik olgularının geçmişten günümüze iktisat teorisi içindeki yeri ve bakış açısı aktarılacaktır.

2.2.1. Geleneksel İktisatçılar

Smith'ten, Ricardo'ya ve Marx'a kadar birçok iktisatçı, içsel teknolojik yeniliklerin büyüme süreci ile çok yakından ilişkili olduğunu bilmelerine rağmen, analizlerini farklı konular üzerinde yoğunlaştırdıklarından, genellikle bu konuları ihmal etmişlerdir. Smith; teknik ilerleme, sermaye birikimi ve uzmanlaşan emeğin imalat sanayinde verimlilik artışına yol açarak toplumun zenginleşmesine neden olduğunu ifade ederken, Ricardo yeni teknolojilerin önemini kapsamlı bir şekilde incelememiştir.⁸¹

Karl Marx'a göre sermaye birikimi ve emeğin bölünmesi ve uzmanlaşma, teknik verimliliğin ve sermayenin getirisinin artmasına yol açmaktadır. Ancak Marx'a göre bu artış, sistemin belli bir noktasında duracaktır. Marx, çalışmalarında, teknik değişime vurgu yaparken, yeni makineler, üretim metodları veya yeni teknolojiler için bilimin bir ön şart olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre bilim; ekonomik büyümenin ve sosyal refahın anahtarıdır.⁸² Marx, klasik iktisatta geçerli olan teknolojinin içsel olduğu görüşünü vurgulamasına da çalışmasının çeşitli yerlerinde göstermektedir. Marx, teknolojik evrimin, üretimin çeşitli aşamaları esnasında yaşanan çatımsa ve karşıtlık süreçleri ile meydana geldiğini ifade etmektedir.⁸³

⁸¹ H. GÜRAK, Yaratıcı Zihinsel Emek ve Teknolojik Yenilikler, 2006, Çevrimiçi: http://www.hasmendi.net/makale_gurak/Yaratıcı_Zeka.pdf Erişim:7.6.2010

⁸² O. SUNGUR, **Bölgesel ölçekte İnovasyon: NUTS 2 TR61 Düzeyi KOBİ'leri ile Yerel Paydaşlar Arasındaki Bilgi Dinamikleri ve Ağbağları Üzerine Bir İnceleme**, S.D.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007, s.20

⁸³ M. ALBENİ, ve M. KARAÖZ, Ekonomik Kalkınma ve Modern Yenilik Teorisi, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 8 Sayı: 3, 2003, s.31

2.2.2. Neo-Klasik İktisatçılar

Neoklasik büyüme teorisine göre piyasalar tam rekabet şartlarında işlemektedir. Sermaye azalan getirilere tabidir ve teknik değişim dışsaldır yani model dışında belirlenmektedir. Ekonomik büyümenin faktörleri emek sermaye ve topraktır. Dolayısıyla standart Neoklasik modelde teknolojik değişim aktif olarak yer almamaktadır. Üretimi etkileyen bu değişkenler dışındaki tüm değişkenler artıktır.⁸⁴

Bu kuramda, teknolojik yenilik faaliyetleri için gerekli olan kaynaklar, Neo-klasik iktisadın genel varsayımlarından hareketle piyasalar tarafından etkin bir şekilde tahsis edilecektir. Ancak pek çok Neoklasik iktisatçı, teknolojik yenilik faaliyetlerinin, kaynakların etkin tahsisini sağlayacak özellikleri barındırmadığını ve bu faaliyetlerin aksayacağını ileri sürmüşlerdir. Bu faaliyetlerin aksaması, yani piyasanın başarısız olması teknoloji ve yenilik politikalarını gerekli kılmaktadır. Yani devlet, yenilik faaliyetlerine müdahale etmeli ve finansal destek sağlamalıdır.⁸⁵

Kurama göre, uzun dönemde ekonomik büyüme tamamen teknolojik ilerlemeye bağlıdır. Uzun dönem (durağan denge) sadece “dışsal” teknolojik değişimle açıklanabilir. Teknolojik değişimin dışsal olması üretim fonksiyonunda yer alıp doğrudan doğruya büyümeyi etkilememesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle standart Neoklasik üretim fonksiyonu ile yenilikçiliği anlamak güçtür.⁸⁶

Neo-klasik büyüme modelleri, özellikle 1950’lerden sonra hızla değişime uğramaya başlamıştır. Solow sayesinde, artık Neo-klasik modellerde bile teknolojik yeniliklerin rolü göz ardı edilemez olmaya başlamıştır. Solow (1957) ABD’deki büyümenin yaklaşık % 80’lik kısmının emek ve sermaye malları artışından değil, teknolojik değişimden kaynaklandığını tespit etmiştir. Bu çalışmanın ardından büyümenin, yatırımlardan ziyade teknolojik yeniliklerden kaynaklandığı görüşü, iktisatçılar tarafından daha çok rağbet görmeye ve teknolojik yenilikler büyüme modellerinde daha sık yer almaya başlamıştır. Ancak, değişimin nereden kaynaklandığından ziyade hangi sonuçları olduğu konusunda ilgilenen Neo-klasik kuramda, teknolojik yenilikler dışsal bir etken olmaktan ileri gidememiştir. Solow

⁸⁴ OĞUZTÜRK, 2003a:17

⁸⁵ E. TAYMAZ, **Ulusal Yenilik Sistemi, Türkiye İmalat Sanayiinde Teknolojik Değişim ve Yenilik Süreçleri**, TÜBİTAK / TTGV / DİE, Ankara, 2001

⁸⁶ OĞUZTÜRK, 2003a:18

modelinde, teknolojik yenilikler sistem dışına itilmiş ve teknolojik değişimin nasıl gerçekleştiği konusu hiç ele alınmamıştır.⁸⁷

2.2.3. Schumpeterci Yaklaşım

Günümüzde var olan modern yenilikçi büyüme teorileri (içsel ve dışsal Neoklasik büyüme modelleri ve evrimci iktisat), büyük oranda yirminci yüzyılın başlarında bu konuda önemli katkılarda bulunmuş Joseph Schumpeter'in katkılarına dayanmaktadır. Schumpeter büyümenin merkezine otonom yatırımlar ve yeni teknolojik yatırımların yaygınlaştırılmasını oturtmaktadır. Ekonomik büyümenin temel dayanağı ve dinamiği hızlı büyüyen yeni sektörlerin ortaya çıkması ve gelişmesidir.⁸⁸

Sağlıklı bir ekonominin ancak sürekli teknolojik yeniliklerle var olabileceğini söyleyen Schumpeter için esas olan yenilik, yaratıcı yıkıcılık denilen olguyu da gerçekleştirecek olandır. Bu bağlamda kapitalist büyümenin ana motoru ve girişimci karının kaynağı, büyük ölçüde çeşitlilik gösteren teknolojik yeniliklerdir.⁸⁹

Schumpeter'e göre yenilik beş şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlar:⁹⁰

- Yeni tüketim malları yaratılması (ürün yeniliği)
- Yeni üretim yöntemleri yaratılması (süreç yeniliği)
- Yeni piyasaların yaratılması (yeni pazarlar)
- Yeni arz kaynaklarının bulunması
- Yeni endüstriyel örgütlenme şekillerinin yaratılması (yeni organizasyonlar)

Schumpeter'e göre piyasaya giren yeni bir ürünün 3 evresi vardır (Şekil 2.1). Bunlar; icat, yenilik ve yayılmadır. İcat aşaması; yeni bir teknik disiplinin keşfedilmesi süreci olup bilim adamları tarafından yürütülmektedir. Yenilik aşaması; bir icadın ticarileştirilmesi süreci olup girişimciler tarafından yürütülmektedir. Yayımla aşaması ise; yeniliğin ticari kullanımda yaygınlaşmasını ifade etmektedir.⁹¹

⁸⁷ GÜRAK, 2006:9

⁸⁸ ALBENİ, KARAÖZ, 2003:31

⁸⁹ C. FREEMAN ve L. SOETE, **Yenilik İktisadı**, Çeviren:E. Türkcan, Tübitak Yayınları, Ankara, 2003,s.22

⁹⁰ OĞUZTÜRK, 2003a:7

⁹¹ K. SMITH, Science, Technology and Innovation Indicators –A Guide for Policy Makers- Indicators and Data for European Analysis (IDEA) Project, IDEA Paper Series No: 5, 1998, s.15'den aktaran: SUNGUR:30



Şekil 2.1. Yeni Bir Ürünün Geçirdiği Evreler

Schumpeter'e göre yenilikler piyasada yarattığı etkiler açısından iki farklı gruba ayrılır:⁹²

- **Yaratıcı Yokediş (Creative Destruction):** Bazen bir yeniliğin ortaya çıkması yani ürünün piyasaya sürülmesi başka varolan piyasaların yok olmasına ya da küçülmesine yol açmaktadır. Örneğin elektrik ampulünün icadıyla evlerde sokak lambalarında gaz lambalarının kullanımı ortadan kalkmıştır. Burada unutulmaması gereken nokta, gaz lambaları ortadan kalkmasına rağmen gaz kullanımına dünyada devam edilmiştir. Gaz piyasadan tasfiye olmamıştır. Gaz piyasası da kendini farklı alanlara yöneltmiştir.
- **Yaratıcı yok ediş** aslında asla bitmeyen sürekli devam eden bir süreçtir. Teknolojik yenilikler daima yeni piyasa ya da piyasalar ortaya çıkarırlar. Bu da bir dizi yeniliğin başlamasını sağlar. Farklı piyasalar da belirli ölçülerde bu yeniliklerden nasibini alır.
- **Yaratıcı Birikim (Creative Accumulation):** Büyük firmaların ellerindeki var olan geniş imkanlarını kullanarak yenilikler ortaya çıkarmaları ve zaman içerisinde kabuk değiştirerek rekabetçi avantajlarını güçlerini koruyabilmelerine veya büyük firmalar dışında yapılan yenilikler sayesinde başka piyasaların gelişmelerine ve kendilerini yenilemelerine yardımcı olmalarına Schumpeter “yaratıcı birikim” adını vermektedir.

2.2.4. Evrimci Kuram

Noeklasik kuramın teknolojik gelişme olgusunu açıklamaktaki eksikliği evrimci yaklaşımın gelişiminde rol oynamıştır. Bu kuramı savunan iktisatçılar büyük ölçüde Schumpeter'in görüşlerinden etkilenmişlerdir.

Evrimeci biyolojide olduğu gibi firmalar da uzun bir süre dışarıdan göze çarpmayacak bir şekilde dönüşmekte ve belli bir noktada artık dışarıdan da

⁹² OĞUZTÜRK, 2003a:14-15

görülebilien ani bir değişim ve gelişim geçirmektedir. Piyasalardaki dramatik değişimler belli bir kara parçasının dramatik bir doğa olayından sonra yeniden şekillenmesi gibi firmalarda bir yenilik dalgasıyla ya yok olmakta ya da ortaya çıkan yeni şartlara başarılı bir şekilde adapte olmaktadır.⁹³

Evrimci görüş, neoklasik iktisattan ayıran temel düşünce, ekonomik gelişme sürecinde, tesadüfi ve belirsiz faktörlerin etkili olduğu teknolojik yenilik ve öğrenme konularını ciddiye almalarıdır. Evrimci yaklaşımda teknolojik gelişme, buluş, yenilik, yayılma şeklindeki bir bağıntıyla değil de daha komplike ifade edilir. Çünkü sistemi etkileyen birçok unsur bulunur.⁹⁴

Kurama göre teknolojik bilgi yaratmanın iki olumsuz yanı vardır:

- Yeni bilgiyi ortaya çıkarırken yapılan maliyet (Ar-Ge maliyeti gibi...)
- Yaratılan yeni bilginin kopya işlemler tarafından kullanılması yani bilginin yayılmasıdır. Bu iki bilginin yarattığı belirsizliğe karşılık, bilgi yaratılması için ayrılan kaynak teknolojik gelişmeleri beraberinde getirecektir. Bu da rekabette üstünlük yaratmış olacaktır.⁹⁵

2.3. Yenilik Türleri

Ortaya çıkan yeniliklerin sınıflandırılması yeniliğin hangi açıdan ele alındığına bağlı olarak değişmektedir. Ayrıca son dönemlerde işletme faaliyetlerindeki ayrımlara ya da ortaya çıkardığı verimliliğin çeşidine göre Pazarlama Yeniliği, İş Modeli Yeniliği, Hizmet yeniliği gibi yeni başlıklar ortaya çıksa da bu çalışmada iktisat yazınında sıkça geçen yenilik türlerine yer vereceğiz.

⁹³ ALBENİ, KARAGÖZ, 2003:33

⁹⁴ A. SOYAK, Doğu Asya'da Teknolojik Yetenek ve Sınai Derinleşme: Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Sanayi Politikası Sonuçları, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı.1,Cilt.XIV,ss.355-376, 1998, S.9

⁹⁵ A. SOYAK, Teknolojik Gelişme: Neoklasik ve Evrimci Kuramlar Açısından Bir Değerlendirme, **Ekonomik Yaklaşım**, Cilt. 6,Sayı.15,ss.93-107, 1995

2.3.1. Büyüklüğüne / Kapsamına Göre Yenilik Türleri:⁹⁶

- Artımsal Yenilik: Tüm ekonomik etkinlik alanlarında sürüp giden küçük küçük yenilikler olup, etki alanları sadece mevcut ürün kuşakları ve mevcut üretim yöntemleri ile sınırlıdır.
- Köklü Yenilikler: Ancak organize, sistematik Ar-Ge çabası ortaya konulabilir, bunların ticari ürün veya uygulanabilir bir yöntem haline dönüştürülebilmesi de önemli bir zaman alır.
- Kapsamlı Yenilikler ve Teknolojiler: Bu yenilikleri yaratan teknolojiler; genellikle “jenerik teknolojiler” olarak tanımlanır. Burada önemli olan nokta, kapsamlı yeniliklerin yeni üretim sektörleri doğmasına veya eskilerin yerine geçirilmesine neden olmalarıdır.
- Yayılğan Jenerik Yenilikler ve Teknolojiler: Ekonominin hemen hemen tüm faaliyet alanlarını etkileyen ve hatta kökten değiştiren yenilik türüdür.

2.3.2. Yenilik Tanımı Sonucuna Göre Ortaya Çıkan Yenilik Türleri

2.3.2.1. Ürün Yeniliği

Yeni bir mal veya hizmeti piyasaya sürmek veya malın/hizmetin içeriğinde veya kullanım niyetinde önemli geliştirmeler yapmak olarak tanımlanabilir. Bu geliştirmeler teknik özelliklerde, bileşenlerinde, yazılımında veya diğer fonksiyonel özelliklerinde olabilir. Ürün yeniliği yeni bilgi ve teknolojilerin kullanılmasını sağlar veya var olan bir bilgi veya teknolojinin yeni kombinasyonlarda kullanımını temeline dayanabilir⁹⁷

Teknolojik ürün yeniliği ile işletmenin piyasaya sunduğu ürün ve hizmetlerde meydana getirdiği değişiklikler, doğrudan tüketicinin ihtiyacı ile ilgilidir. Yeni ürünler, temel ürün fikirlerinden, buluşlardan ya da kesiflerden ortaya çıkar.

⁹⁶ OECD, **Productivity and Job Creation, Best Policy Practises**, The OECD Jobs strategy Technology, Paris, pp.57-76, 1998

⁹⁷ H. ÇELİKTAŞ, **İnovasyon Yönetimi, Çukurova Bölgesinde Faaliyet Gösteren Şirketlerde İnovasyon Uygulamalarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008, s.14

Teknolojik ürün yeniliği, yeni bir ürün veya hizmet, ya da mevcut bir ürün veya hizmetin yaşam devrini yükselten veya rekabet değerini arttıran bir ilerlemedir.⁹⁸

Ürün yeniliklerinde başlıca üç boyut dikkati çekmektedir. Bunlar;⁹⁹

- Önceden bilinen bir ürüne önemli ve yeni bir işlev eklenmesi,
- Bilinen bir işlevi gören bir ürünün yepyeni bir forma kavuşturulması ve
- Yeni bir ürün kavramı aracılığıyla yepyeni bir işlev geliştirilmesi

olarak sayılabilir.

2.3.2.2. Süreç Yeniliği

Süreç yeniliği kısaca, bir ürünün yapılış veya hizmetin sunuluş yönteminde yapılan değişimlere denir.¹⁰⁰ Süreç yenilikleri yeni ekipmanların, yazılımların ve belirli tekniklerin ve prosedürlerin uygulanmasıyla ilgilendir. Eğer yenilik yeni ya da geliştirilmiş birim maliyetleri düşürmeye ya da kaliteyi artırmaya yönelik üretim ya da tedarik metotları kapsıyorsa, bu süreç yeniliğidir.¹⁰¹

Başka bir tanıma göre süreç yeniliği, bir işletmenin, eski duruma göre, aynı miktar ve kalitede üretim faktörü kullanarak, yine aynı kalitede ama daha fazla mal ve hizmet üretmesini ifade eder. Süreç yenilikleri dinamik tasarruflar yoluyla birim maliyeti düşürür ve işletmeye rekabet gücü kazandırır.¹⁰²

⁹⁸ DURNA, 2002: 66

⁹⁹ P. NARİN, **Rekabet Üstünlüğünün Kaynağı Olarak Teknolojik Yenilikler**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1999, s. 47.

¹⁰⁰ M. TUSMAN ve D. NADLER, Organization For Innovation, **Management Review**, California, 1986

¹⁰¹ OECD, **Avrupa Birliği, Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler**, Çeviri: TÜBİTAK, ,2006,s.26

¹⁰² A. KİBRİTCİOĞLU, Porter'ın Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı ve İktisat Kuramı, 1998:5, Çevrimiçi: <http://129.3.20.41/eps/it/papers/0509/0509010.pdf> Erişim:10.6.2010

2.3.2.3. Organizasyonel Yenilik

Organizasyonel yenilik, firma düzeyinde daha etkin çalışma yöntemlerinin uygulanması anlamına gelmektedir. Verimliliğin ve satışların artırılması gibi ölçülebilen değişimleri içermektedir.¹⁰³

Organizasyonel yenilik yönetsel maliyetleri veya işlem maliyetlerini düşürerek firmanın performansını arttırmayı, iş tatminini ve böylece emek verimliliğini arttırmayı veya arz etmenin maliyetini düşürmeyi hedefler.¹⁰⁴

2.4. Ar-Ge, Patent Hakları ve Faydalı Model

Ar-Ge kavram olarak, yeni bir ürünün üretilmesi, ürün kalitesi ve standardının yükseltilmesi, maliyet düşürücü yeni tekniklerin uygulanması, yeni üretim teknolojilerinin geliştirilmesi ve mevcut teknolojilerin iyileştirmesi amacıyla yapılan bilimsel çalışmaları ve bunların sonuçlarını kapsar.¹⁰⁵

Ar-Ge, yenilik varlığını geliştirmek isteyen işletmeler için kaçınılmazdır. İşletmeler, hem ürettiği ürünleri hem de bunları üretmek için kullandığı teknolojiyi yenilemek ve dolayısıyla Ar-Ge'ye kaynak ayırmak zorundadır. Pazara ilk önce girmenin büyük avantajları bulunmakta ve bir ürünle ilgili potansiyel yenilikler hız kazanmaktadır. Ar-Ge çalışması stratejik önem kazanır, gecikilmesi halinde çalışma sonucunun yenilik kapsamına girmesi imkansızlaşmaktadır.¹⁰⁶

Bir ülkedeki en önemli Ar-Ge göstergesi, Ar-Ge harcamalarının GSYİH (Gayri safi yurt içi hasıla) içindeki payıdır. Büyüme oranları yüksek olan ülkelerin en önemli özellikleri, Ar-Ge harcamalarına bütçeden yüksek oran ayırmalarıdır. Teknolojik olarak gelişmiş ülkelerde Ar-Ge faaliyetlerine ayrılan kaynakların GSYİH içindeki payı %1'i geçmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ise bu oran %1-0,1 arasında değişmektedir.¹⁰⁷

¹⁰³ H. ATİK, **Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü**, Detay Yayıncılık, Ankara 2005, s.7

¹⁰⁴ OECD, 2006:55

¹⁰⁵ H.K. GÜLEŞ ve H. BÜLBÜL, **Yenilikçilik: İşletmeler için Stratejik Rekabet Aracı**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2004: 348

¹⁰⁶ A. AYHAN, **Türkiye'de Bilim Teknoloji ve Geleceğin Teknolojileri**, İstanbul, 2002, s.256

¹⁰⁷ R. YAMAK ve N. A. KOÇAK, Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, **Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları**, Kocaeli, 03-05 Kasım, 2006 s.263 - 270

Yenilik konusu elbette ki Ar-Ge ile yakından ilişkili bir kavramdır. Fakat bu ikisini birbiriyle karıştırmamak gerekir. Her yenilik için Ar-Ge çalışması gerekmediği gibi her Ar-Ge çalışmasının da başarılı bir yenilikle sonuçlanacağı düşünülmemelidir. Hatta AB Ar-Ge çalışması fazla olduğu halde bunları verimli yeniliğe çevirememenin sıkıntısını yaşamakta ve buna çözüm bulmaya çalışmaktadır.¹⁰⁸

Patent bir buluş için buluş sahibine devlet tarafından verilen bir sınai mülkiyet hakkıdır. Patent, sahibinin izni olmadan başkalarının buluşu üretmesini, kullanmasını veya satmasını belirli bir süre boyunca engelleme hakkı vermektedir. Patentli bir buluş; alınıp, satılabilen, kiralanıp, kiraya verilebilen diğer mallar gibi buluş sahibinin mülkiyeti haline gelir. Patentler alındıkları ülkelerde geçerlidir. Türkiye’de alınmış bir patent, sahibine, sadece Türkiye içinde hak sağlamaktadır. Örneğin, patent, patentli ürünlerin başkaları tarafından Türkiye’ye ithal edilmesi durumunda, sahibine ithalatı durdurma hakkı sağlar. Bir buluşun patent ile korunabilmesi için taşıması gereken nitelikler:

- a. Yenilik: Tekniğin bilinen durumuna dahil olmayan buluş yenidir. Tekniğin bilinen durumu; patent başvurusunun yapıldığı tarihten önce, buluş konusunda dünyanın herhangi bir yerinde toplumca erişilebilir yazılı veya sözlü tanıtım, kullanım veya bir başka yolla açıklanan bilgilerden oluşur.
- b. Tekniğin bilinen durumunun aşılması: Buluş, ilgili olduğu teknik alandaki bir uzman tarafından, tekniğin bilinen durumundan aşık bir şekilde çıkarılamayan bir faaliyet sonucu gerçekleşmiş ise, tekniğin bilinen durumunun aşıldığı kabul edilir.
- c. Sanayiye uygulanabilir olma: Buluş, tarım dahil sanayinin herhangi bir dalında üretilebilir veya kullanılabilir nitelikte ise, sanayiye uygulanabilir olduğu kabul edilir.¹⁰⁹

Literatürde çeşitli yenilik göstergeleri kullanılmaktadır. En sık kullanılan göstergeler, Ar-Ge harcamaları, Ar-Ge personeli ve patentlerdir. Gelişmiş ekonomilerde gayri safi milli hasılanın yaklaşık %3’ü Ar-Ge harcamalarına

¹⁰⁸ ÇELİKTAŞ, 2008:27

¹⁰⁹ TPE, Patent / Faydalı Model Belgesi Başvuru Kılavuzu, 2010, s.1

ayrılmaktadır. Gelişmekte olan ekonomilerde ise bu rakam % 1'e bile ulaşmamaktadır. Bunun sonucunda, gelişmiş ekonomiler yıllar içinde Ar-Ge faaliyetlerine hep daha fazla kaynak ayırırken, gelişmekte olan ekonomilerin ayırdığı kaynak miktarı yerinde saymaktadır. Dolayısıyla gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler arasındaki teknolojik gelişmişlik farkı gün geçtikçe açılmaktadır.¹¹⁰

Faydalı model, Türkiye'de ve dünyada yeni olan sanayiye uygulanabilen buluşların sahiplerine koruma sağlayan bir sistemdir. Faydalı model belgesi verilmesi işlemleri, patent verilmesine oranla, hem zaman hem de masraf açısından daha elverişlidir. Faydalı Model, kimyasal maddeler ve usuller hariç patente konu olabilecek teknik gelişmeye sahip bütün ürünler için verilebilir. Yurt içinde özellikle KOBİ'lerimiz ve geliştirmiş oldukları yeni ürünler için daha az maliyetle koruma elde etmek isteyen buluş sahipleri için tavsiye edilebilecek bir sistemdir. Buluşu için patent ya da faydalı model başvuru sistemlerinden hangisinin seçileceğine başvuru sahibi kendisi karar verir. Faydalı model başvurusu için dikkat edilecek en önemli husus, yeni olmayan ürünler için başvuru yapılmaması gerektiğidir. Yeni olmayan ürünler için başvuru yapıp faydalı model belgesi alınsa dahi, ürünün yeni olmadığını üçüncü kişilerce ispatlanabilmesi durumunda, mahkeme yolu ile belgenin iptali söz konusudur.¹¹¹

2.5. Ulusal Yenilik Sistemi (UYS)

Yeniliğin GSMH'ye en fazla katkı yapan unsurlardan birisi olması, teknolojinin sermayenin önemli bir parçası olması, KOBİ'lerin özellikle küreselleşen günümüz dünyasında rekabet ve verimlilikte yeniliğe ihtiyaç duyması kavramın önemini ortaya koymaktadır. Ancak yenilik firmaların bireysel yaratıcılık ve çabaları olduğu kadar aynı zamanda toplumun ve ekonomik kültürün ortak bir parçasıdır. Yeniliği sadece yeni bir ticari buluş olarak değil ekonomik sistemin bir parçası olarak tanımlamak gerekir.

Dolayısı ile tek tek firmaların bireysel firmaların yeniliklerin ortaya çıkarılmasında çok önemli katkıları olsa da, teknolojik değişimin yayılmasını

¹¹⁰ ATİK, 2005: 74

¹¹¹ Çevrimiçi: www.turkpatent.gov.tr Erişim:17.8.2010

sağlayan ve besleyen asıl süreç bir tek firmanın çok ötesinde, birçok firma, kurum ve kuruluşların karmaşık ve karşılıklı bir ağ halinde meydana gelen etkileşim olarak karşımıza çıkmaktadır.¹¹²

UYS yaklaşımına göre yeniliğin tesadüfi değil sistematik olması nedeniyle, yenilikçilik kültürünün de ülke geneline yayılması ve firmaların rekabetçi yapıları güçlendirilmelidir.

Kavrama en çok katkı yapan kişilerden birisi olan Freeman'a göre UYS; *Ar-Ge ve öğretim sisteminin ötesinde ulusal bütün sosyal kurumları kucaklayan, faaliyetleri ve etkileşimleri ile yeni teknolojileri meydana getiren, ithal eden, değiştiren ve yayan kamu ve özel sektördeki kuruluşların bir parçası olduğu geniş bir ağıdır.* OECD tanımına göre ise, bir ülkede yenilik ve teknoloji yayılım hızı ve yönünü etkileyen pazar ve pazar dışı kuruluşlar ulusal yenilik sistemini oluşturur.¹¹³ UYS yaklaşımını ilk olarak ele alan Lundvall ise UYS'yi şöyle tanımlar:¹¹⁴ *“Ekonomik yapı ve kurumsal oluşumların, araştırma ve keşifleri olduğu kadar öğrenmeyi de etkileyen yönleri ve bütün unsurlarıdır. Üretim sistemi, pazarlama sistemi ve finans sistemi, öğrenmenin yer aldığı alt sistemlerdir ve ulusal yenilik sistemlerinin çözümlenmesinde hangi alt sistemlerin ve toplumsal kurumların analize katılması ya da dışta tutulması gerektiğinin ayrıntılı olarak belirlenmesi, kuramsal yaklaşımları olduğu kadar tarihsel çözümlenmeleri de içeren bir iştir. Bu nedenle hangi alt sistemler dahil edilmeli ve hangi süreçler incelenmeli konusu göz önünde tutularak, ulusal yenilik sistemi tanımı açık ve esnek bırakılmalıdır”*

Lundvall tarafından UYS yaklaşımı iki ana varsayıma dayanmaktadır. İlki ve en önemlisi modern ekonominin temel kaynağı “bilgi (knowledge)” ve en önemli süreç ise “öğrenme(learning)dir. İkincisi ise öğrenme kültürel ve kurumsal kavramlarını dikkate almaksızın anlayamayacağımız baskın bir şekilde etkileşimli bir süreçtir. Lundvall öğrenme sürecinin hızlandırılmasında tarihi bir süreç olarak yaşanan endüstrileşme tecrübesinin önemine dikkat çekmektedir.¹¹⁵

¹¹² FISHER, 2001

¹¹³ TAYMAZ, 2001:26

¹¹⁴TÜBİTAK, **Bilim ve Teknoloji Yönetim Sistemleri, Ülke Örnekleri ve Türkiye**, Ankara: TÜBİTAK Yayını,1996, s.10

¹¹⁵ OĞUZTÜRK, 2003b:67

UYS'yi oluşturan başlıca kurum ve mekanizmalar şunlardır:¹¹⁶

- Her türlü Ar-Ge kuruluşları ve birimleri
- Her türlü eğitim-öğretim kurumları, üniversiteler, potansiyelleri
- Akreditasyon ve sertifikasyon kurumları
- Teknoloji destek birimleri
- Teknoloji transferine ilişkin mekanizmalar
- Ulusal enformasyon altyapısı
- Patent ofisleri, fikri/sınai mülkiyet haklarını koruyan diğer kurumlar
- Yaratıcı girişimciliği özendirilen ve destekleyen mekanizmalar
- Teknoparklar, teknokentler
- Danışmanlık hizmeti veren kurum/firmalar
- Teknoloji danışmanları merkezleri
- Teknoloji ataşelikleri

Ulusal yenilik sistemi genel olarak şu adımları kapsar:¹¹⁷

- *Ürün ya da üretim yöntemlerine ilişkin yeni teknolojileri edinebilme; özümseyip kullanabilme; bu teknolojilerin ekonominin bütün etkinlik alanlarına yayılmasını sağlayabilme,*
- *Ürün geliştirme, yeni ürün tasarlayabilme,*
- *Yeni ürün tasarımıyla birlikte üretim yöntemini de geliştirme, yeni yöntem tasarımı yapabileme,*
- *Geliştirilen ya da yeni bulunan üretim yönteminin gerektirdiği üretim makinelerini tasarımı yapabileme ve üretebilme,*
- *Sayılan tasarım ve üretim süreçlerini besleyen teknolojik Ar-Ge faaliyetini sürdürebilme; gereksinim duyulan teknolojileri bilimsel bulgulardan kalkarak üretebilme ve o teknolojilerin kaynağını oluşturan bilimi üretebilme,*

¹¹⁶ AYHAN, 2002:271

¹¹⁷ TÜBİTAK, 1996

- *Araştırma, geliştirme, tasarım, üretim(imalat), pazarlama süreçlerinin hem kendi içlerindeki hem de aralarındaki ilişkileri düzenleyen ve daha ileri düzeylerde yeniden üreten organizasyon yöntemlerini geliştirebilme.*

UYS, ekonomideki diğer unsurlarla etkileşim halindedir. UYS'yi incelerken bu sistemin içinde yer aldığı; Makro ekonomik ve düzenleyici bağlam, eğitim sistemi, iletişim alt yapısı, ürün piyasaları, işgücü ve sermaye piyasasındaki koşullar da incelenmelidir.¹¹⁸

2.6. Bölgesel Yenilik Sistemi

Yenilikçi oluşumların oluşumlarında, incelenmesinde ve oluşumların geliştirilmesinde ulusal olduğu kadar hatta daha önemli düzeyde bölgesel unsurların etkisi vardır. Kısmen, UYS'nin bölgesel düzeydeki bir uygulaması olarak da görülebilecek bir yaklaşımdır. Ancak, her bölgenin kendisine has coğrafi, sosyal, ekonomik özellikleri diğerlerine göre farklılık göstermektedir. Bu nedenden dolayı, bölgesel olarak girişimcilik ve yenilikçilik faaliyetleri, fırsatlar tehditler, rekabet düzeyi, gelişmişlik düzeyi; o bölgenin kendisine özel bir yenilik stratejisi izleme gereğini doğurur. Ayrıca UYS'lerin bölge ve sektörlerden ve bu bölge sektörlerin etkileşimi ile oluşan bir toplam olduğunu düşünürsek bölgesel ve sektörel açıdan da bir yenilik sistemi oluşması gerektiği anlaşılır.

Yenilik sistem yaklaşımının kökenlerinde 2 isim ön plana çıkar. Friedrich List'in 'Ulusal Ekonomik Sistemi' kavramın ilk kökeni olmakla birlikte 1985 yılında Lundvall tarafından 'yenilik sistemi olarak adlandırılmıştır.

Asheim ve Isaksen'e göre UYS; "ortaklaşa öğrenmeyi ve sürekli yeniliği teşvik eden ve firmalararası yakın iletişim, sosyo-kültürel yapı ve kurumsal çevrenin oluşturduğu bir bütündür".¹¹⁹

Bu tür sistemler mekansal bütünlüğü ve yakınlığı temel almış olup farklı coğrafi genişliklerde ele alınmaktadır.¹²⁰

¹¹⁸ TAYMAZ, 2001:27

¹¹⁹ SUNGUR, 2007:68

¹²⁰ ALBENİ, KARAÖZ, 2003:35

OECD, hem küresel ekonomik büyümenin hem de toplumsal yakınlaşma ve uyumun bölgelerin rekabet gücünün artmasına bağlı olduğunu vurgular. Yeniliği ve yatırımı tetikleyen karşılaştırmalı üstünlüklerin ulusal olduğu kadar bölgesel bir özellik olduğunun altını çizer. Bölgelerin küresel pazarda rekabet etmek için kendi varlıklarından, becerilerinden ve fikirlerinden yararlanmaları ve kullanılmayan potansiyellerini geliştirmeleri şarttır.¹²¹

Bölgenin yenilik potansiyeli firmalar ve firma dışında bölgede yenilikçiliği olumlu yönde etkileyecek etkileşimler içine girmesi olmaktadır. Burada hiyerarşik dört kavram ortaya çıkmaktadır:¹²²

- Bölgesel kümelenmeler
- Bölgesel yenilik ağları
- Bölgesel yenilik sistemi
- Öğrenen bölge

2.7. Kümelenmeler

Kümeler(clusters), belirli bir alanda, birbirleriyle tamamlayıcılık ve alt birim olma ilişkisi olan şirketlerin ve kurumların coğrafi olarak yakınlaşmasıdır. Ana düşünce, ulusal uyumlaştırma da dikkate alınarak, bölgesel düzeydeki birikimlerden hareketle özel yapılanmaların oluşturulmasıdır. Kümelenme sürecine dahil olan firmalar yenilik yeteneği kazanabilmektedir. Bilim ve teknoloji politikalarıyla gelen yenilik sürecine daha kolay adapte olmakta ve sistemi sindirebilmektedir. Belçika'daki enerji, IT, biyoteknoloji kümelenmesi, Kaliforniya'daki şarap, turizm, gıda kümelenmesi, Houston'daki yağ ve gaz kümelenmesi kümelere örnek verilebilir.¹²³

Kümelenmeler bağımsız firmaların, bilgi üreten kurumların (üniversiteler vb.) köprü kuruluşların (teknik veya danışmanlık hizmeti sunan kurumlar) ve müşterilerin katma değer üretirken bir üretim zinciri içerisinde oluşturdukları şebekelerdir.

¹²¹ OECD, Conclusions of the Chair, High level Meeting, Martigny, 2003

¹²² OĞUZTÜRK, 2003a:74

¹²³ A. ÖZDEMİR, **Ulusal İnovasyon Sistemi Türkiye Örneği**, Marmara Üniversitesi, S.Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008, s.25

Kümelenmeler kavramı, tüm bilgi paylaşma değişim biçimlerini içerisine aldığından, firma şebekeleri kavramın ötesinde bir boyuta sahiptir.¹²⁴

Kümelenme anlayışı, endüstrilerin, diğer bölgelerin aksine belirli bölgelerde gelişmelerinin sebebinin yalnızca ekonomik faktörlerle açıklanamayacağına işaret etmektedir. Bu bağlamda, kümelenme yaklaşımı, bölgesel odaklanmaların nedenleri arasında araştırma ve yeniliğin yanı sıra nitelikli işgücü, kaliteli eğitim ve yatırım kapitalinden söz etmektedir.¹²⁵

2.8. Sosyal Sermaye Bağlamında Yenilikçi Oluşumlar

Çalışmanın bu bölümünde, kavramsal çerçevesini ele aldığımız sosyal sermaye ve yenilik kavramları bir arada değerlendirilecektir. Güçlü toplumsal ağların, güven düzeyinin, işbirliği ve yardımlaşma seviyesinin bir toplumda, bölgede ya da firmalarda yenilikçilik kültürüne katkısının boyutu bu bölümde irdelenecektir.

Putnam'ın şimdiden bir klasik haline gelmiş “Making on Democracy Work” adlı çalışmasının giriş cümlesi şöyle der: “Neden bazı hükümetler başarılıdır ve diğerleri değildir?” Putnam bu çalışmasında, daha önce değinildiği üzere İtalya’da yerel yönetimlerin performansları arasındaki farklılıkların temel nedenini sivil örgütlerin etkinliğine bağlamıştır. Bir başka deyişle bölgeler arasındaki sosyal sermaye düzeyi farkı, bölgelerin demokrasi kültürü ve yönetim performansını doğrudan etkilemekte, söz konusu soruya cevap vermektedir. Aynı soru yenilikçilik kültürü ve yenilikçi oluşumlar açısından sorulduğunda cevap ne olacaktır? Acaba bir toplumun veya bölgenin yenilikçilik kültüründe güvene dayalı ilişkilerin, yardımlaşma ve işbirliğinin ne derecede katkısı vardır? Ya da başka bir ifadeyle yenilikçi oluşumlarda sosyal sermayenin rolü nedir? Bu noktada bir yenilik sisteminin başarılı olabilmesi için uygulandığı ülke ya da bölgede ilişkilerin kalitesi de önem kazanmaktadır.

Danimarka, İrlanda ve Galler’de yapılan geniş kapsamlı araştırma sosyal sermayenin yüksek performans, yenilik ve bilgi yoğunluğu ile uyumlu olduğunu

¹²⁴ OĞUZTÜRK, 2003a:46

¹²⁵ H. ERASLAN, M. BULU ve İ. BAKAN, **Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar**, http://www.urak.org/urak_yayinlar/urak_kumelenme_inovasyon.pdf Erişim: 3.6.2010.

göstermiştir. Philip Cooke ve Nick Clifton yönetiminde yapılan araştırmada; hükümet programlarının yenilik yaratma kapasitesini geliştirme amacıyla, KOBİ'ler arasında sosyal sermayeyi (KOBİ'ler arasındaki ağları destekleyerek) arttırma yoluyla, işbirliğini yükseltme oranını incelemiştir. Philip Cooke ve Nick Clifton'a göre "sosyal sermaye ekonomi dünyasında iş yapmaya girişte bir tür bilettir."¹²⁶

Ayrıca Cooke tarafından, sosyal sermayenin KOBİ performansına etkileri üzerine daha fazla kanıt, İngiltere'de on iki bölge üzerinde yaptığı araştırma ile temin edilmiştir. Yazar, sosyal sermaye göstergelerini ekonomik performans göstergeleri (karlılık, iş hacmi, yenilik, istihdam) ile bir araya getiren büyük ölçekli araştırmaya rehberlik yapmıştır. Bu çalışmanın önemi, sosyal sermayenin yenilik ve performans gelişiminde önemli bir etken olduğunu göstermesinden kaynaklanmaktadır. Ama bu durum özellikle, bir iş daha az yerel odaklı ve daha fazla uluslar arası yöne sahip olduğunda doğrudur. Sosyal sermaye aynı zamanda ekonominin daha düşük performans gösteren bölgelerinde oldukça değerli görülür ama ekonomik performansın gelişimine yol açmaya yeterli bir değişken değildir.¹²⁷

Fisher'e göre,¹²⁸ uyumlu bir yenilik sistemi bünyesinde aşağıdaki unsurları barındırabilmektedir:

- Müşteri-üretici ilişkileri: Üretici firmalar, dağıtıcılar, perakendeciler ve son kullanıcılar arasındaki ilişkiler.
- Üretici-tedarikçi arasındaki ilişkiler: imalatçı ve ara malı sağlayan firmalar arasındaki ilişkiler.
- Üretici-hizmet tedarikçileri arasındaki ilişkiler: üretici ve hizmet sağlayıcılar (bilgisayar ve ilişkili hizmetler, teknik danışmanlık, iş ve idari danışmanlıklar gibi) arasındaki ilişkiler.
- Üreticiler, şebekeleşme ve ilişkiler: Rekabet halindeki firmaların ürün portföylerini geliştirmek ve daha geniş coğrafyalara açılma için üretim kapasitelerini, finansal ve insan kaynaklarını bir araya getirmeleridir.

¹²⁶ KOSGEB, 2005:18

¹²⁷ OECD, 2007:35

¹²⁸ FISHER, 2001

- **Bilim-endüstri işbirliği:** Üniversiteler ve endüstriyel firmalar arasında değişik düzeylerde işbirlikleri gerçekleştirilmektedir. Bu işbirlikleri danışmanlık hizmetleri, ortak Ar-Ge projeleri gibi farklı pek çok düzeyde olmaktadır.

Fisher'in bu görüşünü detaylandırarak olursak, bu noktada bir yenilik sisteminin başarılı olabilmesi için uygulandığı ülke ya da bölgede ilişkilerin kalitesi de önem kazanmaktadır.

İşletmeler yenilik sürecinde, birçok alanda teknik bilgiye sahip olmak zorundadır. Ancak bir işletmenin her alanda derinlemesine teknik donanım ve bilgiye sahip olması mümkün değildir. Firma dışından sağlanan bilgiler firmanın yenilikçi yapısına katkı sağlamaktadır.

Müşteriler, işletmelere yeni ürün tekliflerinde bulunabilir veya mevcut ürünün yeniden tasarlanmasına yönelik fikir verebilirler. Müşteri farkındalığının artması, müşterileri yalnızca fikirler için değil, yeni ürün konseptleri ve çözümler için de değerli bir kaynak haline getirmiştir.¹²⁹ Yeni pazarlama yöntemlerinin ve tasarımların oluşturulması veya mevcut sistemlerin geliştirilmesi ile işletmenin rekabet gücünün yükseltilmesi yenilik süreci ile gerçekleştirilmektedir. İlişkisel sermayenin yeniliğe katkısı, yeni ürünün geliştirilmesi sürecinde fikirlerinin alınması, memnuniyetlerin belirlenmesi, geriye dönük bilgilendirmeler ile müşteri memnuniyetinin sağlanması ile satış hacmini artıracak yeni uygulamaları başlatmaktır. Müşteriler, önemli birer yenilik kaynağı olarak var olan ürünlerin eksik kalmasından dolayı kendi faydalarına yönelik ancak işletme için bir yenilik faaliyeti gerçekleştirebilmektedir.¹³⁰

Alıcıların tedarikçilerle veya tedarikçilerin alıcılarla olan ilişkileri günümüz şartlarında büyük bir öneme sahiptir. Küresel piyasa şartları işletmelerin tek başlarına rekabet etmeleri yerine, tedarikçilerini de kapsayan bir zincir formundaki yapı ile rekabet etmelerini zorlamaktadır. Dolayısıyla işletmelerin işbirlikçi bir yapı oluşturmaları rekabetçi yeteneklerini güçlendirmeleri bakımından büyük bir öneme sahiptir. Tedarikçi işletmelerin ürün yenilik faaliyetlerine katılımı hem yeni ürün

¹²⁹ C. TORAMAN, H. ABDİOĞLU ve B. İŞGÜDEN, İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi** (C.X I, S I), 2009, s.109

¹³⁰ E.V. HIPPEL, **The Sources of Innovation**, Oxford University Pres, 1998, s. 11.

başarısı hem de işletmenin finansal ve genel performansı için büyük bir öneme sahiptir. Ancak işletmelerin ürün yenilik faaliyetlerine erken aşamada katılmaları bu sürecin etkinliğini önemli ölçüde artıracaktır. Dolayısıyla işletmelerin ürün yenilik faaliyetlerine katılımı erken aşamadan itibaren sağlanmalıdır.¹³¹

Firma dışından sağlanan yenilikçi bilgi kaynaklarından birisi de üniversitelerdir. Üniversite-sanayi işbirliği, AR-GE olanaklarını artırmak ve bu amaçla üniversitenin insan gücü ile araç-gereç olanaklarından sanayinin ileri teknoloji alanlarında ortak araştırmalara girilerek, sanayinin deneyimlerinden ve birikimlerinden üniversitenin yararlanmasını sağlamak olarak tanımlanabilir. Başka bir ifadeyle bu işbirliği, üniversitedeki mevcut bilgi potansiyeli, yetişmiş insan gücü ile sanayinin deneyim ve finansman gücünün bir sistem bütünlüğünde bilimsel, teknolojik, ekonomik ve eğitsel etkinlikleri gerçekleştirmeyi amaçlayan bir mekanizmadır.¹³² Üniversite sanayi ilişkileri; aynı zamanda, akademik araştırmalar ve piyasa uygulamaları arasındaki boşluğun doldurulmasında da yardımcı olmaktadır. Taraflar açısından sunduğu avantajlara bakıldığında; firmalar, üniversite ile işbirliği sayesinde;¹³³

- a. Temel ve uygulamalı araştırma sonuçlarına erişebilir.
- b. Ekonomik açıdan konuyla ilgili bilimsel ve teknolojik bilgiye erişebilir.
- c. Prototipleri (ilk örnekleri) geliştirebilir ve test edebilir.
- d. Orta veya uzun dönem perspektifler kazanabilir.
- e. Spesifik problemlerin ve yeni ürünlerin özelliklerini çözmede destek alabilir
- f. Pek çok kaliteli insan kaynağına ulaşabilir.

Firmalar arası ittifaklar/birleşmeler, endüstri yapısına yeni bir görünüm kazandıran yenilikçi faaliyetlerin önemli bir organizasyon biçimi olarak görülmektedir. Firmalar arası ittifakları incelemek amacıyla ağbağ yaklaşımı ekonomik düşüncede nadir kullanılmakla birlikte, sosyal ve ekonomik ağbağların

¹³¹ V. ÇAĞLIYAN, **Yenilikçilik, Tedarikçi Katılımı ve İşletme Performansı Üzerine Değer Zinciri Yönetimi Temelli Bir Yaklaşım: Otomotiv Sektöründe Görgül Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2009, s.276

¹³² M. KÜÇÜKÇİRKİN, **Üniversite-Sanayi İşbirliği**, TOBB Yayın No: Genel 158; AR-GE 68, Ankara, Afşaroğlu Matbaası, 1990, s.6

¹³³ SUNGUR:102

kümülatif ekonomik sonuçların belirlenmesinde etkili olduklarının farkına varılmasıyla birlikte son zamanlarda popülerite kazanmaya başlamıştır. Gay ve Dousset'e göre; "firmaları ve firmalar arası etkileşimleri temsil eden, bağlantılar (işbirliği) ile birbirine bağlanmış düğümler (firmalar) topluluğudur".¹³⁴

Bölgesel Yenilik sistemlerinin başarısında, firmalar arası ağbağlaşmanın (*networking*) önemli bir payı bulunmaktadır. Çünkü ağlar, bilgi değişiminin temel yoludur. Firmalar, ağlar sayesinde dışsallıklardan yararlanabilmektedirler. Yapılan birçok çalışmada yenilik yeteneği ile ağbağlaşma arasında önemli bir ilişki olduğu gözlenmiştir.¹³⁵

Onur SUNGUR, 2007 yılında yapmış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında, bu çalışma ile yakın ilişkide olan "ağbağlaşma ile yenilik" arasındaki ilişkiyi teorik açıdan ele almış ve çalışmasını Burdur, Isparta ve Antalya'yı kapsayan ampirik bir çalışma ile neticelendirmiştir.¹³⁶ Çalışma, bölgedeki yerel paydaşlar ile firmaların işbirliği düzeyini araştırmakta, bu düzeyin yenilik sürecine katkısı ele alınmaktadır. Araştırmanın sonucuna göre, 3 ilde de yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte aktörlerle işbirliği düzeyi oldukça düşüktür. Bununla birlikte; Burdur ili, yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte aktörlerle işbirliği açısından en başarılı il olmuştur. Bölgesel düzeyde işbirliği, yerel işbirliğinden daha kötü durumdadır. Firmaların, yerel aktörlerle olan işbirliği düzeyleri görece olarak daha iyi iken, bölgesel düzeyde işbirliğinde düşüşler görülmüştür.

Öte yandan yenilik yapma becerisi ve bu becerilerin gerçekleştirilmesi konusuna sosyolojik açıdan bakıldığında, sosyal sermayeye karşı negatif yorumlar da mevcuttur. Yenilik ve icat konusunda zayıf sosyal ağların bazı durumlarda avantaja dönüşeceği literatürde mevcuttur.¹³⁷ Florida'ya göre güçlü yerel ağlar ve ileri işbirlikleri yenilik sürecinde yaratıcılık özelliğini zayıflatarak, kişi ve firmaları taklitçiliğe yöneltebilir.

¹³⁴ B. GAY ve B. DOUSSET, "Innovation and Network Structural Dynamics: Study of the Alliance Network of a Major Sector of the Biotechnology Industry", **Research Policy**, 34, 2005, s. 1457

¹³⁵ SUNGUR, 2007:113

¹³⁶ SUNGUR, 2007, A.g.e

¹³⁷ FLORIDA, 2002, A.g.e.

Ekonomik kuruluşlarla diğer kuruluşlarını yapma becerileri birbirinden farklı ve çok çeşitlidir. Bu konu, bölgeler ve şirketler bazında ulusal ekonomiyi de ilgilendirir. Örneğin, kişi başına düşen GSMH ile ilgili yapılan çalışmalar, farklılıkları sadece klasik ekonomi kaynakları ile yani doğal kaynaklarla, işçi ve sermaye çıktısı ile açıklamanın mümkün olmadığını göstermiştir. Bir firmanın başarısı genellikle talep-arz gücü ve şirketin sahip olduğu kaynaklar ile açıklanır. Fakat burada bile performanstaki çeşitlilikler oldukça çoktur. Kar amacı gütmeyen kuruluşların başarısını açıklamak daha da zordur.¹³⁸

¹³⁸ KOSGEB, 2005:19

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BURDUR İLİNDE, YENİLİKÇİ OLUŞUMLARDA SOSYAL SERMAYENİN ROLÜ VE BİLGİ PAYLAŞIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

3.1. Burdur İli Üzerine Ekonomik ve Sosyal Bilgiler

3.1.1. Coğrafi Özellikler

Burdur ili; Güney-Batı Anadolu'da, Göller Bölgesi olarak da adlandırılan Batı Akdeniz Bölgesinde yer alır. Yüzölçümü 6.887 km² olup, ülke topraklarının % 0.88'ini kaplamaktadır. İlin doğusunda ve güneyinde Antalya, güney batısında Muğla, batısında Denizli, kuzeyinde Afyon ve Isparta illeri bulunmaktadır. Kütahya, Afyon ve Isparta illerini Antalya Limanına bağlayan yollar üzerindeki konumuyla Burdur, Batı ve Orta Anadolu'nun Güneybatı Anadolu ile ilişkisini sağlamaktadır.¹³⁹

Genel olarak Torosların iç kısmında yer alan Burdur, dalgalı plato görünümündedir. Yüzey şekilleri açısından; İl topraklarını çevreleyen dağlar ve aralarına sıkışmış düzlükler, güney ve güneydoğudaki yüksek yaylalar ve güneybatıdaki taban kesimi ovalık engebeli plato olmak üzere üç ana bölüme ayrılabilir. İl arazisinin yüzde 60.6'sı dağlık alan, yüzde 2.7'si yayla, yüzde 19'u ova ve yüzde 17.6'sı ise platodur. İl toprakları tektonik ve karstik çöküntü alanlarını kapsamaktadır. Bu nedenle sularla dolu çöküntü çanaklarının, vadilerin, mağaraların, inlerin ve dehlizlerin bulunduğu bölge göller bölgesi adını almıştır.¹⁴⁰

Ege, Akdeniz ve Orta Anadolu arasında bir geçit alanı olması nedeniyle Burdur iklimi değişik bir karakter gösterir. Güneybatı ve batıda yükselen dağlar, denizlerden gelen ılık ve nemli havanın iç kısımlara girmesine engel olur. İç kısımlarda yer yer yükselen dağlar ve tepeler de iklimi biraz sertleştirir. Burdur'da iklim yazları sıcak, kışları soğuk kara iklimi gösterse de yağış bakımından Akdeniz iklimini andırır. Yıllık ortalama sıcaklık derecesi 13.2°C'dir. En sıcak ay ortalaması

¹³⁹ DPT, **Burdur İli Raporu**, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Yayın No. DPT:2463, Eylül 1996, s. 3

¹⁴⁰ DPT, 1996:3

24.8oC, en soğuk ay ortalaması 0.20C'dir. Burdur ili merkezinde yıllık yağış tutarı 241.5 milimetredir. İlde rakım 500 metreden 1400 metreye değişir.¹⁴¹

3.1.2. Nüfus

Burdur ilinin nüfusu, 1985-1990 yılları arasında % 2.7 artmıştır. Aynı dönemde, il ve ilçe merkezlerinde yaşayan nüfusun toplam nüfus içerisindeki payının % 30 artmış olması, buna karşın köylerde yaşayan nüfusun % 15 azalmış olması geç de olsa ilin, kentleşme olgusunu yaşamaya başladığının en önemli kanıtıdır. 2000 yılında yapılan Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre Burdur ilinin 1990-2000 döneminde yıllık nüfus artış oranı % 1.158'dir ve bu oran Türkiye'nin yıllık nüfus artış oranı olan % 2.726'nın çok altındadır. Burdur'un yıllık nüfus artış hızının Türkiye ortalamasının altında kalmış olmasının sebebi, ilden diğer illere doğru olan nüfus hareketidir. Burdur'da kentleşmenin geniş alanlara yayıldığı ve kent merkezinin nüfus ve işgücünü yeterli ölçüde çekemediği anlaşılmaktadır.¹⁴²

2008 yılında yapılan, Türkiye İstatistik Kurumu verilerine dayanarak hazırlanmış olan Nüfus Sayımı sonuçlarına göre ilin nüfusu 247.437'dir. Şehirli nüfusun toplam nüfus içerisindeki payı % 59'dur. Burdur ilinin nüfus yoğunluğu 36'dır. 2007 yılında yapılan Genel Nüfus Sayımı sonuçlarına göre Burdur ilinin 2007-2008 döneminde yıllık nüfus artış oranı-%02 olarak belirlenmiştir.¹⁴³ Tablo 3.1'de 2008 yılı verilerine göre Burdur nüfusu görülmektedir.

¹⁴¹ DPT, 1996:6

¹⁴² BURDUR VALİLİĞİ, "Ekonomik ve Sosyal Yapı", Çevrimiçi: <http://www.burdur.gov.tr>, Erişim: 30.8.2010

¹⁴³ BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, **Burdur İl Çevre Durum Raporu**, 2009, s.327

Tablo 3.1. 2008 Yılı Verilerine Göre Burdur ve İlçeleri Nüfusu (Bin Kişi)

S.NO.		TOPLAM	ŞEHİR	KÖY
1	MERKEZ	95,27	70,16	25,12
2	AĞLASUN	9,5	4,25	5,25
3	ALTINYAYLA	5,61	3,31	2,3
4	BUCAK	58,84	35,62	23,22
5	ÇAVIDIR	13,07	3,12	9,95
6	ÇELTİKÇİ	6,35	2,27	4,08
7	GÖLHİSAR	21,24	13,5	7,74
8	KARAMANLI	7,82	5,21	2,62
9	KEMER	4,27	2,18	2,09
10	TEFENNİ	10,59	4,49	6,10
11	YEŞİLOVA	18,61	4,68	13,93
TOPLAM		251,18	148,79	102,39

Kaynak: Çevrimiçi: <http://burdur.meb.gov.tr/ilimizekososyal.html>.

3.1.3. Ekonomik Yapı

Burdur'da iktisadi olarak faal nüfusun yaklaşık % 61'i tarım sektörü (tarım ve hayvancılık) ile ormancılık sektöründe istihdam edilmektedir. Bu değerle Burdur, 76 il içinde 23. sırayı almaktadır.¹⁴⁴

3.1.3.1. Tarımsal Yapı

Burdur toplam yüzölçümü 713 500 hektardır. Tarım arazisi olarak ilin toplam arazisinin ancak % 29,41'ni kullanılabilmektedir. İlde 27 516 aile tarımla uğraşmakta ve tarım işletmeleri "Aile İşletmeciliği" şeklindedir. Kullanılabilir tarım arazisinin %43,63'ü cüce aile işletmeleri, %34,15'i küçük aile işletmeleri, %16,43'ü orta aile işletmeleri, geri kalan %5,9'unu büyük aile işletmeleri (101-500 da ve fazlası) oluşturmaktadır. Söz konusu işletmelerin %85'i yalnız sahip olduğu araziye işlemektedir. Gerisi ise arazilerini yarıcılık, ortakçılık ve kiracılıkla işletmektedir.¹⁴⁵

¹⁴⁴ DPT, 1996:9-10

¹⁴⁵ BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, 2009:266

İlin 209 828,1 ha'lık tarım arazisinin sulamaya elverişli kısmı 112 944 ha'dır. Ancak bugün fiilen sulanan alan 83 906 ha olup tarım arazisinin % 39,9'u sulanmaktadır. 2003 yılında D.S.İ. tarafından sulanan alanı 22.876 ha., Köy Hizmetlerince sulanan alan 25.314 ha , çiftçi tarafından 35 716 ha alan Kooperatiflerce 11.540 ha alan sulanmıştır. İlimiz tarım arazilerinin % 69,88'i tarla bitkileri (hububat, bakliyat, sanayi ve yem bitkileri) yetiştiriciliğinde, %10,64'ü bağ-bahçe olarak kullanılmakta, % 2,43'ü ise nadasa bırakılmaktadır.¹⁴⁶

3.1.3.2. Hayvancılık

Burdur'daki büyükbaş hayvanların %99'u kültür ırkı olup işletme tipi genelde aile hayvancılığı seklindedir. Barınakların büyük bir kısmı açık ve yarı açık sistemdedir. Ortalama süt verimleri bir laktasyonda 6.000 lt. civarındadır. İlde genelde süt sığırcılığı yapılmakta olup Holstayn ırkı sığırlar yetiştirilmektedir. İlde 29.764 işletmede 133.735 hayvan mevcuttur. İşletme başına düşen hayvan sayısı ortalama 5'dir. İşletmelerin 0-5 hayvan arası %70'i, 5-10 hayvan arası %14'ü, 15-25 hayvan %7 'i, 25-35 hayvan %6 yı, 35-100 hayvan arası %7'ye tekâmül etmektedir. İlde canlı hayvan ihracatı yoktur. Üretim faaliyetleri sırasında oluşan atıklar tarlalarda gübre olarak kullanılmakta veya çevre illere pazarlanmaktadır.¹⁴⁷

Küçükbaş hayvan varlığının büyük bölümünü kıl keçileri oluşturmaktadır. Koyun varlığının büyük bölümü ise akkaraman, ivesi ve bu iki ırkın melezleri oluşturmaktadır. İlde toplam 100.550 adet koyun 55.000 adet keçi mevcuttur. Üretim et –süt ve süt ürünleri olarak pazarlanmaktadır. Üretim faaliyetleri sırasında oluşan atıklar tarlalarda gübre olarak kullanılmakta veya çevre illere pazarlanmaktadır. Kanatlı işletmeleri ev tavukçuluğu seklindedir. 105.620 köy tavuğu mevcuttur. Ancak il genelinde 233.395 sayıdaki yumurta tavukçuluğu modern kümeslerde yapılmaktadır. Üretim faaliyetleri sırasında oluşan atıklar tarlalarda gübre olarak kullanılmakta veya çevre illere pazarlanmaktadır.¹⁴⁸

¹⁴⁶ BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, 2009:277

¹⁴⁷ BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, 2009:283

¹⁴⁸ BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, 2009:284

3.1.3.3. Endüstriyel Yapı

Burdur ilinde özel sektör yatırımları genel olarak gıda ağırlıklı olmakla beraber, tarım makineleri, toprak sanayi, otomotiv yan sanayi, orman ürünleri, mermer ve av silahları üzerinde yoğunlaşmıştır.

Burdur'daki özel sektör yatırımları gıda ağırlıklı olmakla birlikte tarım makineleri, toprak sanayi, otomotiv yan sanayi, orman ürünleri, mermer ve av silahları alanlarında da yatırım mevcuttur. İmalat sanayi yıllık çalışanlar ortalama sayısı ve kurulu güç miktarı açısından 47. Sırada ve komşu iller arasında son sıradadır. İmalat sanayi açısından komşu illere kıyasla geri bir konumda olan Burdur, kişi başına imalat sanayi katma değerinde 18. sıradaki yeri ile komşu illeri geride bırakmaktadır.¹⁴⁹

Kuruluşuna 1982 yılında başlanan ve 1993 yılında biten Burdur Organize Sanayi Bölgesi; kurulacak sanayi yapılarına altyapısı hazır sanayi arsaları oluşturmak, sanayinin cinsinin, yerinin, işletmesinin kontrollü olarak gelişmesini sağlamak, birbiri tamamlayan organize sanayi topluluğu oluşturmak, imalat maliyetini düşürmek ve çevreyi korumak gibi ana amaçları gerçekleştirecek şekilde faaliyetlerini sürdürmektedir.¹⁵⁰

DPT'nin 2004 yılı "**İlçelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırmasına**" göre 885 il merkezi ve ilçeler içinde Burdur-Merkez 60., Bucak 132., Gölhisar 144., Karamanlı 144., Tefenni 264., Ağlasun 308., Yeşilova 362., 380., Çeltikçi 443., Çavdır 446., Altınyayla 465., Kemer 507. sıradadır.¹⁵¹

3.1.4. Eğitim

İlde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı olarak 153 ilköğretim Okulu, 153 Anasınıfı, 12 Bağımsız Anaokulu, Ortaöğretimde; 15 Genel, 19 Meslek, 4 Anadolu, 2 Anadolu Öğretmen ve 1 Fen Lisesi olmak üzere toplam 41 Lise bulunmaktadır. İldeki okullarda okul öncesinde 3654 öğrenci, 247 öğretmen, ilköğretim okullarında 27598 öğrenci, 1745 öğretmen, orta öğretimde 11078 öğrenci, 974 öğretmen vardır.

¹⁴⁹ DPT, 1996:6

¹⁵⁰ BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, 2009:299

¹⁵¹ DPT, **İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması**, 2004

Sınıf başına düşen öğrenci sayısı: Okul öncesi %15, İlköğretim %17, Ortaöğretim %20'dir.

İlde okullaşma oranı: Okul öncesi öğretimde özellikle 6 yas grubunda % 86, ilköğretim % 97, ortaöğretim % 77, okuryazarlık oranı % 99'dur.

Öğretmen başına düşen öğrenci sayısı: Okul öncesi %15, ilköğretim %16, ortaöğretim %12'dir.

İlköğretimde taşınmalı sistem çerçevesinde,2008-2009 eğitim öğretim yılında il genelinde 200 yerleşim biriminden 49 taşıma merkezi okula 236 araçla 4067 öğrenci taşınmaktadır. Burdur'da Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi 2006 yılında kurulmuş olup, bünyesinde Eğitim Fakültesi, Veteriner Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Burdur Ağlasun, Bucak (3) ve Gölhisar Meslek Yüksekokulları ile Sağlık Yüksekokulu, bulundurmaktadır. Yeni Veteriner Fakültesi ve Teknoloji Fakültesi inşaatı 2010 yılında bitirilecektir. Ayrıca Fen Edebiyat Fakültesi inşaatına devam edilmektedir. Bu fakülte ve yüksekokullarda 327 akademik personel, 13397 öğrenci ve 168 idari personel bulunmaktadır. Fakülte ve yüksekokullardaki akademik ve idari personel ve öğrenci mevcudu aşağıda gösterilmiştir.¹⁵²

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı Burdur ilinde faaliyet gösteren yenilikçi firmaların, yenilik yapma sürecinde sosyal sermaye unsurlarını ne derecede kullandığını ortaya koymak ve yerel işbirliği düzeyindeki mevcut durumu analiz edebilmektir. Bu bağlamda, ilde faaliyet gösteren imalat sanayi işletmelerinin yenilikçi yapılarına etki eden ve ekonomik olmayan unsurların etkileşimleri incelenecektir. Araştırma aynı zamanda şu sorulara cevap aramaktadır:

- İldeki yenilikçi girişimcilerin genelleştirilmiş güven düzeyi ne durumdadır?
- İldeki yenilikçi firmaların, içsel ve dışsal sosyal sermaye yaklaşımları açısından sosyal sermaye düzeyleri arasında bir fark var mıdır?
- İldeki yenilikçi firmaların yenilik vizyonu ne durumdadır?
- İldeki yenilikçi oluşumlara diğer yerel aktörlerin katkısı ne kadardır?

¹⁵² BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, 2009:320

3.3. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma, tamamı Burdur ilinde yer alan, imalat sanayinde faaliyet gösteren yenilikçi yapıdaki firmaları kapsamaktadır. Bu amaçla, Türk Patent Enstitüsünden, son 5 yıl içerisinde, Burdur ilinde patent ve faydalı model almış firmaların bir listesi alınmıştır. Ayrıca ilde faaliyet gösteren, ilde ya da bölgede kendi sektöründe ön plana çıkan firmalar dikkate alınmıştır. Bunun sonucunda 36 firma ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada anket yöntemi uygulanmıştır. Anket üç ana bölümden oluşmaktadır.

- İlk bölümde katılımcıya yönelik demografik sorular ve firmanın genel özelliklerini ortaya koyan sorular bulunmaktadır.
- İkinci bölümde firmanın yenilikçi yapısını, firmanın yaptığı yeniliğin bölgesel ve ulusal önemini ortaya koyan ve firmanın yenilik vizyonunu araştıran sorular bulunmaktadır.
- Üçüncü bölümde ise katılımcının sosyal sermaye unsurlarını sosyal ve ekonomik yaşamda ne derecede kullandığını, bölgesel işbirliği ve diğer aktörlere duyulan güven düzeyini ölçmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Bu bölümdeki bazı sorular katılımcının değişik gruplara güvenme eğilimini, bazıları katılımcının işini geliştirmesine yönelik girişimcilik düzeyini, bazıları ise sosyal sermayenin ekonomik kalkınmaya pozitif etkilerinin işletmede bulunup bulunmadığının anlaşılmasına yönelik sorulardır.

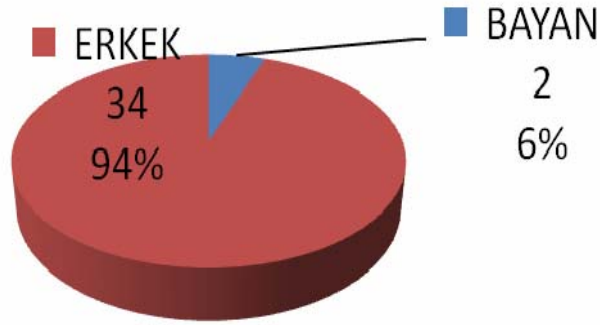
Anket sorularının hazırlanmasında sosyal sermaye ve yenilik ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar araştırılmış ve bu çalışmalardan faydalanılmıştır. Anketin ikinci bölümündeki bazı soruların hazırlanmasında Oğuztürk'ün (2003) çalışmasından, üçüncü bölümdeki bazı soruların hazırlanmasında ise Erselcan'ın (2009) çalışmasından faydalanılmıştır. Yapılan anket çalışması ankete katılan firmaların soruları en iyi şekilde cevaplayabilmeleri amacıyla tek elden ve yüz yüze görüşmeler neticesi yapılmıştır. Bu nedenle yapılan çalışma aynı zamanda mülakat içerikli olup yer yer anket formunda yer almayan konu ve görüşler dikkate alınmıştır.

3.5. Araştırma Bulguları

3.5.1. Araştırmaya Katılan Firma ve Katılımcılara Yönelik Bilgiler

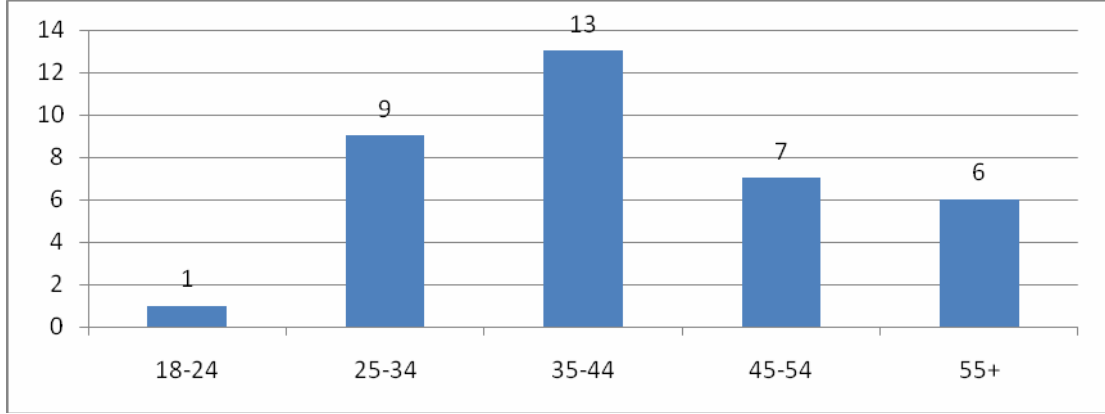
Çalışmanın bu kısmında araştırmanın yapıldığı katılımcılar hakkında genel demografik ve kişisel bulgulara yer verilecektir. Anket çalışmasının birinci bölümünde katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi özelliklerini ortaya koyan sorular olduğu gibi firmaların kapasite büyüklüğünü ve faaliyet alanını açıklayan sorular da bulunmaktadır.

Şekil 3.1'den izleneceği üzere katılımcıların %94'ü erkek, %6'sı bayandır. Bayan sayısının az olması ülkemizin genel sorunlarından birisi olan kadınların iş yaşamına entegrasyonunun bir parçası olarak görülebilir.



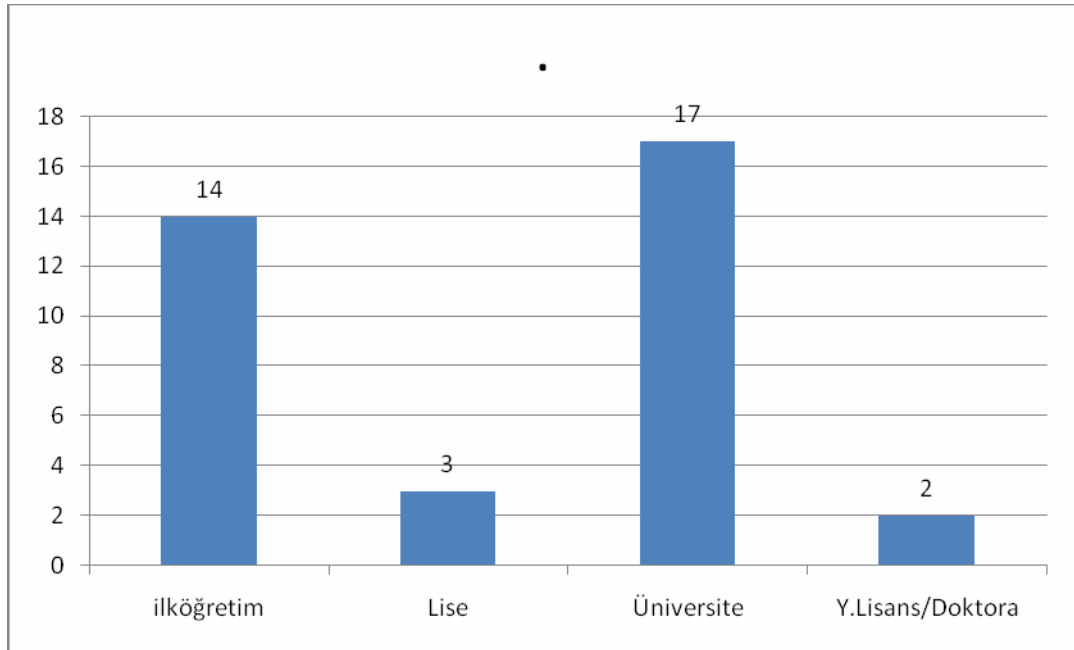
Şekil 3.1. Ankete Katılanların Cinsiyet Dağılımı

Şekil 3.2'de görüldüğü üzere katılımcıların büyük bir çoğunluğu 35-44 yaş arası kişilerden oluşmaktadır(%36). Katılımcıların %25'i ise 25-34 yaş grubunda bulunmaktadır. Bu durumda katılımcıların büyük bir çoğunluğun iş yaşamı açısından genç olduğu söylenebilir.



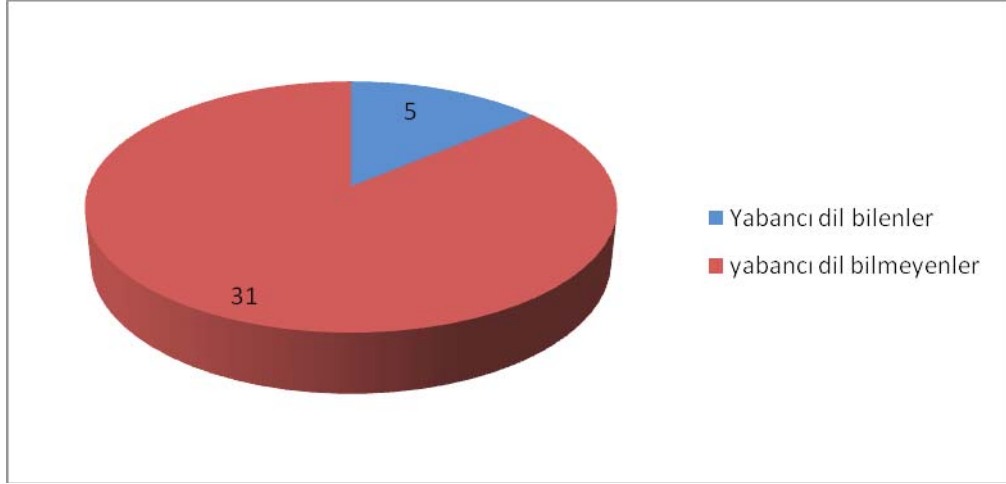
Şekil 3.2. Ankete Katılanların Yaş Dağılımı

Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde yaklaşık %47'sinin üniversite mezunu, yaklaşık %5.5'inin lisansüstü düzeyde eğitim aldığı görülmektedir. İlginç bir şekilde katılımcıların önemli bir kısmı sadece ilköğretim mezunudur.



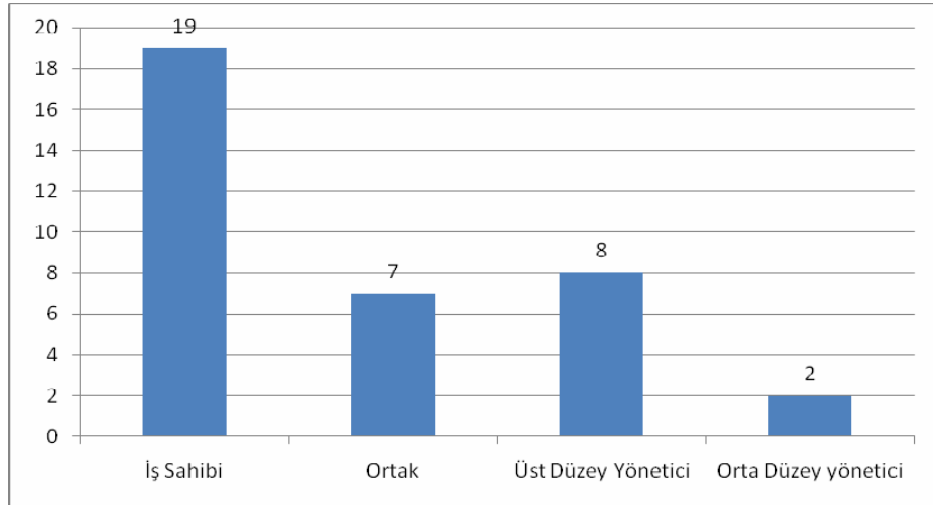
Şekil 3.3. Ankete Katılanların Eğitim Düzeyleri

Yabancı dil bilme ve bu özelliği kullanma özellikle yenilik yaratma ve takip etme konusunda firma performansını önemli derecede etkileyen bir unsurdur. Katılımcılara ileri düzey yabancı dil bilip bilmedikleri sorulmuştur. Katılımcıların 7'si (yaklaşık %20) ileri düzeyde bir yabancı dil bilmektedir.



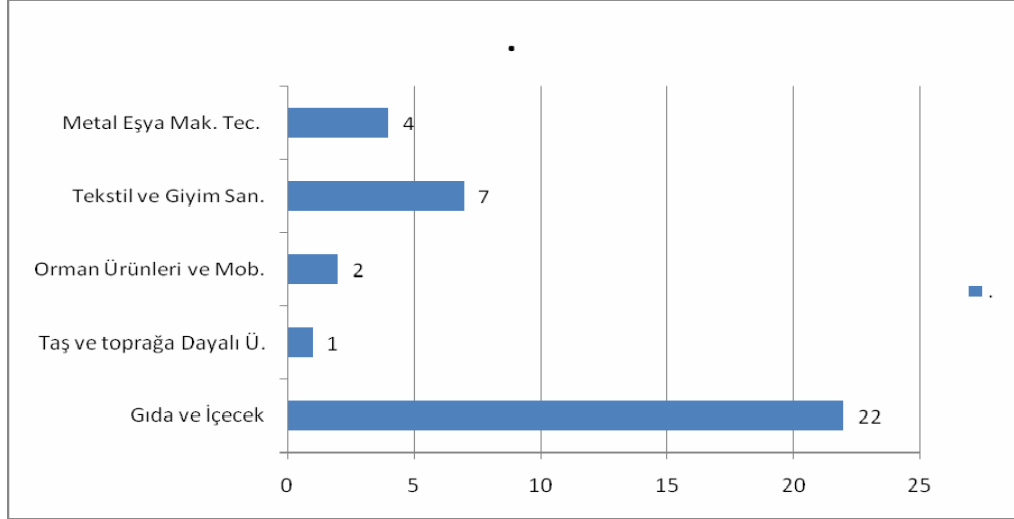
Şekil 3.4. Ankete Katılanlardan Yabancı Dil Bilenler

Anketin amacı gereği mümkün olduğunca iş sahibi ya da üst düzey yöneticilerle görüşülmeye çalışılmıştır. Bunu sonucunda görüşülen kişilerden büyük bir çoğunluğu (yaklaşık %72) iş sahibi ya da işyeri ortağıdır.



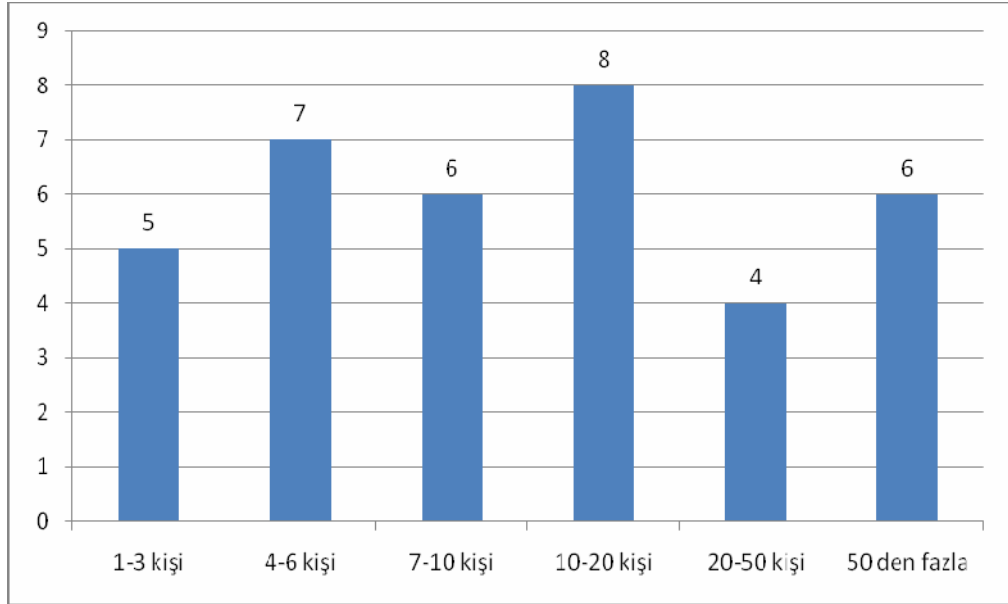
Şekil 3.5. Ankete katılanların işyerindeki pozisyonu

Ankete katılan firmaların faaliyet alanları şekil 3.6'da gösterilmiştir. Buna göre katılımcı firmaların çoğunluğu (%61) Metal Eşya-Makine-Teçhizat alanında faaliyet göstermektedir. Yine göze çarpan bir diğer faaliyet alanı ise Taş ve Toprağa Dayalı üretimde bulunan firmalardır. Katılımcı firmaların 7'si bu alanda faaliyet göstermektedir.



Şekil 3.6. Ankete Katılan Firmaların Sektörel Dağılımı

Öte yandan firmaların en önemli büyüklük göstergelerinden olan çalışan kişi sayısının katılımcı firmalara yönelik bulguları Şekil 3,7’de gösterilmiştir.



Şekil 3.7. Ankete Katılan Firmaların İstihdam Düzeyleri

3.5.2. Katılımcı Firmaların Yenilikçi Yapılarına Yönelik Sorular

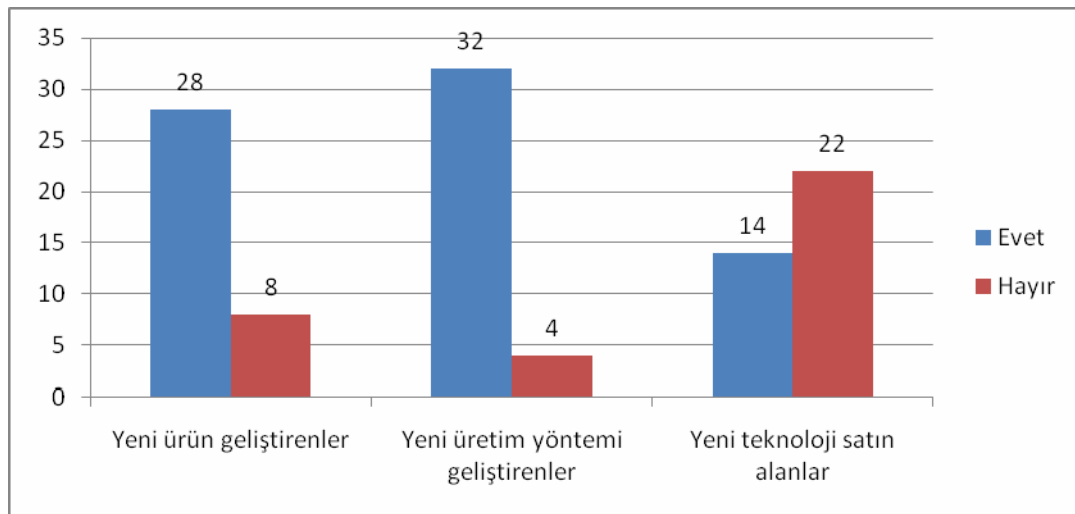
Bu bölümdeki bazı sorular firmaların mevcut yenilikçi yapılarını gözlemlemeye yönelik sorulardır. Kalan sorular ise firmaların yenilik vizyonu ve yenilikçi oluşumlara yönelik bakış açılarını tespit etmeye yöneliktir. Ayrıca

araştırmanın amacına uygun olarak firmaların yenilikçi yapıda olmasına uygun olması amacı ile firmaların yenilikçilik özelliğini ortaya koymak amacıyla başta aşağıda gösterilen 3 soru sorulmuştur:

Soru 1. İşletmeniz son 5 yıl içinde yeni bir ürün geliştirdi mi?

Soru 2. İşletmeniz son 5 yıl içinde yeni bir üretim yöntemi geliştirdi mi?

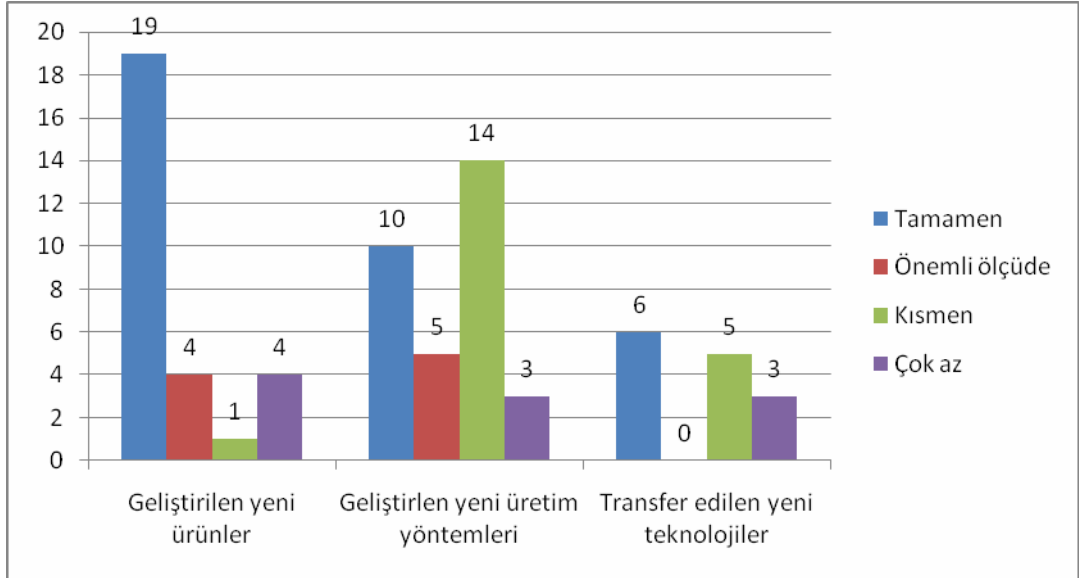
Soru 3. İşletmeniz son 5 yıl içinde bölgede bulunmayan yeni bir teknolojiyi bölge dışından satın aldı mı?



Şekil 3.8. Bölgedeki Toplam Yeniliklerin Seyri

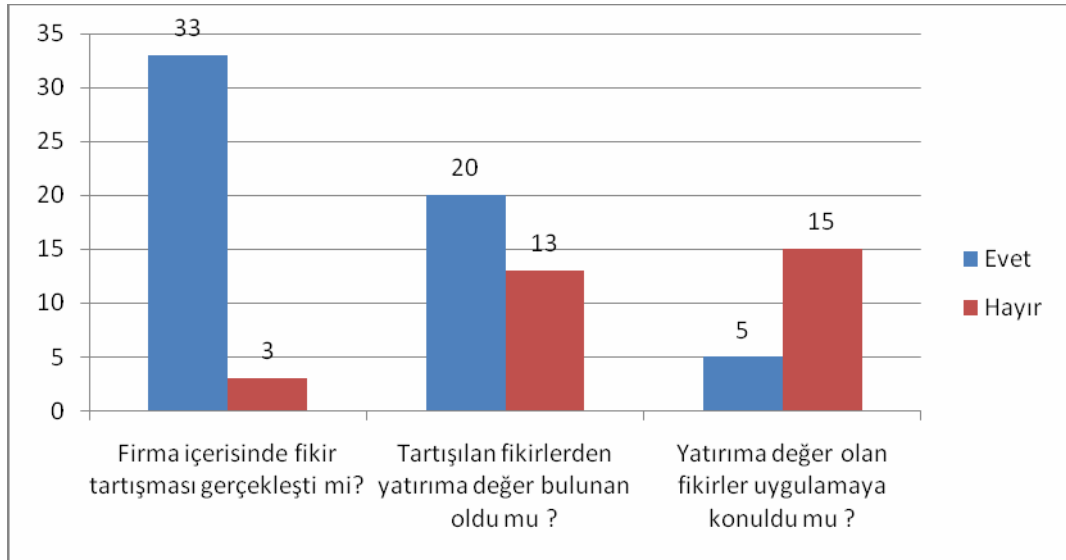
Bu bölümdeki soruların ilk üçü işletmelerin yenilikçi yapılarını belirlemeye ve bunu hangi şekilde gerçekleştirdiklerini öğrenmeye yöneliktir. Bu sorulara verilen cevaplarda ildeki işletmelerin % 78'i yeni ürün, % 89'u yeni üretim yöntemi geliştirdiğini, % 39'u son 5 yıl içinde yeni teknoloji transferi gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu üç soruya birden “hayır” cevabı veren firma yoktur. Bu noktada çalışmanın amacına uygun olarak anket çalışmasının yapıldığı işletmelerin büyük ölçüde yenilikçi yapıda işletmeler olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Yapılan yeniliklerin bölge açısından durumuna bakıldığında işletmelerin %68'i geliştirdikleri yeni ürünün bölgede tamamen yeni olduğunu ifade etmiştir. Geliştirilen yeni üretim yöntemlerinin % 31'i bölge açısından tamamen yenidir. Transfer edilen yeni teknolojilerin ise % 43'ü bölge açısından tamamen yeni olma özelliği taşımaktadır.



Şekil 3.9. Yapılan Yeniliklerin Bölgesel Açından Yeni Olma Düzeyi

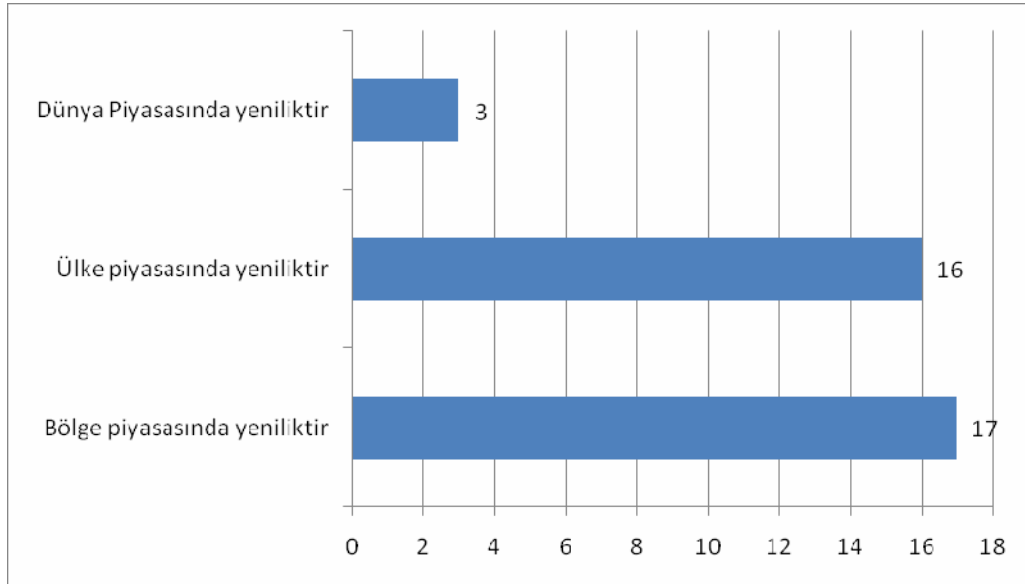
Bölgedeki firmaların yaklaşık % 92'si son bir yıl içinde firma içi fikir tartışması gerçekleştirmiş, yaklaşık % 61'i yatırıma değer bulunmuş ve yatırıma değer bulunan fikirlerin %25'i uygulamaya konulduğu gözlenmiştir.



Şekil 3.10. Firmaların Son 1 Yıl İçerisinde Yenilik Yapmaya İlişkin Tutumları

Yapılan yeniliklerin daha önce gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğini belirlemek, gerçekleştirildi ise bunun bölge genelinde mi, ülke genelinde mi yoksa dünya genelinde mi gerçekleştirildiğini belirlemek üzere sorulan soruya göre;

firmaların yaklaşık % 8'i yaptığı yeniliğin dünyada ilk defa kendileri tarafından gerçekleştirildiğini ifade etmiştir. İlde yapılan yeniliklerin yaklaşık % 47'si bölgesel bir yenilik iken, yaklaşık % 44'ü ülke genelinde bir yeniliktir.



Şekil 3.11. Firmalarda Gerçekleştirilen Yeniliklerin Boyutu

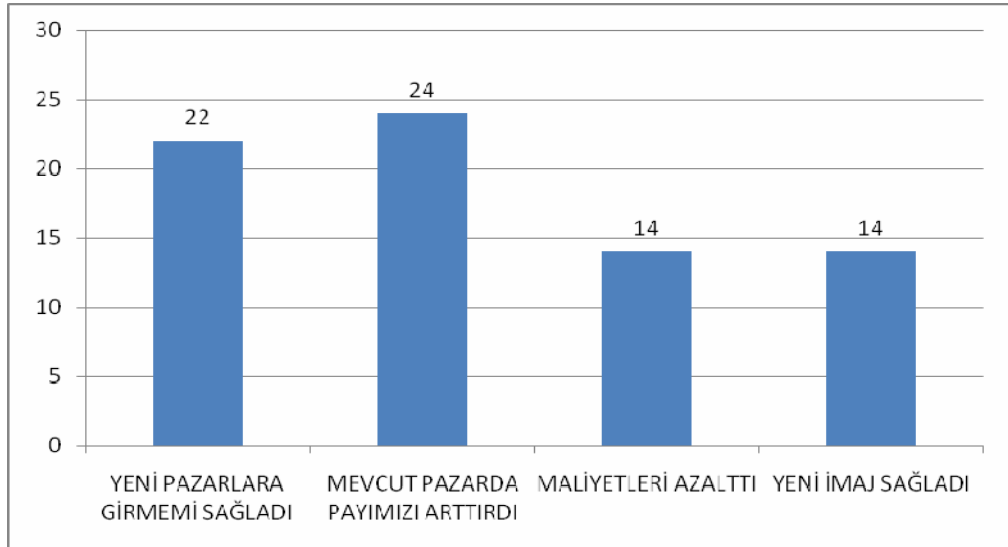
Ayrıca firmaların yenilik sürecindeki kullandıkları bilgi kaynaklarını ve kurumsal kaynakları belirlemeye yönelik sorunun cevapları sistematik şekilde Tablo 5.1'de gösterilmiştir.

Firmalar yapmış oldukları yenilikleri en fazla kendi kişisel ve firma düzeyindeki birikimlerine bağlamaktadır. Bunun ardından diğer önem arz eden etken ise firma içi Ar-Ge çalışmalarıdır. Üniversite ile işbirliği konusunda firmaların yenilik sürecinde üniversitelerden yeteri kadar faydalanmadıkları anlaşılmaktadır. Firmaların yaklaşık % 27'si üniversite işbirliğini yeniliklerine olan katkısını önemli görürken yaklaşık % 38'i önemsiz görmektedir. Ayrıca firmaların yenilik yapmasında patent hakkı almanın önemli bir dürtü olduğu anlaşılmaktadır. Firmaların yaklaşık % 52'si patent hakkını çok önemli bulmaktadır. (Tablo 3.2)

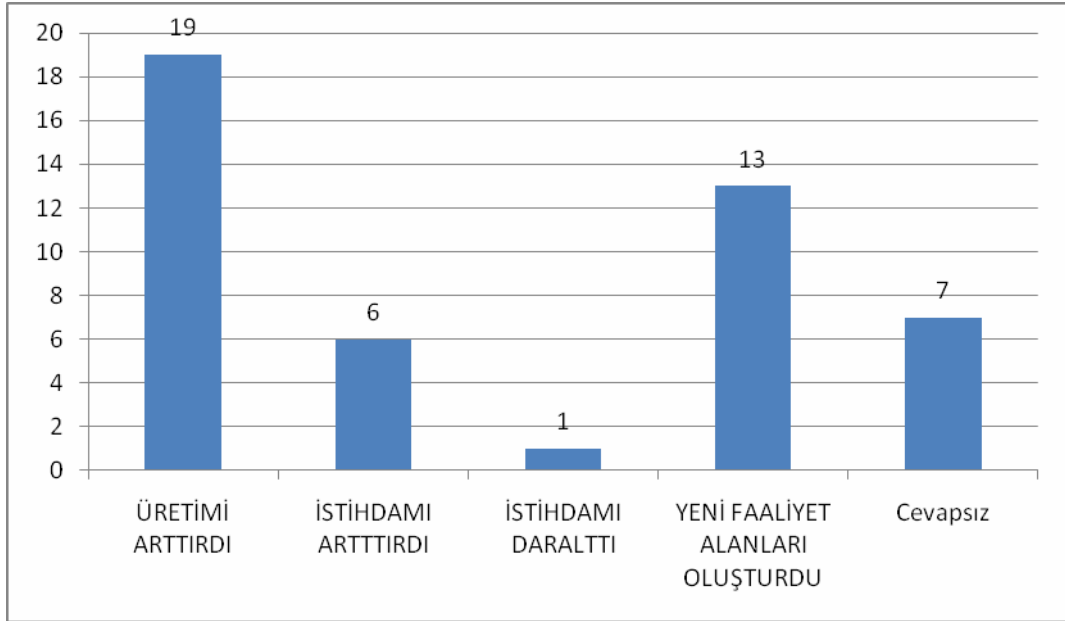
Tablo 3.2. Yapılan Yeniliklerin Gerçekleşmesini Sağlayan Faktörler

	Çok önemli		Önemli		Kısmen önemli		Önemsiz		Cevapsız	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Firmanın mevcut birikimi	23	64	11	30,5	2	5,5	0	0	0	0
Firma içi Ar-Ge çalışmaları	22	61,1	14	38,9	0	0	0	0	0	0
Firma dışı Ar-Ge çalışmaları	5	13,8	14	38,8	12	33,3	2	5,5	3	8,3
Üniversite ile işbirliği	2	5,5	10	27,7	7	19,4	14	38,8	3	8,3
Fuarlar	14	38,8	10	27,7	7	19,4	5	13,8	0	0
Patent hakkı	19	52,7	7	19,4	7	19,4	1	2,7	2	5,5

Gerçekleştirilen yeniliğin firmaya olan katkısını algılamaya yönelik de bir soru bulunmaktadır. Buna göre, katılımcılardan yapmış oldukları yeniliğin firmaları açısından sonucunu ifade etmeleri istenmiştir. Bu sayede yapılan yeniliklerin mahiyeti ve türü konusunda sayısal bir sonuca ulaşabilmek amaçlanmıştır. Cevaplar Şekil 3.12’te gösterilmiştir.

**Şekil 3.12. Yapılan Yeniliklerin Firmaya Etkileri**

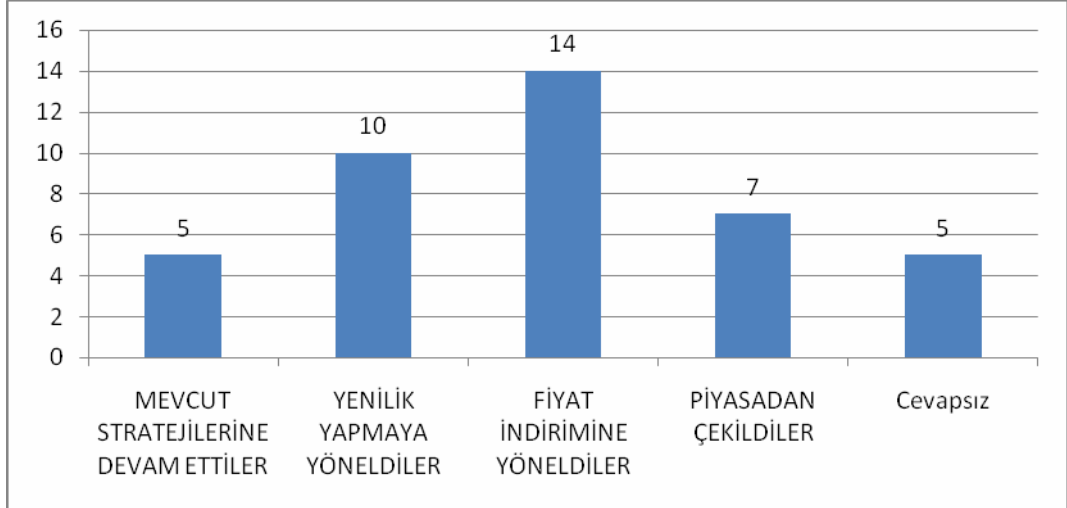
Yaptığınız yenilik firmanızı nasıl etkiledi sorusuna karşılık olarak firmaların yaklaşık % 61'i yeni pazarlara girmesini sağladığını, yaklaşık % 66'sı mevcut pazarda payının arttığını, yaklaşık % 38'inin maliyetlerini azalttığını belirtmiştir. Bu noktada bölgede yapılan yeniliklerin çoğunluğunun işletmelerin kârını arttırdığı sonucu çıkarılabilir. Yapılan yeniliklerin bölgesel sonuçları da Şekil 3.13 üzerinden izlenebilir.



Şekil 3.13. Yapılan Yeniliklerin Bölgeye Etkileri

Yapılan yeniliğin bölgeyi nasıl etkilediğine dair soru yöneltirken firma baz alınarak yöneltilmiştir. Bu soruya verilen cevaplar arasında en çok iştirak edilen seçenek yaklaşık % 52 ile üretimi artırdığı yönündedir. Yeniliklerin yaptığı diğer önemli bir etken de yaklaşık % 36 ile yeni faaliyet alanları oluşturmalarıdır.

Firmalar tarafından yapılan yeniliklerin rakip firmaları nasıl etkilediğine ilişkin soruya yaklaşık % 39'luk kısmı rakip firmaların fiyat indirimine yöneldiğini belirtmiştir. Firmaların yaklaşık % 28 i ise rakip firmaların yenilik yapmaya yöneldiğini ifade etmiştir.

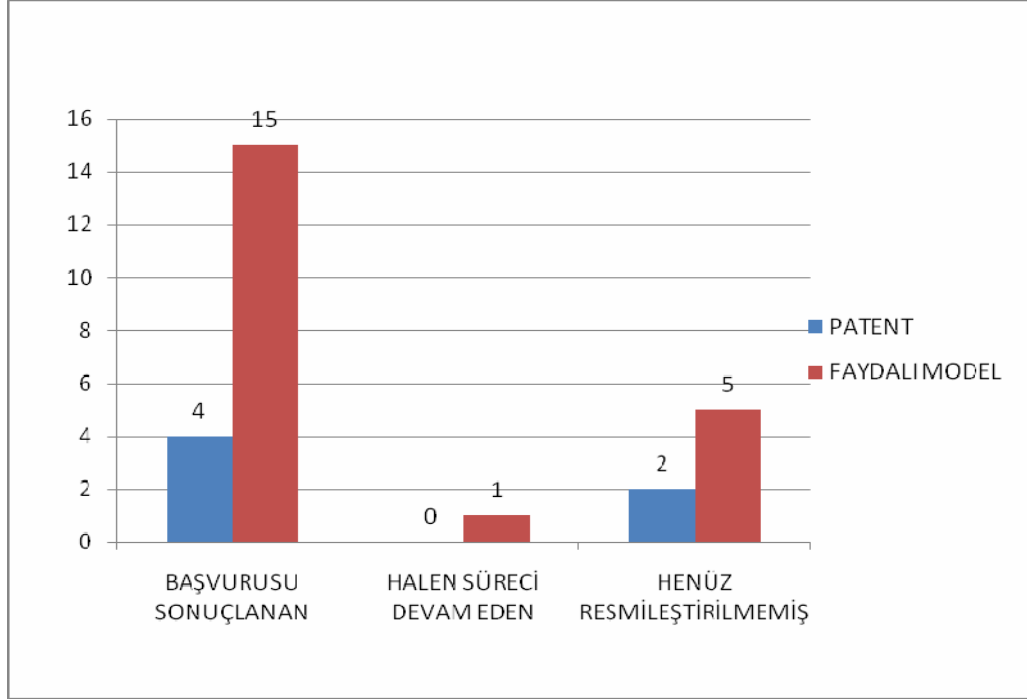


Şekil 3.14. Yeniliklerin Rakip Firmalara Etkileri

Bir başka önemli ve somut yenilikçilik göstergesi olan patent ve faydalı model sayısı katılımcı firmalar açısından Şekil 3.15'te gösterilmiştir.

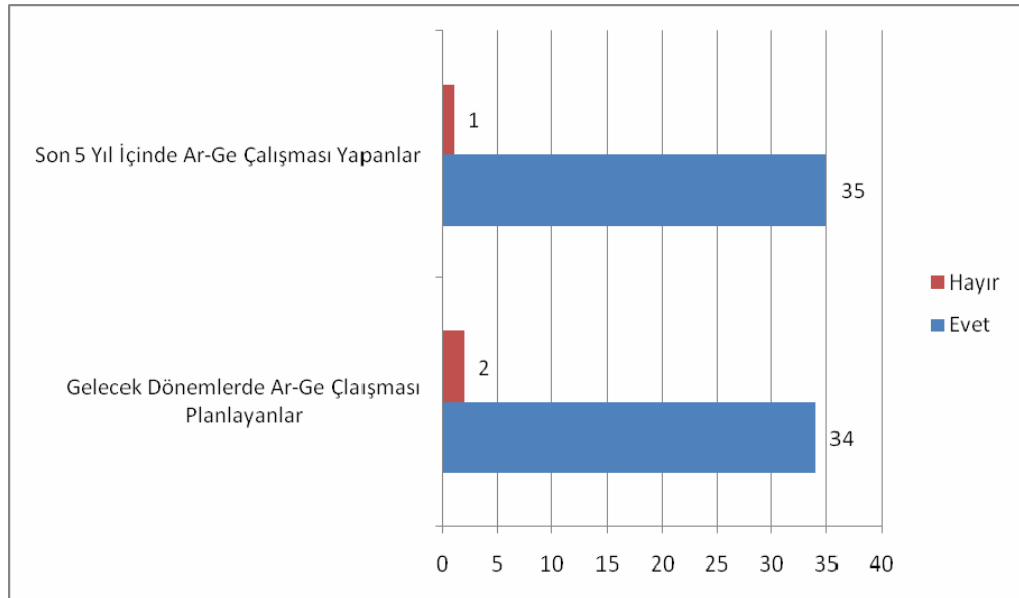
Anket çalışmasının yapıldığı firmaların 14'ünün faydalı model ya da patent aldığı belirlenmiştir. Bu 14 firmanın 10'u faydalı model alırken 4'ü patent sahibidir. Firmalardan alınan bilgilere göre halen başvuru süreci devam eden 1 faydalı model başvurusu vardır. Henüz resmileşmemiş ve proje aşamasında bulunan 2 patent 5 faydalı model çalışması devam etmektedir.

Görüşülen işletmelerden biri dışında hepsi son 5 yıl içinde Ar-Ge çalışması yaptığını belirtmiştir. 2 işletme kişisel sebeplerden ötürü gelecek dönemde Ar-Ge çalışması yapmayacağını belirtmiştir. Gelecek dönemlerde Ar-Ge çalışması yapmayı planlamayan katılımcılar bunun sebebini kişisel nedenlere bağlamaktadır. Bu iki firmanın dışındakiler gelecek dönemlerde Ar-Ge çalışması yapmayı planlamaktadır.

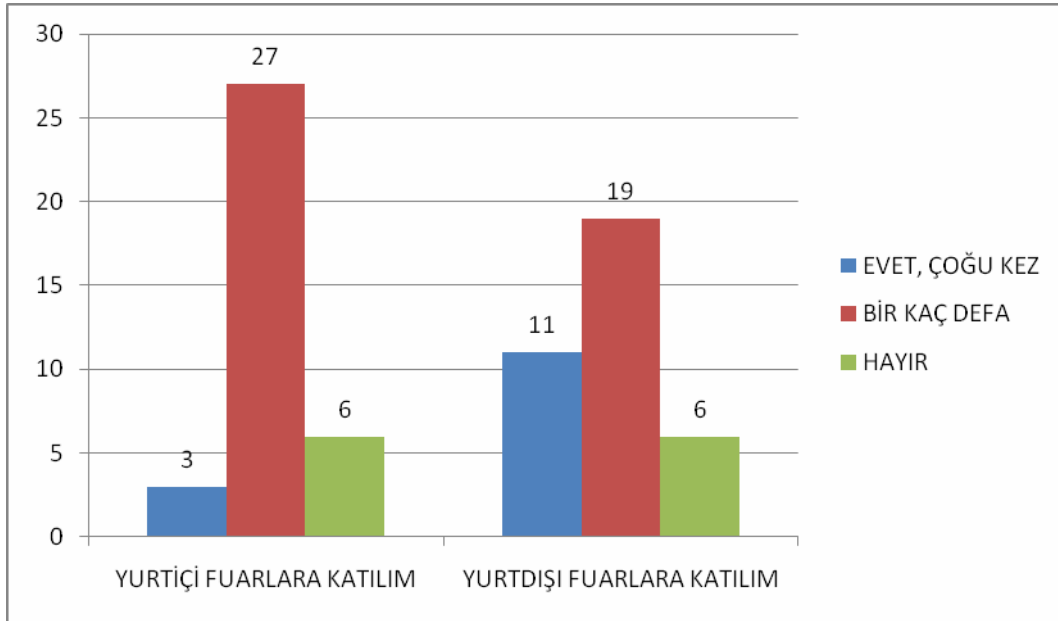


Şekil 3.15. Patent ve Faydalı Model Sayıları

Ayrıca bir başka önemli yenilikçilik göstergesi de girişimcilerin sektörleri ile ilgili katılımcı ya da gözlemci olarak fuarlara katılım sağlamasıdır. Bu amaçla sorulan soruya alınan cevapların seyri Şekil 3.16’da gösterilmiştir.



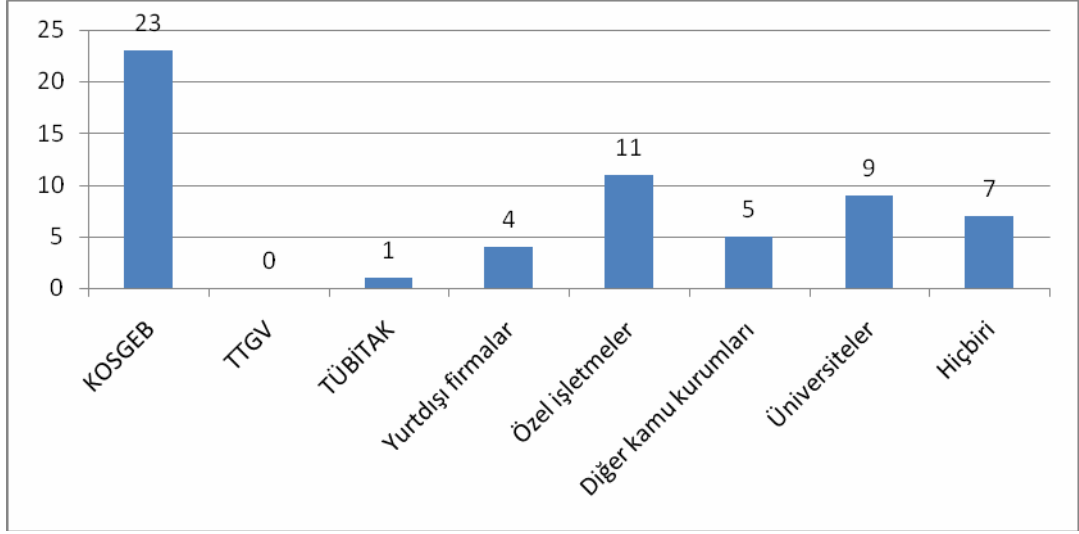
Şekil 3.16. İşletmelerin Ar-Ge Çalışmaları



Şekil 3.17. Ulusal ve Uluslar Arası Fuarlara Katılım Düzeyi

Fuarlar sadece yeni ürünlerin sergilendiği bir ortam olmayıp iş çevresindeki üretici, tedarikçi ve müşterileri bir araya getiren organizasyonlardır. Fuarlar yeni bilgi ve teknolojilerin takip edilmesi kadar sektördeki diğer aktörler ile bilgi alışverişi ve işbirliği kurmanın muazzam bir yoludur. Katılımcıların % 75'i yurtiçi fuarlara yılda birkaç defa katılım sağlarken, yaklaşık % 53'ü en az bir defa yurtdışı fuarlara katılmıştır. İşletmelerin yaklaşık %16'sı yurt içi fuarlara katılım sağlamazken aynı oranda katılımcı yurt dışındaki fuarlara hiç iştirak etmemiştir.

Bir başka soruda ise katılımcılardan firmalarının yenilik için işbirliği yaptığı kurum ve kuruluşlar sorulmuştur. Bu sayede ildeki yeniliklere katkı yapan kurumlar anlaşılmaya çalışılmıştır.



Şekil 3.18. Yenilik Sürecinde İşbirliği Yapılan Kurum ve Kuruluşlar

Firmaların yaklaşık % 64'ü KOSGEB ile işbirliği yapmaktadır. Bu durumda KOSGEB yenilikçi firmalara en fazla destek sağlayan kuruluş görünümündedir. İkinci olarak ise yaklaşık % 31 ile özel işletmeler bölgedeki yenilik sürecine katkı sağlamaktadır. Üniversiteler ile işbirliği yapan firmaların oranı ise % 25'tir. Bu oran 6. soruda ifade ettiğimiz üniversite firmalar işbirliğinin düşük olması ile paralellik göstermektedir. Firmaların yaklaşık % 27'si yenilik süreçlerinde üniversiteleri önemli veya çok önemli olarak nitelendirmişti. Ayrıca firmaların yaklaşık % 20'si yenilik sürecinde hiçbir kurum ya da kuruluşla işbirliği yapmadığını ve kişisel çabalarının sonuçta etkili olduğunu belirtmiştir.

Firmaların mevcut yenilikçi yapıları yanında yeniliğe bakış açıları ve yenilik vizyonları da önem kazanmaktadır. Bu amaçla firmaların yenilikte önemli olması gerektiğini düşündükleri kurumlara ve etkenlere yönelik bir soru yöneltilmiştir. Toplam cevaplar Tablo 3.3'te gösterilmektedir.

Tablo 3.3. Katılımcıların Bölgesel Yenilikte Kurumlara Bakış Açısı

	Çok önemli		Önemli		Kısmen önemli		Önemsiz		Cevapsız	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Üniversiteler	15	41,6	7	19,4	3	8,3	4	11,1	7	19,4
Diğer araştırma kuruluşları	7	19,4	9	25	10	27,7	2	5,5	8	22,2
Kültürel altyapı (Eğitim, öğretim, toplumun genel yapısı)	11	30,5	12	33,3	4	11,1	0	0	9	25
Fiziksel altyapı (Ulaşım, haberleşme, birlikler vb)	9	25	11	30,5	2	5,5	5	13,8	9	25
Diğer rakip ve tamamlayıcı işletmeler	9	25	19	52,7	3	8,3	1	2,7	4	11,1
Sivil toplum örgütleri	3	8,3	11	30,5	13	36,1	5	13,8	4	11,1
Bölgenin talep yapısı	21	58,3	11	30,5	0	0	0	0	4	11,1
Finans kurumları	5	13,8	10	27,7	11	30,5	3	8,3	7	19,4
Kamusal hizmet ve olanaklar	5	13,8	11	30,5	9	25	1	2,7	10	27,7

Bu sorudaki kritik nokta firmaların işbirliği yaptığı ya da yardım aldığı kurum ve unsurları belirtmekten ziyade katılımcıların bu olgulara bakış açıları öğrenilmeye çalışılmıştır. Bir bakıma olan değil olması gerekenler konusunda katılımcıların görüşü alınmıştır. Üniversiteler ile işbirliği düzeyi önceki sorulara göre oldukça düşük görünen katılımcıların, yenilikçi oluşumlarda üniversitelere daha fazla görev düştüğünü belirtmeleri dikkat çekicidir.

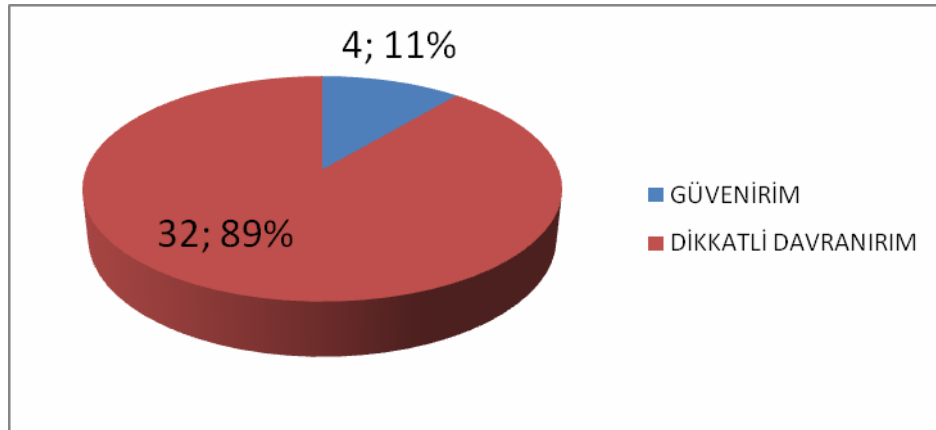
Katılımcıların toplamda yaklaşık %61'i üniversiteleri yenilikçi oluşumlarda çok önemli veya önemli unsur olarak görmektedir. Bu bağlamda üniversiteler ile endüstri kesimi arasında bir sinerji oluşturulamadığı anlaşılmaktadır. En önemli unsur olarak görülen olgulardan bir diğeri de bölgenin talep yapısıdır. Katılımcıların toplamda %88'inden fazlası yeniliğin itici gücünü talep yapısı olarak görmektedir. Ayrıca katılımcılar diğer rakip ve tamamlayıcı firmaların yenilik yapmakta önemli bir unsur olduğunu görmektedir.

Bu noktada ildeki yenilikçi firmaların yenilik yapmakta bireysel çaba ve zekâlarını kullandıkları söylenebilir. Katılımcıların birçoğu fiziksel ve kültürel altyapının önemini bilmekte, üniversite gibi kurumlarla işbirliği yapmayı arzulamakta ancak geleneksel yöntemlerin ötesine geçememektedir.

3.5.3. Katılımcı Firmaların Sosyal Sermayeyi Kullanma Düzeylerine Yönelik Sorular

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların sosyal sermayenin unsurlarını kullanma düzeyine yönelik sorular sormak sureti ile firmaların sosyal sermaye açısından mevcut durumu anlaşılmasına çalışılmıştır.

Bu amaçla katılımcılara ilk olarak genel güven düzeyine yönelik “Genel olarak insanların çoğunun güvenilir olduğunu mu düşünürsünüz, yoksa ilişkilerinizde çok dikkatli olmayı mı tercih edersiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Alınan cevaplar Şekil 3.19’da gösterilmiştir.



Şekil 3.19. Katılımcıların Genel Güven Düzeyi

Bu soru birçok araştırmada sorulan, ünlü “Dünya Değerler Anketi” sorusudur. Bu soru ile sosyal sermayenin en çok ön plana çıkan unsurlarından “güven” kavramı sorgulanmaktadır. Bu soruya alınacak cevap ile katılımcıların geliştirilmiş güven düzeyi hakkında bilgi edinmek amaçlanmaktadır. Katılımcıların yalnızca % 11,1’i genel olarak diğer insanlara güvenebileceğini belirtmiştir. Diğer bir ifadeyle ilde örneklemimizi oluşturan yenilikçi firmaların geliştirilmiş güven düzeyi %11,1’dir. Güvensizlik derecesi ise %89’dur.

Aslında bu durum daha önce yapılan çalışmaların bir destekleyicisi görünümündedir. Yapılan araştırmada ülkemizdeki güven düzeyi % 15 civarındadır.

Genel güven düzeyini ölçmeye yönelik bir diğer soru da şudur: “Aşağıda belirtilen, iş ve sosyal ilişkilerde bulunduğunuz kurum/kesimlere güveniniz hangi seviyededir?”

Bu sorunun amacı güven unsurunu sadece bir soru ile sınırlandırmamak ve katılımcıların etkileşim içinde olduğu farklı gruplardan kişilere karşı duyduğu güven duygusunu belirleyebilmektir. İlk soru sadece iki seçenektir ve insanlar güven gibi karmaşık ve çok yönlü bir kavramla ilgili soruya daha ayrıntılı cevaplar verebilecektir. Ayrıca katılımcıların ticari ilişkilerinde, kendisinden farklı bir sosyal grupta bulunan kişiler ile kendisi ile paydaş kişiler arasında güven seviyesi olarak bir farkın bulunup bulunmadığını ortaya koyabilmek amaçlanmaktadır. Buna göre katılımcılara güven derecesi 4 farklı seviye olan, iş çevresindeki kişi/kurumlara karşı ve toplumdaki benzer/farklı kesimlere karşı duyulan güveni anlamaya yönelik bu soru yöneltilmiştir.

Alınan sonuçlara (Tablo 3.4) göre katılımcıların en fazla güven duyduğu kesim, arada diğerleri ile büyük ölçüde fark olmasa da kamu görevlileridir. Katılımcıların yaklaşık % 53’ü kamu görevlilerine karşı “çok güvenirim” ya da “güvenirim” seçeneğini uygun görmüşlerdir.

Katılımcıların yaklaşık % 58’i diğer din ve mezhepten olanlara karşı güvenini “temkinli davranırım” ya da “güvenmem” olarak belirtmiştir. Bu oran diğer kurum ve kesimlere karşı duyulan güven düzeylerinin içinde en az olanıdır. Yapılan anketler tek tek ele alındığında katılımcılardan 8’i (%22.2) aynı din ve mezhebe mensup olanlarla farklı din ve mezhebe mensup olanlar arasında farklı seçenekleri işaretlemişlerdir. Bu noktada katılımcıların genel güven düzeyinde inanç faktörünün de etkili olduğu gözlenmektedir.

Tablo 3.4. Katılımcıların Farklı Gruplara Karşı Güven Düzeyi

	Çok güvenirim		Güvenirim		Temkinli davranırım		Güvenmem		Cevapsız	
	sayı	%	sayı	%	sayı	%	sayı	%	sayı	%
Meslektaşlar	2	5.5	13	36.1	0	0	15	41.6	6	16.6
Müşteriler	1	2.7	14	38.8	2	5.5	16	44.4	3	19.4
Tedarikçiler	0	0	14	38.8	1	2.7	14	38.8	7	19.4
Kamu görevlileri	3	8.3	16	44.4	3	8.3	13	36.1	1	2.7
Aynı din/mezhebe mensup olanlar	3	8.3	12	33.3	5	13.8	13	36.1	3	8.3
Farklı din/mezhebe mensup olanlar	1	2.7	11	30.5	4	11.1	17	47.2	3	8.3
Aynı etnik kökenden olanlar	1	2.7	12	33.3	11	30.5	9	25	3	8.3
Farklı etnik kökenden olanlar	0	0	10	27.7	7	19.4	14	38.8	5	13.8
Dünya görüşü benzer olanlar	0	0	15	41.6	4	11.1	14	38.8	3	8.3
Dünya görüşü farklı olanlar	0	0	13	36.1	5	13.8	14	38.8	4	11.1
Genel ortalama	39%				%50				%11	

Güven unsurunu incelerken söz konusu kesimin etnik köken olması bakımından da katılımcıların cevapları arasında bir farklılaşma olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların yaklaşık %55'i kendisi ile aynı etnik kökenden olanlara karşı güven duymazken, bu durum farklı etnik kökenlere karşı yaklaşık %58'dir.

Öte yandan katılımcılar, ticari ilişkilerinde kendisi ile aynı dünya görüşünü paylaşıp paylaşmamasına göre diğer insanlara duyduğu güven düzeyi arasında önemli bir fark görülmemektedir. Katılımcıların yaklaşık % 49'u kendisi ile benzer dünya görüşüne sahip olanlara karşı duyduğu güveni "temkinli davranırım" ya da "güvenmem" olarak belirtirken, aynı oran farklı dünya görüşüne sahip olanlara karşı yaklaşık %52'dir.

Ayrıca meslektaşlara karşı güven unsuru incelendiğinde katılımcıların %41'i "güvenmem" seçeneğini işaretlemiştir. Bu durum benzer sektörde çalışanların veya aynı mesleği icra edenlerin arasında işbirliği olgusunu oldukça kısıtlayacak bir unsur olarak göze çarpmaktadır. Katılımcıların yarısının tedarikçilere karşı güvensiz ya da temkinlidir. Bu durum da yine işbirliği ve bilgi alışverişi açısından işletmelerin firma dışı bilgi kanallarını azaltan bir unsur olarak göze çarpmaktadır.

Bu bölümdeki bir diğer soru da şudur: "Birlikte iş yaptığımız kişilerin geneli hangi kesimlerden oluşmaktadır?" Bu sorunun amacı bağlayıcı türdeki sosyal sermayenin ticari ilişkilerdeki rolünü anlamaya yöneliktir. Acaba kişiler yakın ilişki içinde bulunduğu kişi ve kesimlerle ticari olarak da bir birliktelik yürütmekte midir? Başka bir deyişle kişiler, ticari ilişki söz konusu olduğunda beraber çalışacağı kişileri yatay sosyal ilişkilerde bulunduğu grup veya kesimlerden mi seçmektedir yoksa ticari ilişkilerde farklı gruplarla ilişkiye geçmekte midir? Ancak bu sorudaki önemli nokta şudur: Çalışmanın yapıldığı ilde etnik ve dini bakımdan homojen bir yapı söz konusu olduğu söylenebilir. Bu nedenle katılımcılara sorunun amacına yönelik olarak sadece beraber iş yaptığı değil, aynı zamanda beraber iş yapabileceği, farklı mekân veya koşulların da hesaba katılması istenmiştir. Toplu cevaplar Tablo 3.5'te gösterilmiştir.

Katılımcıların biri hariç hepsi bu soruya cevap vermiştir. Genel olarak ele alındığında tanımadığı insanlara karşı temkinli davranan katılımcılar, iş yaşamında farklı kesimlere karşı ticari ilişkilerde daha açık davranmaktadır.

Tablo 3.5. Katılımcıların Birlikte İş Yaptığı Kişilerin Geneli

	Evet	Hayır	Cevapsız
Akrabam ya da tanıdıktır	4 (%11)	31(%86)	1(%2,7)
Aynı şehirdendir	11 (%30)	24(%67)	1 (%2,7)
Aynı etnik gruptandır	5(%14)	30 (%83)	1 (%2,7)
Aynı din veya mezheptendir	9(%25)	26(%72)	1 (%2,7)
Benzer siyasi görüşlerdendir	0	35 (%97)	1 (%2,7)

İşletmeler yaklaşık %30'u beraber çalışacağı kişilerin aynı şehirden insanlar olduğunu belirtmiştir. Bunun bir nedenini genelleştirilmiş güven düzeyindeki düşük

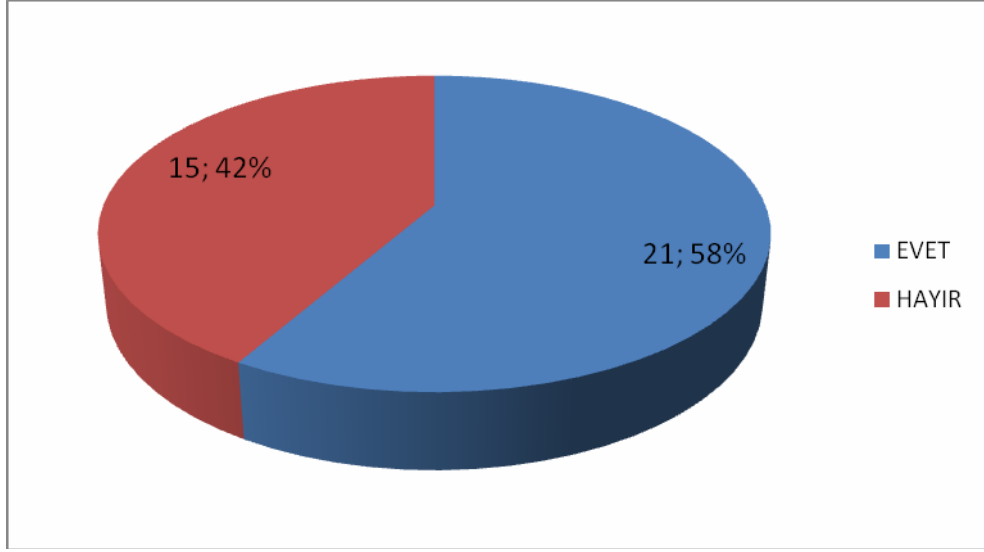
seviye olduğu söylenebilir. Güven düzeyi düşük olan katılımcıların birlikte iş yaptığı kişileri seçerken daha fazla güven duyabileceği aynı şehirden kişileri seçebileceği olarak yorumlanabilir.

Katılımcıların %11'i beraber iş yaptığı kişileri akraba ya da tanıdık olarak ifade etmiştir. Bu durum ildeki işletmelerin bir kısmının ticari ilişkilerde geleneksel yaklaşımda olduğu ve firmaların birer aile işletmesi olmaktan tam olarak kurtulamadığı anlamına gelebilir. Ayrıca, yine genel güven düzeyinin düşük olması sebebi ile bazı firmaların en çok güven duyduğu kesim ile çalışmak tercihinde bulunduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin yakın ilişkide bulunduğu kişiler ile ekonomik faaliyetleri arasında da direkt bir ilişki bulunduğunu söylemek zordur. Aynı etnik gruplarla iş yapma eğilimi söz konusu olduğunda %5'lik kesim “evet” seçeneğini işaretlemiştir. Kalan firmalar beraber çalıştıkları kişilerin farklı etnik kökenlerden kişilerden olduğunu belirtmiştir. Bu durumda çalışmanın yapıldığı firmaların genelinde etnik olarak dikey ilişkilerde bir sorun olmadığı anlaşılmaktadır.

Soruya cevap verenlerin tamamı beraber iş yaptığı kişilerin benzer siyasi görüşte olmadığını belirtmiştir. Bu noktada bölgede ticari ilişkiler söz konusu iken siyasi düşüncelerin işletmeler bakımından önemsiz olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum sonucunda bölümün ikinci sorusunu yeniden ele aldığımızda verilen cevapların uyumlu olduğu görünmektedir. Aynı soruda verilen cevapları yeniden incelediğimizde “aynı dünya görüşüne sahip kişilere duyulan güven” başlığında bir şikkî işaretleyen katılımcıların %96'sı (30/31) “farklı dünya görüşüne sahip kişilere duyulan güven” başlığında da aynı şikkî işaretlediği gözlenmiştir.

Bağlayıcı türdeki sosyal sermayenin birleştirici sosyal sermayeye dönüşme potansiyelini araştırmak için katılımcılara “Daha önce tanımadığınız birisi ile tatmin edici bir ticari ilişki sonrası, güven ortamının oluşacağını düşünür müsünüz?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre “Fiili güven düzeyi ne kadar sürede ve ne ölçüde artabilir?” sorusuna cevap aranmaktadır. Bir bakıma, dikey ilişkilerin kısa sürede güven ortamı oluşturup oluşturmadığı saptanmaya çalışılacaktır. Söz konusu soruya verilen cevaplar Şekil 3.20'de gösterilmektedir.

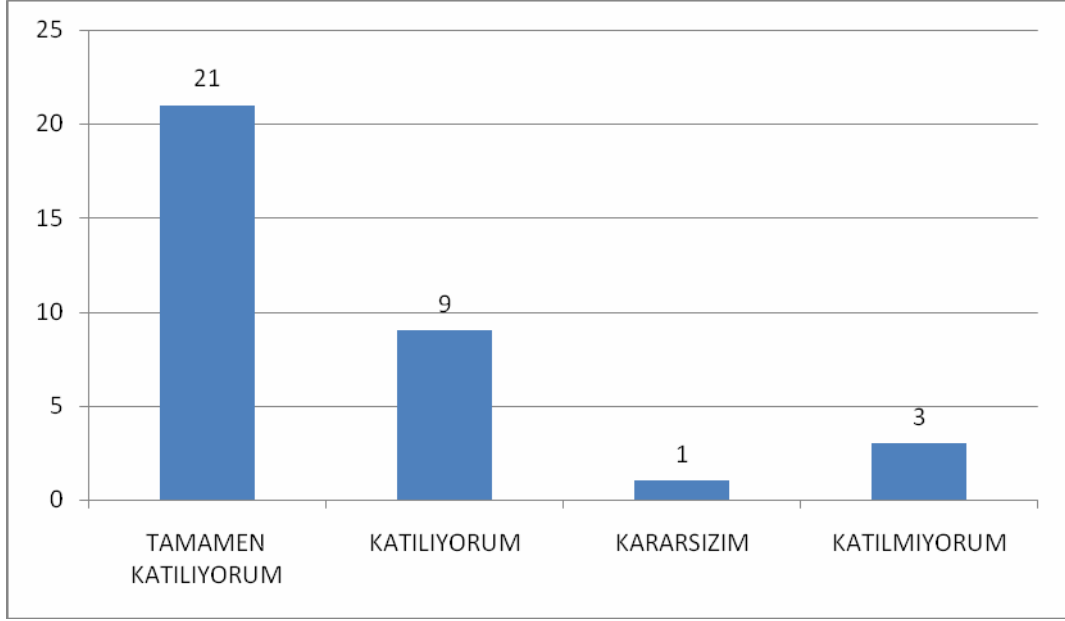


Şekil 3.20. Güven Unsurunun Oluşmasına Yönelik Beklenti

Katılımcıların %58'i bu soruya hayır cevabı vererek güven ortamının oluşması için daha fazla süreye ihtiyaç olduğunu ya da bu güven ortamının neredeyse hiç oluşmayacağını belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğu; gerek müşteriler, gerek tedarikçiler, gerekse de ilişki içinde olduğu diğer kesimlerle güven ortamının oluşmasını zor görmektedir. Dikkat edilecek olursa ikinci soruda katılımcıların müşterilerine karşı duyduğu güven %50.1, tedarikçilerine karşı duyduğu güven %58.5 seviyesinde idi. Bu çerçevede, sadece birkaç defalık başarılı ticari ilişkinin de genel güven ortamını oluşturabileceğini düşünen %42'lik oran diğer sorunun cevapları ile uyumlu görünmektedir.

Bölümdeki takip eden soru “İş yaşamında dürüst davranmayan birisinin hukuki ya da toplumsal olarak, bir şekilde cezalandırılacağı görüşüne katılıyor musunuz?” sorusudur. Bu sorunun yöneltildiği amaç toplumsal normların iş yaşamında ne kadar iyi çalıştığını anlamaya yöneliktir. İş yaşamında dürüst davranmayan kişiler hukuki olarak olmasa bile iş yaşamındaki genel toplumsal kurallar sonucu bir yaptırım veya kınama ile karşı karşıya kalmakta mıdır?

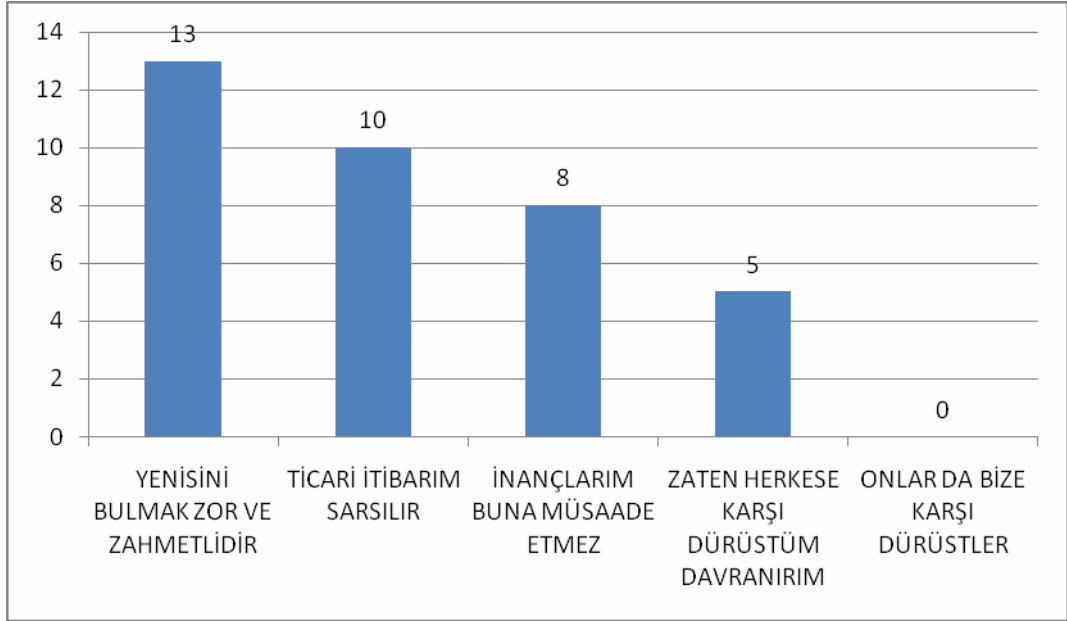
Bilindiği üzere “normlar” sosyal sermayenin temel unsurlarından birisidir. Bu açıdan iş yaşamında normların ne kadar etkin çalıştığı ve katılımcıların bu etkinlik üzerine düşünceleri önem kazanmaktadır.



Şekil 3.21. İş Yaşamında Toplumsal Normların Etkinliği

Katılımcıların %58'i bu yargıya tamamen katılırken, %25'i de katıldığını ifade etmiştir. Toplamda %83'lük oranla ankete katılan kişiler dürüst davranmayanların bir yaptırımla karşı karşıya kalacağını ifade etmiştir. Bu durum toplumsal normların iş yaşamında etkin olarak çalıştığına örnek teşkil etmektedir. Ancak burada sorulması gereken önemli bir soru da “hukuki ya da sosyal normlara olan güven bu derece yüksekse genel güven düzeyinin niçin bu oranın altında kaldığıdır”. Bu durumun sebebi bir kişi ticari olarak dürüst davranmasa bile yaptırıma uğrayacağı ancak bu durumdan mağdur olan kişinin zararının telafisinin olmayacağı ya da gecikeceği olarak yorumlanabilir.

Toplumsal normlara gösterilen uyumun temel sebebini ortaya koyabilmek için katılımcılara ticari yaşamda başlıca müşterilerine niçin dürüst davrandıkları yönünde bir soru yöneltilmiştir. Katılımcıların dürüst davranma dürtüsünün en önemli etkeni bize ticari yaşamdaki normların kaynakları hakkında bilgi verecektir. Hemen belirtmek gerekir ki sorulan soruya karşılık verilen cevaplar kişiler için ayrı ayrı önem taşımaktadır. Ancak katılımcılardan kendileri için en temel cevabı bulmaları istenmiştir.



Şekil 3.22. Toplumsal Normlara Uymanın Temel Kaynağı

Katılımcıların %36.1'i müşterilerine karşı dürüst davranmanın temel nedenini "yenisini bulmak zor ve zahmetlidir" olarak belirtmiştir. En yüksek orandaki bu cevaba göre katılımcılar, dürüst davranarak ticari hayatta yerleşik ilişkilerin oluşturulmasında yaşanan zorluk ve zahmete vurgu yapmaktadır.

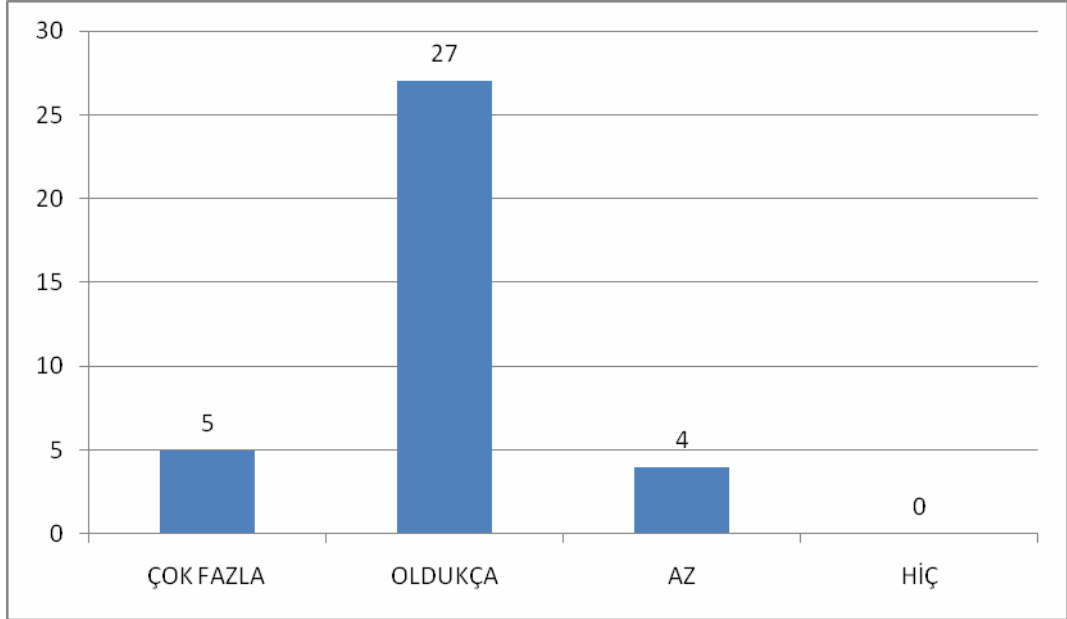
Katılımcıların %28'i ticari itibara vurgu yapmaktadır. Dürüst davranmamının ticari itibarı zedeleyerek gelecek dönemdeki iş yaşamını olumsuz etkilemesi bu katılımcılar için başlıca rol oynamaktadır.

Katılımcıların yaklaşık %22'si dürüst davranma eğiliminin temel sebebini dini inançlar olarak göstermiştir. Bu bakış açısına göre katılımcının bağlı olduğu inanç sistemi, katılımcıya dürüst davranmasını öngörmekte ve bu durum ticari yaşama da yansımaktadır.

Katılımcıların yaklaşık %14'ü dürüst davranma sebebini sadece ticari hayatta değil, genel olarak sosyal yaşam prensibinin bir parçası olarak görmektedir.

Katılımcılardan hiçbiri dürüst davranma nedeni olarak "reaktif" seçeneği işaretlememiştir. Reaktif davranma şekline göre insanlar bazen karşısındakinin tutumuna göre hareket etmektedir.

Sosyal sermayenin sağladığı faydalardan olan “işlem ve denetim maliyetlerini azaltma” olgusunun ne derecede gerçekleştiğini saptayabilmek için katılımcılara iş çevresindeki kişileri denetlemek zorunda kalıp kalmadıklarına yönelik bir soru yöneltilmiştir. Burada insanlara duyulan genel güvenden ziyade diğer kişilerin görev ve sorumluluklarını yerine getirip getirmeyeceği üzerine duyulan güven ön plana çıkmaktadır.

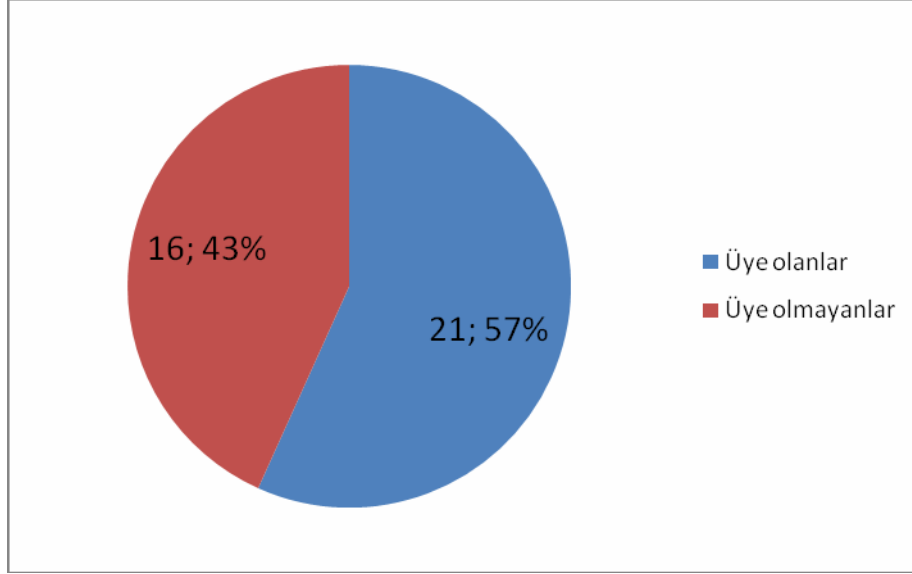


Şekil 3.23. Sosyal Sermayenin İşlem Maliyetlerine Etkisi

Katılımcıların yaklaşık %89'u iş yaptığı diğer kişilerin sorumluluklarını yerine getirmediği konusunda oldukça ya da çok fazla çaba harcadığını belirtmiştir. Bu durumda, birlikte çalışılan kişilerin çoğunun sorumluluklarını denetimsiz yerine getirmemeleri sonucu ortaya bir güven eksikliği çıktığı ve bunun sonucunda da sosyal sermayenin pozitif sonuçlarından olan “işlem maliyetlerini azaltma” olgusu gerçekleşmediği anlaşılmaktadır.

Katılımcı firmaların mesleki ağları ne derecede etkin kullandığını anlamaya yönelik olarak bir soru yöneltilmiştir. Bu soru ile katılımcıların yerel veya ulusal düzeyde girişimci ve işbirlikçi özellikleri anlaşılmasına çalışılmıştır. Cevaplarda Ticaret ve Sanayi Odaları kapsam dışında tutulmuştur.

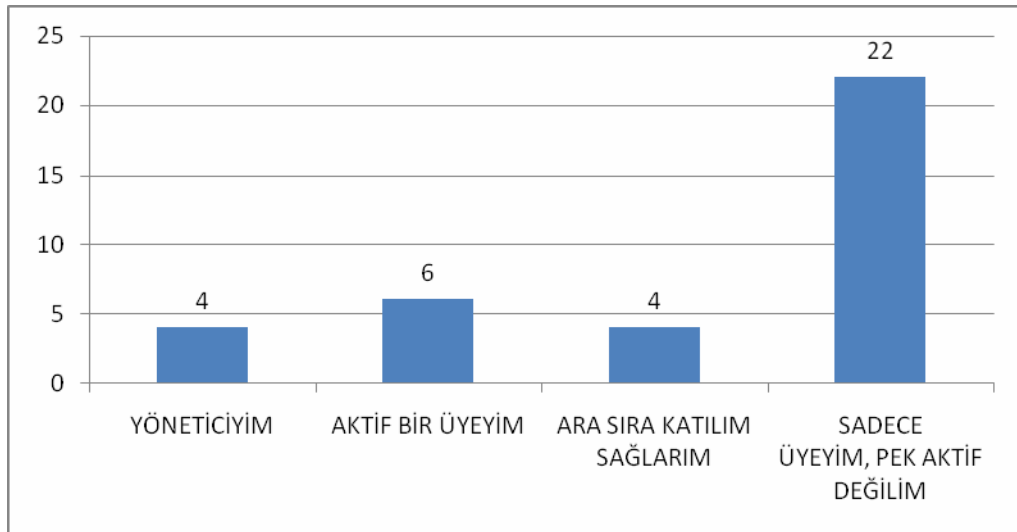
Katılımcıların %43'ü Ticaret ve Sanayi Odası dışında bir mesleki örgüte üyedir. Özellikle yenilik ve girişimcilik bağlamında ele alınınca bu oran oldukça düşük görünmektedir.



Şekil 3.24. Mesleki Örgütlere Üyelik Durumu

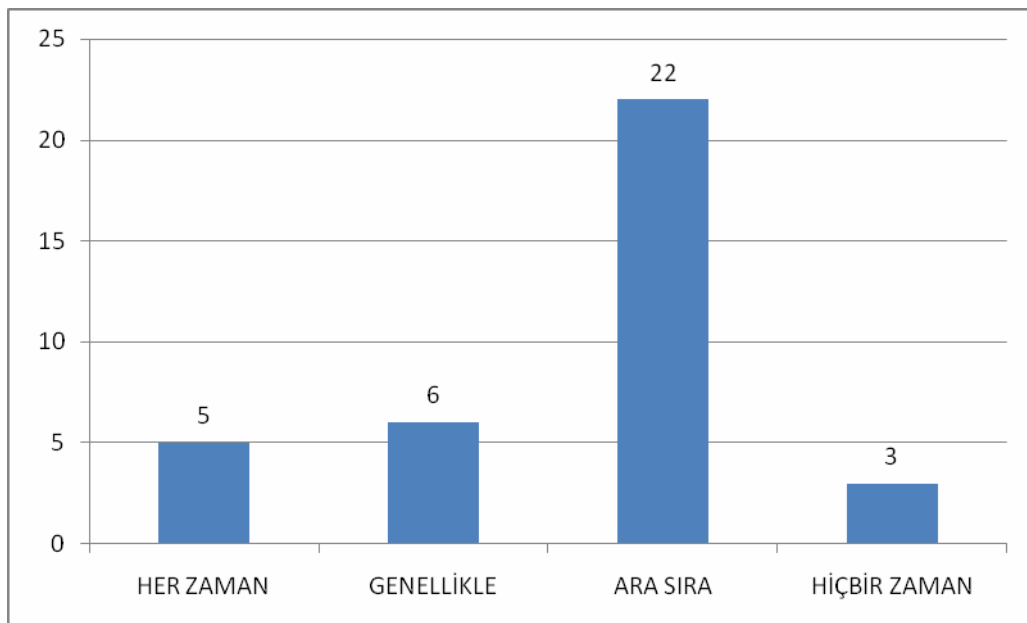
Ayrıca katılımcıların mesleki ağlardaki etkinliğinin anlaşılması için sadece üyelik durumları ile ilgili değil, bu örgütlenmelerdeki aktifliklerini ölçmek için ayrı bir soru daha yöneltilmiştir.

Katılımcıların yaklaşık %61'i üyesi olduğu mesleki örgütlenmede hiç faal olmadığını, sadece kâğıt üzerinde bir üyeliğinin bulunduğunu belirtmiştir. Bu oran özellikle işbirliği, dayanışma ve bilgi alışverişi bakımından oldukça olumsuz bir görüntü çizmektedir. Bu bakımdan mesleki örgütlerle firmalar arasında bir sinerjiden bahsetmek oldukça güçtür.



Şekil 3.25. Katılımcıların Üye Olduğu Mesleki Örgütlerdeki Durumu

Firmalar arası işbirliği ve yardımlaşma düzeyini ortaya koyabilmek için bir soru yöneltilmiştir. Bu sayede firmalardaki işbirliği eğilimi anlaşılmasına çalışılmıştır. Özellikle kümelenmiş bölgelerde ya da belirli bir alanda toplanmış olarak faaliyet gösteren (Organize Sanayi Bölgeleri gibi) firmalarda yenilikçilik ve işbirliği açısından işbirliği önemli bir unsurdur.



Şekil 3.26. Katılımcıların Diğer Üreticilerle İşbirliği

Katılımcıların yaklaşık %61'i diğer firmalarla ara sıra işbirliğine gittiğini belirtirken, yaklaşık %8'i hiçbir konuda işbirliğine gitmediğini belirtmiştir. Bu durum bölgedeki firmaların yenilikçi yapılarının oluşumunda bir birlikten çok bireysel olarak gerçekleştiği olarak yorumlanabilir.

Çalışmada takip eden soru şöyledir: “Aşağıda belirtilen kişi ve gruplar sizin üretim biriminizde iyileştirme yapmanıza katkısı oldu mu?” Bu sorunun sorulmasındaki amaç sosyal sermaye unsurlarını bir parametreye dönüştürmek amacıyla, firmaların iş çevresinden ne kadar katkı sağladığını gözlemlemektir. (Tablo 3.6)

Tablo 3.6. Katılımcı Firmalara Diğer Kişi Ve Grupların Katkısı

	Hiç		Az		Yeterince		Önemli ölçüde		Cevapsız	
	sayı	%	sayı	%	sayı	%	sayı	%	sayı	%
Çevrenizdeki diğer yerel firmaların katkılarında (Örneğin diğer firma uygulamalarından yararlı gibi)	6	16.6	11	30.5	16	44.4	3	8.4	0	0
Müşterilerinizin ve malzeme tedarikçilerinizin katkılarında	6	16.6	14	38.8	7	19.4	5	13.8	4	11.1
Destekleme teşkilatlarının (KOSGEB, İhracatçı Birlikleri, Odalar...) katkılarında	5	13.8	12	33.3	6	16.6	9	25	4	11.1
İlinizdeki üniversite vb. eğitim kurumlarının katkılarında (danışma, ar-ge vb. faaliyetler)	11	30.5	12	33.3	7	19.4	3	8.4	3	8.4

Katılımcıların cevaplarına göre firmaların üretim birimlerine diğer kişi ve grupların katkısı ölçülmeye çalışılmıştır. Buna göre firmaların üretim birimine en çok katkı sağlayan kesim diğer yerel firmalardır. Bu oran bir önceki soruda sorulan işbirliği düzeyi ile tutarsız görünmektedir. Ancak soruda bulunan “diğer firmaların uygulamaları gibi” ifadesi katılımcılar tarafından dikkate alınmış ve diğer firma uygulamaları onları da yenilik yapmaya veya işlerini geliştirmeye yönelik itici bir güç olarak görülmüştür.

Katılımcıların %52,8'i diğer firma uygulamaları ve benzer unsurları üretim birimlerine katkı sağlayan bir unsur olarak ifade etmiştir. En çok katkı sağlayan ikinci kesim ise yaklaşık %41 ile KOSGEB ve benzer destekleme teşkilatlarıdır.

Firmaların katkılarından en az düzeyde faydalandığı kurumlardan biri cevaplara göre üniversiteler ve benzeri araştırma kuruluşlarıdır(%27,8). Katılımcıların yaklaşık %30'u üniversite ve benzeri araştırma kuruluşlarından hiç katkı sağlamadığını ifade etmiştir. Bu durum önceki sorularda ifade edilen üniversite-endüstri işbirliğindeki eksikliği yeniden gözler önüne sermektedir.

Sosyal sermaye yaklaşımlarından dışsal sermaye bakış açısına göre katılımcıları değerlendirmek amacıyla katılımcılara bileşik bir soru yöneltilmiştir.

Bilindiği üzere buraya kadar ki sorularda genel olarak katılımcılara genel güven düzeyi, işbirliği ve yardımlaşma, normlar ve ağları algılamaya yönelik sorular yöneltilmiştir. Bu sorular büyük ölçüde içsel sosyal sermayeyi algılamaya yönelik sorulardır. Dışsal sosyal sermaye yaklaşımına göre sosyal sermaye bireyseldir ve sonradan, kişisel çabalarla edinilir. Bu açıdan bakılınca kişilerin iş çevresini geliştirecek ve ona avantajlar sağlayacak yeni ilişkiler, ağlar kişinin sosyal sermayesini oluşturur.

Bu nedenle bu soruda katılımcılara güven düzeyini algılamaktan ziyade iş çevresini geliştirmek için ne kadar girişimci olduğu ve zaman içerisinde bu çevresini ne kadar etkin kullanabildiğine yönelik bileşik bir soru yöneltilmiştir. Soruda ayrıca kişinin ne kadar geniş bir çevresi olduğu kadar bu çevresinin iş yaşamına ne kadar olumlu katkılar yapabileceğine yönelik de bir soru bulunmaktadır.

Verilen cevaplar incelendiğinde kişiler büyük ölçüde ifade edilen yargılara katılmaktadır. (Tablo 3.7) Örneğin ilk ifade olan "Ticari ilişkilerimi geliştirmek için yeni kişilerle tanışmaya ve şehir dışına seyahatler etmeye meyilliyimdir." Katılımcıların tamamı iştirak etmiştir. Bu noktada katılımcılar farklı sosyal gruplarla ilişkiye geçmekte ve farklı yerlerdeki insanlarla etkileşime geçmekte girişimci bir yapıda olduklarını ifade etmektedirler.

Tablo 3.7. İçsel Sosyal Sermaye Yaklaşımına Göre Katılımcıların Düzeyi

	Tamamen katılıyorum		Katılıyorum		Kısmen katılıyorum		Katılmıyorum		Cevapsız	
	sayı	%	sayı	%	sayı	%	sayı	%	Sayı	%
Ticari ilişkilerimi geliştirmek için yeni kişilerle tanışmaya ve şehir dışına seyahatler etmeye meyilliyimdir.	32	88.8	4	11.2	0	0	0	0	0	0
İş konusunda yeni bir bilgi veya öneriye ihtiyacım olursa, bunu iş çevremden edinebilirim.	29	80	5	13.8	2	5.5	0	0	0	0
Zaman içerisinde gelişen arkadaş çevremiş iş ve sosyal yaşamıma olumlu katkısı oldu.	32	88.8	3	8.3	1	2.7	0	0	0	0

İkinci ifade ile (İş konusunda yeni bir bilgi veya öneriye ihtiyacım olursa, bunu iş çevremden edinebilirim.) katılımcıların ilişki içinde olduğu kişi ve kesimlerden iş konusunda gerekli bilgileri ne düzeyde sağlayabildiği anlaşılmaya çalışılmış ve katılımcıların %93,8'i bu ifadeye tamamen ya da büyük ölçüde katıldığını belirtmiştir. Örneğin bir katılımcı iş konusunda teknik ya da finansal bir bilgiye ihtiyaç bu bilgiyi cep telefonu rehberindeki herhangi bir arkadaşından ya da bir başka tanıdıktan bu bilgiyi rahatça edinebileceğini düşünmektedir.

Üçüncü ifade ile (Zaman içerisinde gelişen arkadaş çevremiş iş ve sosyal yaşamıma olumlu katkısı oldu.) katılımcıların iş ve sosyal çevresindeki insanlardan ne derecede etkin faydalanabildiği anlaşılmaya çalışılmıştır. Buna göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%97) bu ifadeye katıldığını belirterek geliştirdiği sosyal ağların ticari faaliyetlerine olumlu katkısı olduğunu belirtmiştir.

Sonuç olarak, içsel yaklaşım açısından firmaların sosyal sermaye unsurlarını kullanma düzeyi farklılaşmaktadır. Söz konusu, tanınmayan insanlara duyulan güvenden ziyade ticari ilişkiler için yeni ağlara katılım ve bu ağları olumlu yönde kullanım olunca katılımcıların tutumu değişmektedir. Ancak burada hemen üzerine düşünülmesi gereken nokta katılımcıların bu soruyu cevaplarken ne kadar objektif davrandıkları ya da geliştirdikleri çevrenin ne derecede ekonomik performanslarını etkilediğidir.

3.6. Değerlendirme

Yapılan anket çalışması sonucunda yenilikçi olarak öngörülen ve Burdur ilinde faaliyet gösteren firmaların mevcut durumu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kısımda, ana kütleyi oluşturan katılımcı firmaların yenilikçi yapısında sosyal etmenlerin ne kadar etkili olduğunu anlamaya yönelik sorulara karşın alınan cevaplar değerlendirilecektir.

Biri dar diğeri geniş olmak üzere genel güven düzeyini ölçme amaçlı yöneltilen sorularda katılımcıların genel güven düzeyinin oldukça düşük olduğu gözlenmektedir. İki seçenekli ve Dünya Değerler Anketinde sorulan soruya verilen cevaplara göre güven düzeyi %11 düzeyinde kalmıştır. Yine genel güven düzeyini daha detaylı olarak ölçmeye çalıştığımız bileşik soruya katılımcıların yarısından fazlası (yaklaşık %56) negatif yönde cevap vermiştir. Bu sonucun bölgesel düzeyde bir yenilik sistemi oluşturulmasında ve firmaların yenilikte dışsal bilgi kaynaklarını kullanmasında önemli bir sorun teşkil edeceği açıktır.

Çalışmaya katılan firmaların yakın ilişki içinde bulunduğu çevrelerin iş ilişkilerinde önemli bir yere sahip olduğunu söylemek de zordur. Örneğin katılımcılar beraber iş yaptığı kişilerin akraba ya da tanıdıklardan oluştuğunu ifade edenlerin oranı yaklaşık %11 düzeyindedir. Ayrıca kendileri ile aynı etnik köken, benzer siyasi görüş veya aynı inanca sahip olma gibi benzer sosyal gruptan olanlarla iş yapma gibi ekonomik ilişkilerde bağlayıcı sosyal sermayenin daha etkin kullanıldığı durumlardan bahsetmek zordur. Bir başka ifade ile içe kapalı ya da muhafazakâr bir yaklaşım söz konusu değildir. Örneğin beraber iş yaptığı kişilerin genelini “akraba ya da tanıdık” olarak ifade eden firmaların oranı yaklaşık %11 seviyesindedir.

İşletmelerin üyesi olduğu mesleki örgütlenmeler ile ilgili cevaplarında olumsuz yanıtların ağırlığı dikkat çekmektedir. Katılımcı firmaların yaklaşık %43’ü Ticaret ve Sanayi Odası dışında bir mesleki örgüte üye değildir. Ayrıca yaklaşık %61 örgütlenmelerde kendini pasif olarak nitelerken zorunlu üyelik dışında bu durumdan bir nevi memnuniyetsizlik ifade eden tutum sergilemektedir. Bu gözlem sonucu, yenilik sürecindeki firma dışı bilgi kanallarının ve bölgesel aktörlerle işbirliğinin zorlaştığı anlaşılmaktadır.

Firmaların yenilik vizyonuna bakınca, katılımcıların önemli bir kısmı yenilik konusunda itici güç olarak hala geleneksel ekonomik faktörleri işaret etmektedir. Firmaların, yenilikçi yapıda, bölgedeki kurum ve etkenlere verdiği öneme yönelik soruda en önemli faktör olarak “bölgenin talep yapısı (%89)” ve “diğer rakip ve tamamlayıcı işletmeler (%78)” işaret edilmiştir. Oysa günümüzde firmaların ayakta kalabilmesi ve rekabet edebilmesi için farklılaşabilmesi ve sürdürülebilir yenilik vizyonunun olması gerekmektedir. Bu yüzden küreselleşen ekonomik ortamda firmaların içsel ve dışsal bütün bilgi kaynaklarını doğru ve etkin kullanabilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda yenilik yapabilmek için sadece bölgesel talep yapısı ya da yerel rakip firmalar göz önünde bulundurulmamalıdır. Çünkü rekabet ortamı küresel piyasada sınırlar ötesi bir seviyededir.

Öte yandan firmaların mevcut yenilikçi yapıları ile vizyonları arasında bazı farklar gözlenmektedir. Örneğin yenilik sürecinde ya da firmanın diğer ekonomik performansında üniversitelere önem atfeden firmaların oranı %61 iken, gerçekte üniversiteler ile işbirliği sağlayan firmalar %22 düzeyindedir.

Yukarıda ifade edilen ve genellikle olumsuz sayılabilecek yargılara rağmen dışsal sosyal sermaye yaklaşımı açısından katılımcıların daha yüksek seviyede sosyal etmenleri kullandığı söylenebilir. Düşük güven düzeyi, mesleki örgütlerde pasif rol oynama, bölgesel aktörlerle işbirliği ve bilgi paylaşımında zayıf yapıya rağmen ticari ilişkilerde değişik sosyal ağlara katılım ve bu ağların ticari ilişkilerde kullanılması açısından katılımcıların yapısı farklılaşmaktadır.

Daha önce de belirtildiği üzere sosyal sermaye kavramına yapılan tanım ya da kavrama yaklaşım sonucu bir toplumda sosyal sermaye seviyesi değişiklik gösterebilmektedir. Geleneksel tanımlarda ve içsel sosyal sermaye yaklaşımlarında güven unsuru daha ön plana çıkmakta ve sosyal sermaye bir kamu malı gibi algılanmaktadır. Oysa dışsal yaklaşımda sosyal sermaye aktörün özel malıdır; sosyal ve ticari yaşamda kendi sermayesini kendisi oluşturur. Buna göre araştırmamıza katılan girişimciler doğal olarak sosyal ağları geliştirme ve onları kullanma konusunda hep olumlu yanıtlar vermişlerdir. Buna göre elde edilen bulgular, Özen ve Aslan'ın (2006) öngörüsü ile paralellik göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada önce sosyal sermaye ve yenilik kavramlarının kuramsal çerçevesi ele alınmış ardından iki olgu arasındaki ilişki kavramsal açıdan incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde Burdur ilindeki yenilikçi firmalara yönelik bir anket çalışması yürütülmüş ve ildeki yenilikçi firmaların yenilik ve diğer ekonomik performanslarında sosyal sermaye unsurlarını kullanma düzeyi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Sosyal olguların ekonomik faaliyetler konusunda belirleyici bir unsur olduğu eskiden beri bilinen bir gerçektir. Bir toplumun sosyal yapısı, olaylar karşındaki genel tutumu üretim, tüketim ve paylaşım gibi temel ekonomik etmenleri doğrudan etkileyerek iktisadi yapıda belirleyici rol oynar.

Öte yandan günümüz ekonomik yapılanmasının içinde KOBİ'ler, ülke ekonomilerinin içinde ağırlık taşımakta ve iktisadi kalkınmada büyük önem arz etmektedir. Bu noktada, bir ülke ekonomisinin gelişmesini, sağlıklı faaliyet gösteren KOBİ'ler olmadan düşünmek mümkün değildir. Günümüzde dünya sadece ekonomik anlamda değil sosyal anlamda da küresel bir yapı içine bürünmüş, rekabet olgusu sınırları aşmıştır. Bu bağlamda özellikle son yıllarda KOBİ'ler için rekabet etmenin ve ayakta kalabilmenin başlıca reçetesi 'farklılaşma' olmaktadır. Bu farklılığı yaratabilmenin temelinde ise yenilikçilik ön plana çıkmaktadır.

Yenilik yaratma ve diğer yenilikleri takip etmenin temelinde kuşkusuz 'girişimcilik' ön plana çıkar. Ekonomideki girişimcilik ruhunun arttırılması, girişimcilerin verimli çalışabilmesi kuşkusuz içinde bulunulan toplumun sosyal yapısı ile doğrudan ilişkilidir. Toplumsal ağların zayıf olduğu, normların işlemediği, güven düzeyi sınırlı bir toplumda verimli bir girişimcilikten ve buna bağlı olarak yenilikçi kültürün gelişiminden bahsetmek oldukça güçtür.

Bu çalışmada sosyal sermaye genel olarak, ekonomik faaliyetlerde diğer iktisadi üretim faktörlerinin verimliliğini arttırarak ekonomiye katkı sağlayan bir unsur olarak ele alınmıştır. Sosyal sermaye, toplumsal ağların etkinliği, güvene dayalı ekonomik ilişkiler, karşılıklılık ilkesi gereğince iyi çalışan toplumsal normlarla ekonomik performansa olumlu katkılar yapmaktadır. Özellikle iktisadi

politikaların uygulanması, işlem maliyetlerinin azaltılması ve yatırım kararlarının alınması gibi konularda toplumdaki sosyal sermaye belirleyici rol oynamaktadır. Buna rağmen sosyal sermayeye kavram ve içerik açısından eleştiriler de mevcuttur.

Bu çıkış noktasından hareketle sosyal sermaye unsurlarının yenilikçi oluşumlarla ve yenilikçilik kültürüyle olan ilişkisi bölgesel düzeyde araştırılmıştır. Çalışma kapsamında Burdur ilinde 36 firma ile anketli mülakat çalışması yapılmış ve kuramsal yapı ile uyum araştırılmıştır. Ayrıca özgün bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacına uygun olması amacıyla Burdur ilinde patent almış kişi ve işletmelerin bir listesi Türk Patent Enstitüsünden temin edilmiş, kalan firmalara diğer firmaların yönlendirmeleri sonucu ulaşılmıştır. Yapılan birkaç anket çalışma amacına uygun olmadığı için genel sonuçlara dahil edilmemiştir.¹⁵³

Yapılan çalışma sonucunda görüşülen firmaların yenilik yapma eğiliminin genel olarak bir sistem ya da kültürün sonucundan ziyade kişisel çaba, tecrübe ve becerilere dayanmaktadır. Firmaların büyük çoğunluğu üniversitelerle ve TÜBİTAK, TTGV gibi kurumlarla işbirliği yapmadığını belirtmiştir. Ayrıca ildeki firmalar kendi içinde de işbirliği ve yardımlaşma içinde değillerdir. Organize sanayi Bölgeleri ve Sanayi Sitelerinde faaliyet gösteren firmalar kümelenmenin kendilerine sağlayacağı avantaj ve bilgi paylaşımı unsurlarını büyük ölçüde kullanmamaktadır. Öte yandan yine firma dışından sağlanan bilgi ve diğer edinimler oldukça sınırlıdır. Firmalar kendilerine mal ve hizmet sağlayan tedarikçilerden ve müşterilerinden gerektiği ölçüde faydalanmamaktadır. İlde yapılan yenilik çalışmalarının içsel kaynağı büyük ölçüde girişimcilerin bireysel bilgi ve tecrübelerine ya da firma içinde oluşan bilgi birikimine bağlıdır.

İldeki katılımcıların mesleki örgütlere katılım düzeyi de oldukça sınırlı kalmaktadır. Katılımcıların çoğu mesleki örgüt olarak sadece Ticaret ve Sanayi Odasına üyedir ve örgütlenmede pasif bir rol almaktadır. Bu durum ildeki kurumlar arası işbirliği ve bilgi paylaşımı düzeyinin düşük kalmasına dair başka bir ölçüdür.

Bütün bu durumlar bir arada ele alınca bölgede bir yenilik sistemi kültürünün varlığından bahsetmek oldukça güçtür. Öncelikle ildeki girişimcilerin

¹⁵³ Anket sorularından firmaların yenilikçi yapısını oluşturan ilk 3 soruya birden “hayır” cevabını veren firmalar.

üniversite ve diğer araştırma kuruluşları ile işbirliği ve bilgi alışverişi düzeyi arttırılmalıdır. Ayrıca bölgede kurulan kalkınma ajansının da toparlayıcı bir unsur olabileceği hesaba katılmalıdır.

İldeki girişimcilerin sosyal sermaye düzeylerine bakılacak olursa daha önce Dünya Değerler Araştırmalarında Türkiye için tespit edilen düşük güven düzeyleri ile örtüşmektedir. Ancak bu çalışmada sosyal sermayenin ölçümüne yönelik geleneksel sorularla sınırlı kalınmamış katılımcılara birleştirici sosyal sermaye tipine ve dışsal sosyal sermaye yaklaşımına yönelik de sorular sorulmuştur. Bu açıdan katılımcıların tanımadıkları kişilere duyduğu güven düzeyi düşük kalsa da katılımcıların büyük çoğunluğu farklı sosyal kesimlere duyduğu güveni yatay sosyal ilişkilerde bulunduğu kesimlerden farklılaştırmamaktadır.

İlde araştırmaya katılan işletme sahiplerinin genel olarak çok yakın çevreleriyle oluşturdukları güçlü bağların iş ilişkilerinde belirleyici bir role sahip olmadığı, iş ilişkilerini geliştirirken “içe kapalı” bir yaklaşım benimsemedikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca, her ne kadar kişiler kendilerinden “farklı” kültüre sahip kişilere göreceli olarak daha az güven duyduklarını belirtmişlerse de, iş ilişkilerinde etnik köken, din ve mezhep farklılıkları bağlamında bir ayrıma gittiklerini söylemek için yeterli kanıt bulunmamaktadır.

Katılımcılar dışsal sosyal sermaye yaklaşımını ölçmeye yönelik sorulan sorulara büyük ölçüde olumlu cevap vererek sosyal sermaye yaklaşımının araştırmalarda daha fazla dikkat çekilmesi yönünde fikir vermiştir.

Karşılıklı güven yenilikçiliğin temel unsurlarındandır. Bu bakımdan bölgedeki aktörlerin sosyal sermaye düzeyini geliştirmeleri ve sosyal sermaye unsurlarını daha fazla kullanmaları gerekmektedir. Ancak hemen belirtmek gerekir ki sosyal sermayenin nasıl arttırılacağı da ayrı bir tartışma konusudur. Kavramın iktisat literatürüne son dönemde girmesi, kavramsal belirsizliğin devam etmesi çözüm yolları konusunu da bulanıklaştırmaktadır.

Sosyal sermayenin yenilik konusunda yerel ve bölgesel düzeydeki etkinliği, aralarındaki bütün neden ve sonuç ilişkilerini, yapılması gerekenleri bütünüyle bir tez çalışmasında ortaya koymak neredeyse imkânsızdır. Bu bakımdan bu çalışmanın diğer araştırmalara fikir verebileceği ve özgün bulgular ile yardımcı olabileceği umut edilmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

- AKDOĞAN, A., **Toplumsal Sermaye: Yeni Sağın Küresel Yüzü, Yoksulluk, Şiddet ve İnsan Hakları**, Editör: Yasemin Özdek, Yayın No: 311, TODAİE Yayınları, s. 71-85, 2002
- ATİK, H., **Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü**, Detay Yayıncılık, Ankara 2005
- AYHAN, A., **Türkiye’de Bilim Teknoloji ve Geleceğin Teknolojileri**, İstanbul, 2002
- COLEMAN, S. J., **The Foundation of Social Theory**, Harward University Press, Massachusetts, 1990
- _____, **Foundations of Social Theory**, Belknap Press, Cambridge, 1994
- DÖNMEZER, S., **Sosyoloji**, Savaş Yayınevi, Ankara, 1982
- DURNA, U., **Yenilik Yönetimi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2002
- ELÇİ, Ş., **İnovasyon Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı**, Ankara, 2007
- ERDEM, F., **Sosyal Bilimlerde Güven**, Vadi Yay., Ankara, 2003
- European Commission – European Innovation Monitoring System (EIMS), **Innovative Regions? A Comparative Review of Methods of Evaluation of Regional Innovation Potential**, European Innovation Monitoring System Publication No: 21, 1995.
- FIELD, J., **Sosyal Sermaye**, Çeviren: Bahar Bilgen ve Bayram Şen, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2006
- FREEMAN C. ve L. SOETE, **Yenilik İktisadı**, Çeviren: E. Türkcan, Tübitak Yayınları, Ankara, 2003
- FUKUYAMA, G. R., **Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması**, 1995, Çeviren: A. Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1998
- GÜLEŞ H.K. ve H. BÜLBÜL, **Yenilikçilik: İşletmeler için Stratejik Rekabet Aracı**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2004
- HIPPEL, E.V., **The Sources of Innovation**, Oxford University Press, 1998
- KUCMARSKI, T.D., **Innovation: Leadership Strategies for Competitive Edge**, NTC Business Books, Chicago, 1996
- KÜÇÜKÇİRKİN, M., **Üniversite-Sanayi İşbirliği**, TOBB Yayın No: Genel 158; AR-GE 68, Ankara, Afşaroğlu Matbaası, 1990
- LIN, N., **Social Capital: A theory of Social Structure and Action**, Cambridge University Press, Cambridge, 2001

PUTNAM, R.D., R. LEONARDI ve R. Y. NANETTI, **Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy**, Princeton University Press, Princeton, 1993

RASTOGI, P. N., **Productivity, Innovation, Management and Development**, Sage Publication, California, 1988

TAYMAZ, E., **Ulusal Yenilik Sistemi, Türkiye İmalat Sanayiinde Teknolojik Değişim ve Yenilik Süreçleri**, TÜBİTAK / TTGV / DİE, Ankara, 2001

Makaleler:

ADLER P. ve S. KWON, Social capital: Prospects for a new concept, **The Academy of Management Review**, 27 (1), 2002

ALBENİ, M. ve M. KARAÖZ, Ekonomik Kalkınma ve Modern Yenilik Teorisi, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 8 Sayı: 3, 2003

BAKER, W. E., Market Networks and Corporate Behavior, **American Journal of Sociology**, S.589-625, 1990

BHATTACHARYA R. ve M. PILLUTTLA; A Formal Model of Trust Based on Outcomes, **Academy of Management Review**, Vol: 23, No: 3, 1998

BJORNSKOV, C., The Multiple Facets of Social Capital, **European Journal of Economy**, 2005

BOURDIEU, P., The Forms of Capital, **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**, Editör: John G. Richardson, Greenwood Press, Westport, CT, s.241-258, 1986

COLEMAN, S. J., Social Capital in the Creation of Human Capital, **The American Journal of Sociology**, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure, 94, 95-120. 1988

FAFCHAMPS, M. ve B. MINTEN, Returns to Social Network Capital Among Traders, **Oxford Economic Papers**, 2002

FISCHER, M. M., Innovation, Knowledge Creation and Systems of Innovation, **The Annals of Regional Science**, Volume: 35 Number: 2, 2001

FLORIDA, R., When Social Capital Stifles Innovation, **Harvard Business Review**, August 2002

FUKUYAMA, F., Social Capital, Civil Society and Development, **Third World Quarterly**, Vol. 22, No. 1, pp.7-20., 2001

GAY B. ve B. DOUSSET, "Innovation and Network Structural Dynamics: Study of the Alliance Network of a Major Sector of the Biotechnology Industry", **Research Policy**, 34, 2005

HANIFAN, L. J., The Rural School Community Center, **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Vol. 67, **New Possibilities in Education**, s. 130-138, 1916

- HARPER, R., Social Capital: A review of The Literature, **National Statistics**, Social Analysis and Reporting Division, Londra, 2001
- KARAGÜL, M. ve S. DÜNDAR, Sosyal Sermaye ve Belirleyicileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), 2006
- KUMLIN, S. ve B.ROTHSTEIN, The Theory of Social Capital and The Scandinavian Puzzle, **Comperative Political Studies**, 38(4), 2005
- M. LEHTONEN, The Environmental-Social Interface of Sustainable Development: Capabilities, Social Capital, Institutions, **Ecological Economics**, 49, 2004
- OĞUZ, H., Makroekonomik Politikaların Performansında Sosyal Sermayenin Ve Kurumların Rolü, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), 2006
- OĞUZTÜRK, B. S., Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 8 Sayı: 2, 2003
- ÖKSÜZLER, O., Sosyal Sermaye, Güven Ve Belirleyicileri: Bir Panel Analizi, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), s.108-129, 2006
- ÖZEN, Ş. ve Z. ASLAN, İçsel ve Dışsal Sosyal Sermaye Yaklaşımları Açısından Türk Toplumunun Sosyal Sermaye Potansiyeli: Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi (Ostim) Örneği, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (12), 130-161, 2006
- PORTES A. ve P. LANDOLT, Social Capital: Promise and Pitfalls of Its Role in Development, **Journal of Latin American Studies**, Vol. 32, No. 2, May, 2000
- PUTNAM, R.D., The Prosperous Community: Social Capital and Public Life, **The American Prospect**, No. 13, Spring, 1993
- _____, Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community, **Simon and Schuster**, New York, 2000
- SABATINI, F., The Empirics of Social Capital and Economic Development: A Critical Perspective, 2006
- SCHULTZ, T. V., **Beşeri Sermayeye Yapılan Yatırım**, Çeviren: F. GÜRKAN, İktisadi Kalkınma: Seçme Yazılar, **ODTÜ İdari İlimler Fakültesi Yayınları**, No: 6, ss. 406-424, Ankara, 1996
- SEZER, B., Batı Dünya Egemenliği ve Endüstri Devrimi, **İstanbul Üniversitesi-Edebiyat Fak. Yayınları**, No: 3407, Ankara Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1997
- SOYAK, A., Teknolojik Gelişme: Neoklasik ve Evrimci Kuramlar Açısından Bir Değerlendirme, **Ekonomik Yaklaşım**, Cilt. 6, Sayı.15, ss.93-107, 1995
- _____, Doğu Asya'da Teknolojik Yetenek ve Sınai Derinleşme: Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Sanayi Politikası Sonuçları, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı.1, Cilt.XIV, ss.355-376, 1998
- TORAMAN, C., H. ABDİOĞLU ve B. İŞGÜDEN, İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi, **Afyon Kocatepe Üni., İ.İ.B.F. Dergisi** (C.X I, S I), 2009

- TUSMAN M. ve D. NADLER, Organization For Innovation, **Management Review**, California, 1986
- TÜYLÜOĞLU, Ş., Sosyal Sermaye, İktisadi Performans ve Kalkınma: Bir Yazın Taraması, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (12)**, 2006
- PUTNAM, R. D., Tuning in, Tuning out: The Strange Disappearance of Social Capital in America, **Political Sciences and Politics**, 28(4), 664-683, 1995
- TRIGILIA, C., Social Capital and Local Development, **European Journal of Social Theory**, 2001
- WALTERS, W., Social Capital and Political Sociology: Re-imagining politics?, **Sociology**, 36(2), 2002 **Office for National Statistics** Londra, 2001
- WOOLCOCK, M. ve D. NARAYAN, Social Capital: Implications For Development Theory, Research, and Policy, **The World Bank Research Observer**, Vol. 15, No. 2, S.225–249, 2000
- .YAMAK, R. ve N. A. KOÇAK, Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, **Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları**, Kocaeli, 03-05 Kasım, 2006

Tezler:

- ÇAĞLIYAN, V., **Yenilikçilik, Tedarikçi Katılımı ve İşletme Performansı Üzerine Değer Zinciri Yönetimi Temelli Bir Yaklaşım: Otomotiv Sektöründe Görgül Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2009
- ÇELİKTAŞ, H., **İnovasyon Yönetimi, Çukurova Bölgesinde Faaliyet Gösteren Şirketlerde İnovasyon Uygulamalarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma**, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008
- DEVAMOĞLU, S., **Sosyal Sermaye Kuramı Açısından Türkiye’de Demokrasi Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008
- ERGİN, R.A., **Sosyal Sermayenin Yöneticiler Bağlamında Ölçülmesine Yönelik Konya Sanayisinde Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Y.Lisans Tezi, 2007
- ERSELCAN, F., **Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma: Sivas, Kayseri, Yozgat Bölgesinde Bir Araştırma**, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2009
- KESKİN, M., **Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma: Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası Üyelerinde Sosyal Sermaye Düzeyi ve Belirleyicilerinin Analizi**, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008
- MISIRDALI, F., **Örgüt İçi Bilgi Paylaşımında Sosyal Sermayenin Etkisi: Kütahya Porselen A.Ş’de Bir Uygulama**, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2006

- NARİN, P., **Rekabet Üstünlüğünün Kaynağı Olarak Teknolojik Yenilikler**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1999
- OĞUZTÜRK, B. S., Bölgesel Kalkınmada Yenilikçiliğin Rolü ve Göller Bölgesi Üzerine Bir Uygulama, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi,2003
- ÖZDEMİR, A., **Ulusal İnovasyon Sistemi Türkiye Örneği**, Marmara Üniversitesi, S.Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008
- SUNGUR, O., **Bölgesel ölçekte İnovasyon: NUTS 2 TR61 Düzeyi KOBİ'leri ile Yerel Paydaşlar Arasındaki Bilgi Dinamikleri ve Ağbağları Üzerine Bir İnceleme**, S.D.Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007

Diğer:

- BURDUR VALİLİĞİ İL ÇEVRE VE ORMAN MÜDÜRLÜĞÜ, **Burdur İl Çevre Durum Raporu**, 2009
- DPT, **Burdur İli Raporu**, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Yayın No. DPT:2463, Eylül 1996
- DPT, **İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması**, 2004
- CALLOIS, J. ve F. AUBERT, Tords Indicators of Social Capital for Regional Development Issues, **International Conference of the Regional Studies Association'da Sunulan Bildiri**, University of Aalborg, 2005
- KOSGEB, **Ekonomik Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü**, Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Merkez Müdürlüğü, Ankara, 2005
- OECD, **Productivity and Job Creation, Best Policy Practises**, The OECD Jobs strategy Technology, Paris, pp.57-76, 1998
- OECD, **Avrupa Birliği, Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler**, Çeviri: TÜBİTAK, ,2006
- OECD, **İşletme Kümelenmeleri: Orta ve Doğu Avrupa'da İşletmelerin Desteklenmesi**, KOSGEB, 2007
- SARD, **Social Capital: A Review of the Literature**, Social Analysis and Reporting Division Office for National Statics, 2001
- TPE, **Patent / Faydalı Model Belgesi Başvuru Kılavuzu**, 2010
- TÜBİTAK, **Bilim ve Teknoloji Yönetim Sistemleri, Ülke Örnekleri ve Türkiye**, Ankara:TÜBİTAK Yayını,1996

İnternet Kaynakları:

- http://mpa.ub.uni-muenchen.de/2366/1/MPRA_paper_2366.pdf
- <http://econ.tau.ac.il/papers/publicf/Zeltzer1.pdf>

<http://xroads.virginia.edu/~HYPER/DETOC/assoc/13putn.html>

http://www.kongar.org/makaleler/mak_mi.php

<http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=inovasyon&ayn=tam>

http://www.urak.org/URAK_Yayinlar/URAK_Kumelenme_Inovasyon.pdf

http://www.hasmendi.net/makale_gurak/Yaratıcı_Zeka.pdf

<http://129.3.20.41/eps/it/papers/0509/0509010.pdf>

www.turkpatent.gov.tr

http://www.urak.org/URAK_Yayinlar/URAK_Kumelenme_Inovasyon.pdf

<http://www.burdur.gov.tr>

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler:

Adı ve Soyadı : Durmuş ÇALIŞKAN

Doğum Yeri : Burdur / Bucak

Doğum Yılı : 1980

Medeni Hali : Bekâr

Eğitim Durumu:

Lise : 1994-1998 Bucak Yabancı Dil Ağırlıklı Lise

Lisans : 2001-2006 Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, İktisat Bölümü

Y. Lisans : 2007–2010 Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi:

İngilizce-İleri

EK**EK – 1. Anket Formu**

**BURDUR İLİ, YENİLİKÇİ OLUŞUMLARDA
SOSYAL SERMAYENİN ETKİSİ ANKET FORMU**

Sayın Katılımcı,
Bu anket çalışması, S.D.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalında, Yrd. Doç. Dr. Bekir Sami Oğuztürk danışmanlığında hazırlanan “Yenilikçi Oluşumlarda Sosyal Sermayenin Rolü ve Burdur İli Üzerine Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında yapılmaktadır. Bu çalışma ile ilimizdeki yenilikçi firmaların güvene dayalı ilişkileri ve işbirliği eğilimi düzeyleri farklı yönlerden araştırılacak ve bu düzeyin yenilik sürecine katkısı anlaşılmaya çalışılacaktır.
Bu ankete vereceğiniz cevaplar diğer cevaplarla birlikte toplu olarak yorumlanacak ve bireysel bilgi ve cevaplarınız gizli tutulacaktır.
İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Bölüm 1: Demografik Bilgiler:

1. Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()
2. Yaşınız : 18-24 () 25-34 () 35-44 () 45-54 () 55 veya üzeri ()
3. Eğitim Durumunuz: İlköğretim () Lise () Üniversite () Y.Lisans/Doktora ()
4. Yabancı dil biliyor musunuz?
Evet () Hayır ()
5. Şu anki işyerinizde kaç yıldır çalışmaktasınız?
1-3 () 4-6 () 7-10 () 11-15 () 16-20 () 21 veya daha fazla ()
6. Kaç yıldır Burdur’da yaşıyorsunuz?
1-5 () 6-10 () 11-15 () 16-20 () 21-25 () 26 yıl veya daha fazla ()
7. İşyerinizdeki pozisyonunuz nedir?
İş sahibi () Ortak () Üst Düzey Yönetici () Orta Düzey Yönetici ()
8. İşletmenizin faaliyet alanı nedir?
() Metal eşya, makine teçhizat
() Tekstil ve giyim sanayi
() Orman ürünleri ve mobilya
() Taş ve toprağa dayalı ürünler
() Gıda ve içecek
() Diğer
9. İşyerinizde kaç kişi çalışmaktadır?
1-3 () 4-6 () 7-10 () 11-15 () 16-20 () 20-30 () 30-50 ()

Bölüm 2: Firmanın Yenilikçi Yapısı:*

1. A- İşletmeniz son 5 yıl içinde yeni bir ürün geliştirdi mi?
Evet () Hayır ()
B- Evet ise, bölge açısından bakıldığında ne kadar yeni?
Tamamen () Önemli Derecede () Kısmen () Çok az ()

2. A- İşletmeniz son 5 yıl içinde yeni bir üretim yöntemi geliştirdi mi?
Evet () Hayır ()
B- Evet ise bölge açısından ne kadar yeni?
Tamamen () Önemli Derecede () Kısmen () Çok az ()

3. A- İşletmeniz son 5 yıl içinde bölgede bulunmayan yeni bir teknoloji bölge dışından satın alındı mı?
Evet () Hayır ()
B- Evet ise bölge açısından bakıldığında bu teknoloji bölge için ne kadar yeni?
Tamamen () Önemli Derecede () Kısmen () Çok az ()

4. İşletmenizde son bir yıl içinde yenilik projesi olarak
A- Firma içinde fikir tartışması gerçekleşti mi?
Evet () Hayır ()
B- Tartışılan fikirlerden yatırıma değer bulunanlar oldu mu?
Evet () Hayır ()
C- Yatırıma değer bulunan fikirler uygulamaya kondu mu?
Evet () Hayır ()

5. İşletmenizce yapılan yenilik,
Bölge piyasasında bir yeniliktir ()
Türkiye piyasasında bir yeniliktir ()
Dünya piyasasında bir yeniliktir ()

*Bu bölümdeki sorular Yrd. Doç. Dr. Bekir Sami Oğuztürk'ün "Bölgesel Kalkınmada Yenilikçiliğin Rolü ve Göller Bölgesi Üzerine Bir Uygulama" başlıklı doktora tezinde kullandığı anket çalışmasından faydalanılarak hazırlanmıştır.

6. Eğer yenilik yaptıysanız, bunun gerçekleşmesini sağlayan

	Çok önemli	önemli	Kısmen önemli	önemsiz
Firmanın mevcut birikimi				
Firma içi Ar-Ge çalışmaları				
Firma dışı Ar-Ge çalışmaları				
Üniversite ile işbirliği				
Fuarlar				
Patent hakkı				
Diğer				

7. Yaptığınız yenilik firmanızı nasıl etkiledi? (Birden fazla şık işaretlenebilir)

- Yeni pazarlara girmemi sağladı ()
- Mevcut pazarda payımızı arttırdı ()
- Maliyetleri azalttı ()
- Yeni imaj sağladı ()
- Diğer ()

8. Yaptığımız yenilik rakip firmaları nasıl etkiledi? (Birden fazla şık işaretlenebilir)

- Mevcut stratejilerine devam ettiler ()
- Yenilik yapmaya yöneldiler ()
- Fiyat indirimine yöneldiler ()
- Piyasadan çekildiler ()
- Diğer ()

9. Yaptığımız yenilik bölgeyi nasıl etkiledi? (Birden fazla şık işaretlenebilir)

- Üretimi arttırdı ()
- İstihdamı arttırdı ()
- İstihdamı daralttı ()
- Yeni faaliyet alanları oluşturdu ()
- Diğer ()

10. İşletmenizde son 5 yıl içinde aşağıdakilerden hangi(lerine)sine başvuru yapıldı?

Patent () Faydalı Model () Endüstriyel Tasarım ()

Başvurusu sonuçlanan:

Halen süreci devam eden:

Henüz resmileştirilmemiş ürün yeniliği:

11. Yenilik yapmadıysanız nedenlerini önem sırasına göre işaretleyiniz. (Birden fazla şık işaretlenebilir)

	Çok önemli	Önemli	Kısmen önemli	Önemsiz
Mevcut piyasanın yeterli olması				
Gerekli finansal kaynağı bulamamak				
İlgili kurum/kuruluşlardan yeterli desteği görememek				
Mevcut bürokrasi				
Piyasanın taşıdığı risk				
Diğer				

12. İşletmenizde son 5 yıldır Ar-Ge çalışması yapıldı mı?

Evet () Hayır ()

13. Gelecek dönemlerde Ar-Ge çalışması yapmayı planlıyor musunuz?

Evet () Hayır ()

14. İşletmeniz Ar-Ge işbirliği yapıyorsa, hangi kuruluşlardan

KOSGEB ()

TTGV ()

TÜBİTAK ()

Yurtdışı firmalar ()

Özel işletmeler ()

Diğer kamu kurumları ()

Üniversiteler ()

Diğer ()

15. Sektörünüzle ilgili ulusal fuarlara katılır mısınız?

Hayır () Evet, yılda birkaç defa () Evet, bir yılda çok kez ()

16. Hiç yurt dışındaki fuarlara katıldınız mı?

Hayır () Evet, birkaç defa () Evet, çoğu kez ()

17. Sizce yenilik oluşumunda bölge genelindeki en önemli etken hangisidir?

	Çok önemli	Önemli	Kısmen önemli	Önemsiz
Üniversiteler				
Diğer araştırma kuruluşları				
Kültürel altyapı (Eğitim, öğretim, toplumun genel yapısı)				
Fiziksel altyapı (Ulaşım, haberleşme, birlikler vb)				
Diğer rakip ve tamamlayıcı işletmeler				
Sivil toplum örgütleri				
Bölgenin talep yapısı				
Finans kurumları				
Kamusal hizmet ve olanaklar				
Diğer				

18. İşletmenizin yenilik vizyonu nedir?

	Çok önemli	Önemli	Kısmen önemli	Önemsiz
Bölge genelinde rekabet edebilme				
Ülke genelinde rekabet edebilme				
Uluslar arası alanda rekabet edebilme				
Diğer				

Bölüm 3: İşletmenin/Girişimcinin Sosyal Sermaye Açısından Yapısı

1. Genel olarak insanların çoğunun güvenilir olduğunu mu düşünürsünüz, yoksa ilişkilerinizde çok dikkatli olmayı mı tercih edersiniz?

Güvenirim () Dikkatli davranırım ()

2. Aşağıda belirtilen, iş ve sosyal ilişkilerde bulunduğunuz kurum/kesimlere güveniniz:

	Çok güvenirim	Güvenirim	Temkinli davranırım	Güvenmem
Meslektaşlar				
Müşteriler				
Tedarikçiler				
Kamu görevlileri				
Aynı din/mezhebe mensup olanlar				
Farklı din/mezhebe mensup olanlar				
Aynı etnik kökenden olanlar				
Farklı etnik kökenden olanlar				
Dünya görüşü benzer olanlar				
Dünya görüşü farklı olanlar				

3. Daha önce tanımadığımız birisi ile tatmin edici bir ticari ilişki sonrası, aranızda güven ortamının oluşacağını düşünür müsünüz?

Evet ()

Hayır ()

4. Birlikte iş yaptığımız kişilerin geneli;

	Evet	Hayır
Akrabam ya da tanıdiktır		
Aynı şehirdendir		
Aynı etnik gruptandır		
Aynı din veya mezheptendir		
Benzer siyasi görüşlerdendir		

5. İş yaşamında dürüst davranmayan birisinin hukuki ya da toplumsal olarak, bir şekilde cezalandırılacağı görüşüne katılıyor musunuz?

Tamamen katılıyorum () Katılıyorum () Kararsızım () Katılmıyorum ()

6. Lütfen en önemli unsuru işaretleyiniz (1'den 5'e kadar).

Başlıca müşterilerime karşı dürüst davranırım çünkü,

() yenisini bulmak zor ve zahmetlidir

() ticari itibarım sarsılır

() inançlarım buna müsaade etmez

() herkese karşı dürüst davranırım

() onlar da bize karşı dürüstler

7. İş yaptığınız kişilerin sözlerinde durup durmadıklarını denetlemek için ne kadar çaba harcarsınız?

Çok fazla() Oldukça () Az () Hiç ()

8. Hangi mesleki örgüt(ler)e üyesiniz?

lütfen belirtin:

9. Üyesi olduğunuz mesleki örgütlenmedeki durumunuz nasıldır?

Yöneticiyim () Aktif bir üyeyim ()

Ara sıra katılım sağlarım () Sadece üyeyim, pek aktif değilim ()

10. Aşağıda belirtilen kişi ve gruplar sizin üretim biriminizde iyileştirme yapmanıza katkısı oldu mu?

	Hiç	Az	Yeterince	Önemli ölçüde
Çevrenizdeki <i>diğer yerel firmaların katkılarından</i> (Örn <i>diğer firma uygulamalarından yararlanmak gibi</i>)				
<i>Müşterilerinizin ve malzeme tedarikçilerinizin katkılarından</i>				
<i>Destekleme teşkilatlarının (KOSGEB, İhracatçı Birlikleri, Odalar...) katkılarından</i>				
İlinizdeki üniversite vb. eğitim kurumlarının katkılarında (danışma, araştırma-geliştirme vb. faaliyetler)				

11. Diğer üreticilerle (meslektaşlarınızla), bilgi ve malzeme paylaşımı, ortak pazarlama, ortak sorunlarınız için lobi faaliyetleri gibi konularda ne derecede dayanışma içindedesiniz?

Her zaman () Genellikle () Ara sıra () Hiçbir zaman ()