



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış Bilim Dalı

**SOSYAL İNOVASYON İLE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ARASINDAKİ
İLİŞKİDE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI İLE İYİ OLUŞ
HALİNİN ROLÜ**

Duygu ERKAYA

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2021

SOSYAL İNOVASYON İLE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ARASINDAKİ İLİŞKİDE
ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI İLE İYİ OLUŞ HALİNİN ROLÜ

Duygu ERKAYA

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2021

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinleri yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan **“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ay ertelenmiştir. ⁽²⁾
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

17/06/2021

Duygu ERKAYA

¹“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez **danışmanın** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez **danışmanın** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulunun** gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, **tezin yapıldığı kurum** tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, **ilgili kurum ve kuruluşun önerisi** ile **enstitü** veya **fakültenin** uygun görüşü üzerine **üniversite yönetim kurulu** tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

* Tez **danışmanın** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.**

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında zgn olduğunu, Prof. Dr. Azize ERGENELİ danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

Duygu ERKAYA

ADAMA SAYFASI

Tezimi, ailemizin yaşam koçu, en eğlencelisi, en şakacısı, aynı zamanda en inatçısı, sevgisi ve desteğiyle varlığını her daim hissettireni, geniş vizyonuyla herkese değer katanı, 'yaşam bir risktir' mottosu ile risk almaktan hiç çekinmeyeni, benim için yeri hiçbir zaman doldurulamayacak olanı, benim kıymetli dayıcığım, Fahir ÇELİK'e ithaf ediyorum.

Seni çok erken kaybettim dayıcığım, gidilecek çok yolumuz, gerçekleştirecek çok hayallerimiz vardı, ama bana kattıkların, hissettirdiğin sonsuz sevgi ve güven, seninle geçirdiğimiz zamanlarda senden edindiğim öğretiler hepsi hayattaki yönümü belirlememi sağlıyor ve beni 'ben' yapıyor. Sen, her zaman benimlesin.

İyi ki benim pusulamsın.

Seni çok seviyorum ve çok özlüyorum, huzurla kal, nurlar içinde dinlen.

Duygu ERKAYA

Ankara, 2021

TEŞEKKÜR SAYFASI

Bu çalışmanın her aşamasında bana yol gösteren, her konuda desteğini hiç esirgemeyen, yönlendirmeleri ile çalışmama değerli katkılar sunan, güveniyle bana güç katan, her daim kendime örnek aldığım kıymetli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Azize ERGENELİ'ye,

Bu çalışmayı Türkiye'nin en değerli kurumlarından biri olan ve mensubu olmaktan gurur duyduğum ASELSAN'da yapma imkanını bana sunan ve beni bu konuda destekleyen ASELSAN Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Prof.Dr. Haluk GÖRGÜN'e

Bu çalışmayı gerçekleştirmek konusunda beni cesaretlendiren, çalışmanın her aşamasında destek veren ve değerli görüşleriyle çalışmama katkı sağlayan ASİL projesinin öncüsü ASELSAN Kurumsal Yönetim Genel Müdür Yardımcısı Prof. Dr. Hakan KARATAŞ'a,

Doğduğum günden beri sonsuz sevgi ve fedakârlıkla bana bakan, büyüten, hayatımı her daim kolaylaştırma gayreti içerisinde olan ve beni benden çok düşünen değerlilerim anneannem Zülfıye ÇELİK'e ve dedem Seyit Ali ÇELİK'e,

'*Bilginin en büyük güç olduğunu*' bana çok küçük yaşlarda öğreten, sonsuz sevgi ve destek ile bana kendimi çok şanslı hissettiren ve bugünlere gelmemi sağlayan annem Suzan ERKAYA' ya ve babam Prof. Dr. Salim ERKAYA' ya, hayatıma her daim hareket katan, yaşam enerjim, birtanecik kardeşim Nilsu ERKAYA'ya ve varlıklarından güç aldığım tüm aileme,

Veri toplama sürecinde değerli görüşleriyle çalışmama katkı sağlayan ASELSAN ailesinin değerli yönetici ve çalışanlarına,

'Geleceğe Umut Hayata Değer' mottosunu benimseyerek ASİL gruplarında gönüllü olarak görev alan, görev almasa bile fikirleriyle, önerileriyle, bağışlarıyla ASİL projesini destekleyen ve değer yaratan gönül güzel tüm insanlara

en içten duygularıyla teşekkürlerimi sunuyorum.

Sizler olmasaydınız bu çalışma gerçekleşmezdi, iyi ki varsınız.

ÖZET

ERKAYA, Duygu. *Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İyi Oluş Halinin Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2021.

Eskiden kas gücüyle farklılık yaratan insan, bilgi çağında beyin gücüyle farklılık yaratmaya başladı. Sanayi devrimi sonrasında maddi değerlerin üretilmesi olan amaç, bilgi çağında bilgi üretmek oldu. Küreselleşme ve yoğun rekabetin etkisiyle örgütler iş yapış şekillerini, yönetim yaklaşımlarını ve stratejilerini değiştirmek ve yeni pazar arayışına girmek zorunda kaldılar. Bu süreçte, bir takım toplumsal sorun ve ihtiyaçlar ortaya çıktı. Sosyal sorunların artması ile gerekli hale gelen sosyal değişim süreci 'sosyal inovasyon' kavramını karşımıza çıkardı. Sosyal inovasyon hem örgütlerin rekabet etmeleri için olmazsa olmaz bir araç, hem de tüm paydaşların ihtiyaçlarını gidermek ve sosyal fayda yaratmak için kullandıkları bir süreç haline geldi. Bu çalışmada sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi olma halinin rolü incelendi. Araştırmanın örneklemini, Türkiye'nin en büyük savunma elektroniği kuruluşu olan ve ASELSAN Sosyal İnovasyon Liderleri (ASİL) Projesi kapsamında başarılı sosyal inovasyon faaliyetleri yürüten ASELSAN'ın çalışanları oluşturmaktadır. Araştırma, 220 ASELSAN çalışanından nicel veri toplama yöntemlerinden olan anket yöntemiyle veri toplanması yoluyla gerçekleştirildi. Anketin yarısı ASİL üyelerine uygulanırken, diğer yarısı ise ASİL üyesi olmayanlara uygulandı. Bu sayede iki grubun verileri karşılaştırılarak, ayırt edici bulgular elde edildi. Değişkenler arasındaki ilişkiler, Sosyal Kimlik Kuramı, İş Özellikleri Kuramı ve Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi'nden yararlanılarak incelendi. SPSS programı ve Process makrosu kullanılarak yapılan analizlerde; ASİL üyesi olanlarda, sosyal inovasyon ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide iyi olma hali ve örgütsel vatandaşlık davranışının ayrı ayrı kısmi aracılık etkisinin olduğu tespit edildi. ASİL üyesi olmayanlarda ise sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı ve bu sebepten ötürü örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi olma halinin de modelde aracı bir etkiye sahip olmadığı gözlemlendi. Yapılan

araştırmalar ve bu çalışmada elde edilen bulgular sosyal inovasyonun örgütler açısından çok önemli katkılarının olduğunu göstermektedir. Sosyal inovasyon, örgütlerde verimliliği ve karı artıran, pozitif kurum imajının yaratılmasını destekleyen, çalışanları örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeye teşvik eden ve çalışanların iyi olma halini, motivasyonlarını ve örgüte olan bağlılıklarını olumlu etkileyen bir kavramdır.

Anahtar Sözcükler

Sosyal İnovasyon, rgtsel Vatandaşlık Davranışı, İyi Olma Hali, rgtsel Bağlılık, Sosyal Sorumluluk, Sosyal Kimlik Kuramı, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi

ABSTRACT

ERKAYA, Duygu. *The Role of Organizational Citizenship Behaviour and Well-Being On The Relationship Between Social Innovation and Organizational Commitment*, Master Thesis, Ankara, 2021.

People who used to make a difference with muscle power began to make a difference with brainpower in the knowledge era. The aim that was to produce material values after the industrial revolution changed to produce knowledge in the knowledge era. With the effect of globalization and fierce competition, organizations have had to change the way of doing business, management approaches and strategies and seek new markets. During this process, a set of social problems and needs emerged. The social change process, which has become necessary with the increase of social problems, has revealed the concept of 'social innovation'. Social innovation has become both an indispensable tool for organizations to compete and a process that all stakeholders use to meet their needs and create social benefits. This study examined the role of organizational citizenship behaviour and well-being on the relationship between social innovation and organizational commitment. The sample of the research is composed of the employees of ASELSAN, the largest defense electronics company in Turkey which conducts successful social innovation activities within the scope of ASELSAN Social Innovation Leaders (ASİL) Project. The research was conducted by collecting data from 220 ASELSAN employees via the questionnaire method, which is one of the quantitative data collection methods. Half of the questionnaire was applied to ASİL members, while the other half was applied to the employees who were not ASİL members. By this means, distinctive findings were obtained by comparing the data of the two groups. The relationships between variables were studied by using Social Identity Theory, Job Characteristics Theory and Maslow's Hierarchy of Needs Pyramid. Analyzes that were performed by using SPSS and Process macro programs showed that among ASİL members, the well-being and organizational citizenship behaviour separately has a partial-mediating

effect on the relationship between social innovation and organizational commitment. For the participants that are not ASiL members, it has been observed that social innovation has no effect on organizational commitment and therefore, organizational citizenship behaviour and well-being do not have a mediating effect on the model. The researches and the findings obtained in this study show that social innovation has important contributions to the organizations. Social innovation is a concept that increases productivity and profit in organizations, supports the creation of positive corporate image, encourages employees to exhibit organizational citizenship behaviour and affects employees' well-being, motivation and commitment to the organization.

Keywords

Social Innovation, Organizational Citizenship Behaviour, Well-Being, Organizational Commitment, Social Responsibility, Social Identity Theory, Maslow's Hierarchy of Needs Pyramid

İÇİNDEKİLER

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	i
ETİK BEYAN	ii
ADAMA SAYFASI.....	iv
TEŞEKKÜR SAYFASI.....	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER.....	x
TABLolar DİZİNİ.....	xiv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xvi
GİRİŞ	1
1.BÖLÜM LİTERATÜR TARAMASI.....	3
1.1 İNOVASYON KAVRAMI	3
1.1.1 İnovasyonun Tarihi.....	6
1.1.2 İnovasyonun Önemi	6
1.1.3 İnovasyonla İlgili Kavramlar	7
1.1.3.1 İcat/Buluş	7
1.1.3.2 Yaratıcılık	8
1.1.3.3 Yenilik.....	8
1.1.3.4 AR-GE.....	8
1.2 İNOVASYON TÜRLERİ.....	9
1.2.1 Ürün veya Hizmet İnovasyonu	10
1.2.2 Süreç İnovasyonu.....	10
1.2.3 Pazarlama İnovasyonu	10
1.2.4 Organizasyonel İnovasyon	11

1.2.5	Radikal (Yıkıcı) İnovasyon.....	11
1.2.6	Artımsal İnovasyon	11
1.3	BİREYLERİN İNOVATİF OLMA DURUMU	11
1.4	SOSYAL İNOVASYON KAVRAMI	13
1.4.1	Sosyal İnovasyonun Tarihsel Gelişimi.....	16
1.4.2	Sosyal İnovasyona Duyulan İhtiyaç	18
1.4.3	Sosyal İnovasyon Süreci	20
1.4.4	Sosyal İnovasyonla İlişkili Kavramlar	23
1.4.4.1	Sosyal Girişimcilik ve Sosyal İnovasyon	24
1.4.4.2	Örgütsel Yenilikçilik ve Sosyal İnovasyon.....	25
1.4.4.3	Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal İnovasyon	25
1.4.5	Dünyadan ve Türkiye’den Sosyal İnovatif Uygulamalar	27
1.4.6	Sosyal İnovasyon ile Diğer Değişkenler Arasındaki İlişki.....	29
1.4.6.1	Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki	29
1.4.6.2	Sosyal İnovasyon ile İyi Olma Hali Arasındaki İlişki	34
1.4.6.3	Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki.....	35
1.5	ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMI	36
1.5.1	Örgütsel Bağlılığın Boyutları	39
1.6	ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI.....	40
1.6.1	Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Boyutları.....	44
1.6.2	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki	45
1.7	İYİ OLMA HALİ KAVRAMI.....	47
1.7.1	Ryff Modeli	49
1.7.2	İyi Olma Hali ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki	52
2.BÖLÜM	ALAN ARAŞTIRMASI	54
2.1	ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI ve ÖNEMİ.....	54
2.2	ASELSAN SOSYAL İNOVASYON LİDERLERİ (ASİL) PROJESİ	54

2.2.1	ASİL Projesi ve Proje Gruplarının Tanıtımı	55
2.2.2	ASİL Projesi'ne İlişkin Genel Değerlendirme.....	66
2.3	ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ.....	68
2.4	ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE MODELİ	70
2.5	ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER.....	72
2.5.1	Sosyal İnovasyon Ölçeği	72
2.5.2	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği	73
2.5.3	İyi Olma Hali Ölçeği	73
2.5.4	Örgütsel Bağlılık Ölçeği	74
2.6	VERİLERİN ANALİZİ	74
2.6.1	Veri Setinin Analize Hazır Hale Getirilmesi	75
2.6.1.1	Veri Setinin Doğruluğu.....	75
2.6.1.2	Eksik Veri Analizi.....	75
2.6.1.3	Normallik Testi.....	76
2.6.1.3.1	Normallik Testi Sonuçları.....	76
2.6.1.3.2	Eğiklik ve Basıklık Değerleri	77
2.6.1.3.3	Lineer Dağılım İncelemesi (Q-Q Plot ve Detrended Q-Q Plot Grafığı).....	78
2.6.1.4	Çok Değişkenli Aykırı Değer Analizi.....	80
2.6.1.5	Çoklu Bağlantı ve Teklik Testi	80
2.6.2	Faktör ve Güvenilirlik Analizleri	81
2.6.3	Sosyal İnovasyon, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İyi Olma Hali Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Analizi İle İncelenmesi	86
2.6.4	Hipotez Testleri ve Sonuçları.....	87
2.6.5	Sosyal İnovasyon ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide İyi Olma Hali ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracılık Etkileri	90
3.BÖLÜM	SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	96
3.1.	TARTIŞMA VE SONUÇ	96
3.2.	ARAŞTIRMA SINIRLILIKLARI VE GELECEKTEKİ ARAŞTIRMACILARA ÖNERİLER	100

3.3. YÖNETİCİLERE ÖNERİLER.....	102
KAYNAKÇA	104
EK-1 ETİK KURUL KARARI	117
EK-2 TEZ ÇALIŞMASININ ORJİNALLİK RAPORU	118

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1:İnovasyon Tanımları	4
Tablo 2 :Sosyal İnovasyon Tanımlarının Sınıflandırılması	15
Tablo 3: ASİL Derneği Tarafından Yürütülen Faaliyetler	65
Tablo 4: Araştırma Örneklemine İlişkin Demografik Bilgiler	70
Tablo 5: Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Anlamlılık Değerleri	76
Tablo 6: Normal Dağılım Varsayımları için Betimsel İstatistikler	77
Tablo 7: Örgütsel Vatandaşlık Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları.	82
Tablo 8: Sosyal İnovasyon Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları	83
Tablo 9 : Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları	84
Tablo 10: İyi Olma Hali Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları	85
Tablo 11:Değişkenler Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Analizi ile İncelenmesi	86
Tablo 12:Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki	87
Tablo 13 :Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki	88
Tablo 14 :Sosyal İnovasyon ile İyi Olma Hali Arasındaki İlişki.....	89
Tablo 15: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki	89
Tablo 16: İyi Olma Hali ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki.....	90
Tablo 17 :ASİL Üyeleri İçin İyi Olma Halinin, Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi.....	92
Tablo 18:ASİL Üyesi Olmayanlar İçin İyi Olma Halinin, Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi	92
Tablo 19:ASİL Üyeleri için Örgütsel Vatandaşlık Davranışının, Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi	93

Tablo 20:ASİL Üyesi Olmayanlar için Örgütsel Vatandaşlık Davranışının, Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi.....	94
Tablo 21: Hipotezlerin Kabul Durumu	94
Tablo 22: ASİL Üyesi Olan ve ASİL Üyesi Olmayanlar Üzerinde Bağımsız Örneklem t-Testi ile Değişkenlerin Etkisinin İncelenmesi	95

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: İnovasyonun Boyutları.....	9
Şekil 2: Sosyal İnovasyon Süreci.....	21
Şekil 3 :İnovasyonun Sistemik Görünümü	24
Şekil 4 : Carroll'ın Sosyal Sorumluluk Piramidi.....	26
Şekil 5:Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi	34
Şekil 6:Araştırma Modeli	71
Şekil 7:Q-Q Plot ve Detrended Q-Q Plot Grafikleri	79

GİRİŞ

Tarım toplumunda insanların gelir kaynağı ve en değerli üretim faktörü topraktı. Sanayi devrimi sonrasında ise sanayileşme gücünü ilan etti ve makineler önem kazandı. Amaç, maddi değerlerin üretilmesiydi. İlerleyen süreç de ise, güçlü olan bilgi oldu. Eskiden kas gücüyle farklılık yaratan insan, bilgi çağında beyin gücüyle farklılık yaratmaya başladı. Esas amaç, bilgi üretmek oldu. Küreselleşme ve yoğun rekabetin etkisiyle örgütler iş yapış şekillerini, yönetim yaklaşımlarını ve stratejilerini değiştirmek ve yeni pazar arayışına girmek zorunda kaldılar. Bu süreçte, bir takım toplumsal sorun ve ihtiyaçlar ortaya çıktı. Yaratıcı olan ve inovasyon kapasitesini kullanan çalışanlar ve inovasyona bağlı büyüyen ve gelir elde eden örgütler diğerlerine göre daha değerli ve güçlü hale geldiler. Sermayesi yüksek olan değil, inovasyon kapasitesi güçlü olup inovasyon ekonomisi ile büyüyen şirketler fark yaratmaya başladılar. Hatta son yıllarda sosyal fayda yaratmayı hedefleyerek, sosyal ve toplumsal sorunlara çözüm bulan ve bu doğrultuda değişime öncülük eden şirketler en gözde şirketler olarak ün kazandı. Sosyal inovasyon, hem örgütlerin rekabet etmeleri için olmazsa olmaz bir araç hem de tüm paydaşların ihtiyaçlarını gidermek ve sosyal fayda yaratmak için kullandıkları bir süreç haline geldi. Sürdürülebilir kalkınma konusunda da gerekliliği dikkate alındığında sosyal inovasyona olan farkındalığın artması her geçen gün daha önemli hale gelmektedir.

Bu çalışmanın amacı, sosyal inovasyon, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi oluş hali kavramlarını inceleyerek, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi oluş halinin aracılık rolünü araştırmaktır. Sosyal inovasyonun örgütsel bağlılığı anlamlı olarak etkilemesinin altında yatan sebeplerin analiz edilmesi planlanan bu çalışmada dört bölüm bulunmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, sosyal inovasyon, örgütsel vatandaşlık davranışı, iyi olma hali ve örgütsel bağlılık kavramları ile ilgili literatür taramasına yer verildi ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen diğer çalışmalar özetlendi. Bu kavramların tanımlarına, boyutlarına ve araştırma sorusuna katkı sağlayabilecek tüm yönlerine yer verilmeye çalışıldı. Ayrıca, bu

bölümde Türkiye ve Dünya'dan sosyal inovatif uygulama örnekleri sunuldu. Araştırma konusu ile ilgili olduğu düşünülen Sosyal Kimlik Kuramı, İş Özellikleri Kuramı ve Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi hakkında da bu bölümde bilgi verilerek konunun teorik bir çerçeveye oturtulması amaçlandı.

Çalışmanın ikinci bölümünde, öncelikli olarak araştırmanın ne amaçlı yapıldığı, neden önem taşıdığı ve kapsamı hakkında bilgi verildi. ASELSAN Sosyal İnovasyon Liderleri (ASİL) projesinin ve bu proje kapsamında yer alan çalışma gruplarının tanıtımı yapıldı. Projenin başlangıcından 2020 yılına kadar ASİL tarafından gerçekleştirilen faaliyetler de bu bölümde belirtildi. Ayrıca, yapılan literatür taraması ışığında, ASİL projesinin hangi yönleriyle sosyal inovasyon projesi niteliği taşıdığı ve projenin çalışanlara ve örgüte olan katkısı değerlendirildi. Ardından araştırmanın modeli, evreni ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, kullanılan istatistiksel yöntemler ve araştırma hipotezleri üzerinde duruldu. Bu bölümde son olarak, analiz sonuçlarının değerlendirilmesi yapıldı.

Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde ise, analizler sonucunda elde edilen bulgular, literatür taraması sonuçlarına göre değerlendirildi. Araştırma sınırlılıklarına ve gelecekteki araştırmacılara ve yöneticilere yapılan önerilere de bu bölümde yer verildi.

1.BÖLÜM LİTERATÜR TARAMASI

1.1 İNOVASYON KAVRAMI

Sosyal inovasyon kavramını doğru anlamak adına, öncelikle inovasyon kavramının tanımı, amacı ve kapsamını bilmek gerekir. Son yıllarda, özellikle rekabetin ve teknolojik gelişmelerin artmasının etkisiyle inovasyon kavramı popüler bir konu haline gelmiştir. Latince'de 'yeni ve farklı bir sonuç' anlamına gelen 'innovatus' kelimesinden dilimize giren inovasyon kelimesi, Türk Dil Kurumu'nda (TDK, 2020) 'değişen koşullara uyabilmek için toplumsal, kültürel ve yönetsel ortamlarda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması ve yenilik' anlamına gelen 'yenileşim' kelimesiyle tanımlanmıştır.

İnovasyon kavramı, ilk defa iktisatçı Joseph Schumpeter'in 1911'de yazdığı "Ekonomik Gelişme Teorisi" adlı kitabında ele alınmıştır. İnovasyon sürecini ve bu sürecin ekonomik kalkınma üzerindeki etkilerini ilk fark eden kişi olan Schumpeter (1934, s.66) inovasyon kavramını 'üretim faktörlerinin yeni kombinasyonudur' şeklinde tanımlamış ve bu kombinasyonun gerçekleşebileceği (5) durumdan bahsetmiştir: 'yeni bir ürünün tanıtılması veya mevcut ürünün farklılaştırılması, yeni bir üretim şeklinin tanıtılması, yeni bir piyasanın açılması, yeni bir hammadde veya yarı-mamül tedariki için kaynakların bulunması ve herhangi bir sektörde yeni bir organizasyon şeklinin uygulanması' (Sledzik, 2013, s.89-90). Ersoy ve Şengül (2008, s.60)'ün derlediği inovasyon tanımlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 1:İnovasyon Tanımları

Kaynak: (Ersoy ve Şengül, 2008, s.60)

Yazar	İnovasyon Tanımı
Schmookler(1966)	Bir işletme, kendisi için yeni bir ürün veya hizmet geliştirirse ya da kendisi için yeni bir yöntem veya girdi kullanırsa teknik bir değişiklik yapmış olur. Belli bir teknik değişikliği ilk yapan işletme inovasyonu yapandır ve yaptığı bu eylem inovasyondur.
Knight (1967)	Bir organizasyon ve onun çevresi için yeni olan bir değişikliğin gerçekleştirilmesidir.
Freeman (1982)	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.
Roberts (1987)	İnovasyon = icat + kullanım. İcat, yeni fikirler yaratmak ve bunları işler hale getirmek için ortaya konan tüm çabaları ifade eder.
Porter (1990)	Rekabet avantajı sağlayan teknolojiler ve yeni iş yapma yöntemleridir.
Drucker (1998)	Girişimcinin yeni veya mevcut kaynakları kullanarak refah yaratmasıdır.

İlk yıllarda teknik değişiklik olarak adlandırılan inovasyon kavramının, yıllar itibarıyla daha geniş çapta değişiklikleri kapsayan bir kavram haline gelmesi dikkat çekmiştir. Tinnesand (1973) tarafından yapılan çalışmada, 'inovasyon' kavramının tanımının yer aldığı (188) çalışma incelenmiş ve bu çalışmalarda yer alan 'inovasyon' tanımlarının %36'sının yeni bir fikir yaratma, %16'sının yeni bir fikir, %14'ünün bir buluşun tanıtımı, %14'ünün mevcut fikirlerden farklı bir fikir, %11'inin mevcut davranışları bozan yeni bir fikrin çıkışı, %9'unun ise bir icat şeklinde yapıldığı belirtilmiştir (Cumming, 1998, s.21).

2005 yılında uluslararası boyutta kabul edilen Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü (OECD) ile Avrupa Komisyonu'nun birlikte yayınladığı Oslo Kılavuzu'nda ise inovasyon 'işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi' olarak tanımlanmıştır.

Osburg ve Schmidpeter (2013, s.14) ise; inovasyonu 'bir fikri veya bir buluşu paydaşlar (müşteriler, hissedarlar veya toplumlar, vb.) için değer yaratan bir çözüme dönüştürmek' olarak tanımlamıştır.

King ve Anderson (2002), inovasyonun fikre dayalı olduğunu, tesadüfi değil kasıtlı olarak gerçekleştirildiğini, örgütler için fayda yaratmayı amaçladığını ve yeni fikrin ancak ticari olarak uygulanabilir hale gelmesi durumunda inovasyon olabileceğini belirtmiştir. Stevenson ve Kaafarani (2012, s.45) de yapılan işin inovasyon olarak adlandırılabilmesi için bulunması gereken üç unsuru yapılan işin benzersiz olması, fayda yaratması ve ticari olarak uygulanabilir olması şeklinde aktarmıştır.

İnovasyon kavramına ilişkin önemli hususları belirtmek gerekirse, inovasyonda yeni ürün, yeni süreç veya yeni teknoloji sunmak amaçlanmamaktadır, esas amaç sunulan yeniliklerle iç ve dış paydaşların ihtiyaçlarının giderilmesi, sorunlarının çözülmesi veya bu yeniliklerle mevcut olan çözümlerden daha etkili ve faydalı çözümler geliştirilmesidir. Ancak, inovasyon mevcut sorunları çözerken, kendisi de farklı sorunların ortaya çıkmasına sebep olabilir. Örneğin: Yeni bir teknolojik inovasyonun çıkarılması emek gücü ihtiyacını azaltabilir. Bu da istihdam sorununa yol açar. Bu doğrultuda, inovasyon çözdüğü sorun kadar yeni sorun yaratıyorsa, ürettiği faydanın boşa gideceğini söylemek yanlış olmaz. Bu durumda, inovasyonun yaratacağı sorunlarda dikkate alınmalı ve gerekirse o sorunları da gidermek için yeni inovasyon yapılmalıdır (Ateş, 2007, s.16). İnovasyon için yüksek kaynak gerektiği ve sadece büyük işletmelerde yapılabildiğine dair yaygın olan yanlış düşünceler olsa da inovasyon her büyüklükteki işletmede yapılabilir ve inovasyonun yapılması için her zaman büyük fonlara ihtiyaç duyulmayabilir (Elçi, 2008, s.8). İnovasyon, örgüt çalışanlarının tamamını ilgilendiren bir süreçtir, bu sebepten örgütün her kademesinde görev yapan çalışanlar bu sürece katkı sağlayabilirler (Şekerdil, 2017, s.65).

İnovasyonlar her zaman başarı ile sonuçlanmayabilir. İnovasyonun başarı ile sonuçlanmaması örgütler üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilir. İnovasyon için

'harcanan zaman, hammadde, işgücü ve finansal kaynakların azalması' en bilinen olumsuz sonuçlardandır (Akyüz, 2014, s.10).

1.1.1 İnovasyonun Tarihi

Varolduğu andan itibaren insanoğlu, hayatını sürdürebilmek ve ihtiyaçlarını giderebilmek için yoğun çaba sarf etmektedir. İlk çağlardan beri bu ihtiyaçların icat ve yenilikler yapılarak karşılanmaya çalışılması inovasyonun geçmişinin çok eskilere dayandığını gösterir. Dil reformunun getirilmesi, köy enstitülerinin kurulması ve 1960'larda organize sanayi bölgesi modelinin uygulanmaya başlanması Türkiye'de görülen ilk inovasyon örnekleri olarak gösterilebilir (Halaç vd., 2014, s.172).

1930'lu yıllarda Schumpeter, üretim fonksiyonuna (neo-klasik iktisat tarafından benimsenen) teknolojik ve ekonomik etmenleri de ilave ederek inovasyon kavramını gündeme getirmiştir (Er, 2013). Esas olarak inovasyon kavramı, II. Dünya Savaşı sonrasında ekonomi teorileri ve araştırmalarında yer almaya başlamıştır. İnovasyon teorisinin sürekli bir dönüşüm sürecinden geçtiğini belirtmek gerekir. 1950'li yıllarda yenilik kavramına odaklanılırken, 1960'lı yıllarda inovasyon Yönetim Teorisi'ne entegre edilmeye başlanmış ve 1970'li yıllarda inovasyonun talep eden taraf üzerindeki anlamı üzerine yoğunlaşmıştır. Bu süreci 1980'li yıllarda Süreç İnovasyonları ve 1990'lı yıllarda Hizmet İnovasyonları üzerine yapılan araştırmalar izlemiştir. Son olarak, son on yılda Açık İnovasyon üzerine tartışmalar devam ederken, son yıllarda Sosyal İnovasyonun odak konusu haline geldiği görülmektedir (Osburg, 2013, s.14).

1.1.2 İnovasyonun Önemi

"Her kuruluşun tek bir ana yetkinliğe ihtiyacı var: İnovasyon" ifadesi ile ünlü yönetim gurusu Peter F. Drucker, inovasyonun örgütler açısından ne kadar önemli olduğunu vurgulamıştır. İnovasyonun, bireyler, örgütler, ülkeler, toplumlar ve ekonomiler açısından ayrı ayrı önemi vardır; ancak bu çalışmada inovasyonun örgütler açısından önemi üzerinde durulacaktır.

Teknolojik gelişmeler, örgütlerin değişen sosyo-ekonomik hedefleri ve rekabetçi koşullar örgütlerin inovasyon yapmasını zorunlu hale getirmiştir (Mulgan vd. 2007). Örgütler varlıklarını sürdürebilmek için rekabet etmek zorundalardır.

İnovasyon, verimliliği ve karlılığı artırır, mevcut pazarda ilerleme ve büyüme sağlarken yeni pazarlara girme fırsatları sunar, bu sebeplerden ötürü inovasyon örgütler için güçlü bir rekabet aracı olarak değerlendirilir. Verimli, karlı ve rekabet gücüne sahip örgütlerin bulunduğu ekonomiler gelişir ve bu örgütler global boyutta rekabet üstünlüğü elde ederler (Elçi ve Karataylı, 2008, s.13). Ayrıca, örgütler gerçekleştirdikleri inovasyonlar yoluyla sadece dış müşterilere değil, iç müşterilere de değer katmayı hedeflerler. İnovasyon, çalışanların çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve motivasyonlarının artması açısından da örgütler açısından önemlidir.

Şekerdil (2017, s.55-56), rekabet etmek, maliyetleri azaltmak, sunulan ürün ve hizmet kalitesini artırmak, teknolojik gelişmelere ayak uydurmak ve örgüt performansını artırmak amacıyla örgütlerin inovasyon gerçekleştirdiklerini belirtmiştir.

1.1.3 İnovasyonla İlgili Kavramlar

İcat/buluş, yaratıcılık, yenilik ve AR-GE kavramları inovasyon kavramıyla karıştırılmakta, çoğu zaman bu kavramlar birbiri yerine kullanılarak hata yapılmaktadır. İnovasyon kavramını daha iyi anlamak adına inovasyonla ilişkili kavramların belirtilmesinin bu çalışmaya katkı sağlayacağı değerlendirilmiştir.

1.1.3.1 İcat/Buluş

'Yeni teknolojinin yaratılmasına' icat, 'ilk defa yeni bir şey yaratma eylemine' ise buluş denilmektedir. İcat ve buluş birbiri yerine kullanılabilen kavramlar olup, Türk Dil Kurumu sözlüğünde de aynı anlamda kullanılabilecekleri belirtilmiştir (TDK, 2020). İcat/buluş ile inovasyon arasındaki temel farklılık ise inovasyonda bir icat/buluş/fikir, iç veya dış paydaşlar veya tüm paydaşlar için değer yaratacak bir çözüme dönüşmektedir (Osburg, 2013, s.14). Şimşek ve Akın (2003, s.14) da benzer şekilde yeni buluş veya icadın ancak uygulanabildiğinde inovasyon haline gelebileceğini ifade etmiştir. İnovasyon henüz keşfedilmemiş olanı icat etmek anlamına gelmez, daha önce yapılmamış bir şeyi gerçekleştirmek ya da mevcut olanı farklılaştırmak anlamına gelir. Buluşların sonuçları, inovasyon için faydalı olabilir; ancak her buluşun inovasyona dönüşmesi beklenmez. Buluş ancak ticarileştirildiğinde, bir başka deyişle, ticari

bir başarı elde edilip toplumsal ve ekonomik fayda yaratıldığında inovasyon olur (Elçi ve Karataylı, 2008, s.15). Çetindamar ve Baktır (2009, s.36) da inovasyonda değişim sürecinin varlığına ve ticari başarı elde etmenin inovasyon açısından gerekliliğine vurgu yapmıştır.

1.1.3.2 Yaraticılık

'Yaraticılık, herhangi bir alanda yeni ve yararlı fikirlerin doğması ve inovasyon sürecinin bir parçasıdır; ancak inovasyon yaratıcılıkla geliştirilen bir fikrin uygulanmasıdır' (Yiğit, 2014, s.3; Amabile vd., 1996, s.1155; Flynn ve Chatman, 2001, s.265). Bu tanımdan anlaşılacağı üzere, inovasyon için yaratıcılık gereklidir; ancak yaratıcılığın mevcut olması inovasyonun gerçekleşmesi için yeterli bir koşul değildir. Yaraticılık ancak yenilik haline dönüşürse inovasyon gerçekleşir. Marcinelli (1997, s.21) inovasyonun ancak yaratıcı davranış sonucunda üretilen fikir, sistem ve süreçlerin örgütsel düzeyde başarılı bir şekilde ortaya konulması durumunda gerçekleşeceğini belirtmiştir. Başar vd. (2013, s.69) ise yaratıcılık ile inovasyon arasındaki ilişkiyi "Yaraticılık ile ekim, inovasyon ile biçim yapılır. Ne kadar ekim yaparsanız o kadar mahsul alırsınız." ifadeleriyle anlatmıştır. İnovasyonun ham maddesi olan yaratıcılık, inovasyonun mevcut olma sebebidir.

1.1.3.3 Yenilik

Peter F. Drucker, inovasyon ile yenilik kavramlarının karıştırılmaması gerektiğini, aksi durumda yöneticilerin en büyük tuzağa düşeceğini belirtmiştir. Ayrıca, inovasyonda 'değer yaratmanın' söz konusu olduğunu vurgulayarak, yenilik ve inovasyon arasındaki farklılığa dikkat çekmiştir. Yaraticılık yoksa yenilikten bahsetmek mümkün değildir. Yenilik, yaratıcılıktan sonra gelen inovasyonun bir aşamasıdır. Her yenilik inovasyon olarak kabul edilemezken, her inovasyonun yenilik barındırdığını söylemek mümkündür (Osburg, 2013).

1.1.3.4 AR-GE

AR-GE, inovasyonun bir parçasıdır. AR-GE kapsamında bulunan her yenilik inovasyona dönüşmez. Bir başka deyişle, AR-GE faaliyetleri ticari bir ürüne dönüşmezse inovasyon gerçekleşmiş sayılmaz. AR-GE'de esas amaç inovasyondaki gibi değer yaratmak olmayabilir, sadece yeni teknoloji, ürün veya

sistem geliştirmek amaçlanabilir. Girişimcilik zellikleri olmayan AR-GE alışanlarının herhangi bir değer yaratmaları ve bunu inovasyona dönüştürmeleri konusunda bir beklenti yoktur (Elçi, 2008, s.21). AR-GE faaliyetleri ile sadece AR-GE biriminde çalışanlar ilgilenir ve tek girdi ilgili birim çalışanlarının yaratıcı fikirleridir. İnovasyon ise işletmedeki tüm çalışanların dahil olabileceği, herkesi ilgilendiren bir süreçtir. İnovasyon her alandaki yenilikleri kapsarken, AR-GE sadece teknoloji alanındaki yenilikleri kapsayan daha dar kapsamlı çalışmalardır (Başar vd., 2013, s.75).

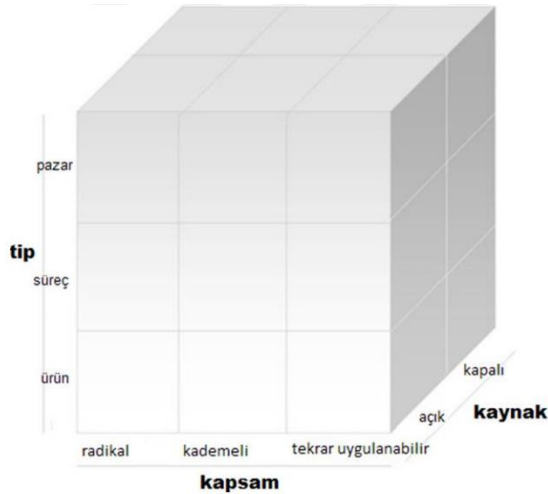
Özetle, icat/buluş, yaratıcılık, yenilik ve AR-GE kavramlarının inovasyon kavramının yerine kullanılması hatalı bir yaklaşım olacaktır. İnovasyonun girdileri olan yaratıcılık ve yenilik, mutlaka her inovasyonda bulunur. Hatta yaratıcılık, yenilik haline dnştrlp inovasyon haline gelir. AR-GE için ise aynı Şeyi söylemek mümkün değildir, her inovasyon içinde AR-GE barındırmaz.

1.2 İNOVASYON TÜRLERİ

Çalışmanın ana konusu olan sosyal inovasyon, süreç içerisinde farklı çeşit inovasyon türlerini kapsayabildiği için inovasyon türlerine ilişkin açıklama yapma ve örnekler sunma ihtiyacı hissedilmiştir. İncelenen kaynaklarda, inovasyon türlerine ilişkin farklı sınıflandırmalara yer verildiği görülmüştür.

Şekil 1: İnovasyonun Boyutları

(Kaynak: Osburg, 2013, s.15)



Schumpeter'in çalışmasına göre inovasyon, Şekil 1'de görüldüğü gibi inovasyon türlerine (ürün, süreç, pazar), boyutlarına (objektif, sübjektif), değişimin kapsamına (radikal, aşamalı, tekrar uygulanabilir) veya nasıl yaratıldığına (açık, kapalı) göre sınıflandırılmıştır (Osburg, 2013; Stummer vd., 2010). Oslo Kılavuzu'nda (2005) ise inovasyon alanlarına göre ürün/hizmet inovasyonu, süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyon olarak dört, derecelerine göre ise radikal ve aşamalı olmak üzere iki başlık altında sınıflandırılmıştır (Şekerdil, 2017, s.58). Bu çalışmada, uluslararası boyutta kabul görmüş olması sebebiyle Oslo Kılavuzu'nda yapılan sınıflandırma dikkate alınmış olup, inovasyon türlerine ilişkin açıklamalara aşağıda kısaca yer verilmiştir.

1.2.1 Ürün veya Hizmet İnovasyonu

"Mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır" (Oslo Kılavuzu, 2005). Örneğin; Getir veya Banabi gibi kısa sürede uygulama üzerinden alınan market ürünlerini istenilen yere getiren işletmeler hizmet inovasyonu için örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca, ürünün geliş aşamalarının müşterilerce takip edilebiliyor olması inovatif bir yaklaşımdır. USB ile şarj edilebilen piller ise ürün inovasyonuna örnek olarak verilebilir.

1.2.2 Süreç İnovasyonu

"Yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesidir. Bu yenilik, teknikler, teçhizat ve/veya yazılımlarda önemli değişiklikleri içermektedir" (Oslo Kılavuzu, 2005). Örneğin; Kafe ve restoranların kapalı olduğu pandemi döneminde, Starbucks yeni teslimat yöntemine geçerek Yemek Sepeti Vale uygulamasıyla siparişleri eve teslim etmeye başlamıştır.

1.2.3 Pazarlama İnovasyonu

"Ürün tasarımı veya ambalajlaması, ürün konumlandırması, ürün tanıtımı (promosyonu) veya fiyatlandırmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemidir" (Oslo Kılavuzu, 2005). Apple ürünü alan birinin, kullanacağı diğer ürünleri de Apple markasından tercih etmesi hayatını

kolaylaştırmaktadır; çünkü ürünler birbirini tamamlamaktadır. Bu sebepten Apple'ın pazarlama inovasyonunu başarılı yürüttüğünü söyleyebiliriz; çünkü bu şekilde marka müşteri için bağlayıcı hale gelmektedir.

1.2.4 Organizasyonel İnovasyon

“Firmanın ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır” (Oslo Kılavuzu, 2005). Dünya devi haline gelen Google'ın çalışanlarını üretim ve tasarıma teşvik edecek ortamlar yaratması organizasyonel inovasyon için bir örnektir.

1.2.5 Radikal (Yıkıcı) İnovasyon

Mevcut teknolojilerden ve yöntemlerden vazgeçilerek, tamamen yeni bir ürün, hizmet, süreç veya stratejinin getirilmesidir (Oslo Kılavuzu, 2005). Christensen ve Nair'e (2012, s.55) göre ise, ‘Daha önceki çözüm yollarını çöpe atan, ya da daha önce çözülememiş olan problemleri çözen ezber bozan inovasyonlardır’. Örneğin: 2007 yılında Steve Jobs'un ‘akıllı telefonu yeniden icat ettik’ ifadeleriyle Iphone'u piyasa sürmesi ve insanların televizyon izleme anlayışını tamamen değiştiren ‘Netflix’ uygulaması radikal inovasyon örnekleridir.

1.2.6 Artımsal İnovasyon

Mevcut teknolojiler ve yöntemlerin geliştirilmesi yolu ile gerçekleştirilen inovasyon yöntemidir (Oslo Kılavuzu, 2005). Örneğin: Iphone'a yeni özellikler eklenerek, Apple'ın yeni Iphone modellerini piyasaya sürmesi artımsal inovasyon örneğidir.

1.3 BİREYLERİN İNOVATİF OLMA DURUMU

Örgütler açısından olumlu çıktılar yaratan sosyal inovasyonun gerçekleştirilebilmesi için en önemli kaynaklardan biri insan kaynağıdır. Örgütlerin çalışanlarını yönlendirmeleri adına inovatif olma durumlarını etkileyen faktörleri bilmeleri önemlidir. Genetik faktörlerin bireyler üzerindeki etkilerinin göz ardı edilemeyeceği açıktır; ancak inovatif olma veya inovasyon gerçekleştirme konusunda istekli olma hali öncelikli olarak bireylerin genetiğine

dayanmamaktadır. Christensen vd. (2011) bu durumu ikizler örneğinden yola çıkarak anlatmıştır. Örneğin: İkiz kardeşlere yaratıcı düşüncelerini belirleyip paylaşmak için bir hafta verildiğini düşünelim. İkizlerden biri yalnız başına bu süreci geçirerek fikirler bulmaya çalışsın, ikizlerden diğeri ise farklı sektör ve konulardaki (10) kişi ile görüşsün, ne yaptıklarını öğrenmek adına (3) yenilikçi start-up firması ile görüşmeler yapsın, pazarda bulunan (5) yeni ürünü örneklendirsün ve kendi yarattığı prototipi (5) kişiye gösterebilir ve verilen 10 gün içerisinde neredeyse her gün 10 defa ‘Şu fikri denesem nasıl sonuç alırım? Bu fikrin işe yaramamasına ne sebep olabilir?’ gibi soruları gözlemlenme, ağ oluşturma ve deney yapma etkinlikleri sırasında etrafındakilere sorsun. İkizlerden hangisinin daha inovatif fikirler çıkaracağını düşünürüz? Her ne kadar genetik yapıları tamamen aynı olsa da bahsedilen ikinci kardeşin daha inovatif fikirler üretmesini bekleriz.

Bir girişimcinin DNA’sı beceri ve davranışlarının kombinasyonunu oluşturur. 5.000 yenilikçi girişimci üzerinde yapılan çalışmada ilişkilendirme, sorgulama, gözlemlenme, deneme ve ağ oluşturma (networking) becerilerinin diğer kişilere göre yüksek olduğu ortaya konulmuş olup, bu becerilerin dağılımının girişimcilerde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Örneğin: Kimisinin ağ kurma becerisi daha yüksekken, kimisinin sorgulama becerisi ön plana çıkabilir. Bahsi geçen bu beş özelliği kazanma ve geliştirme konusunda istekli olan herkesin inovasyon becerisine sahip olabileceği değerlendirilmiştir. Özetle, inovasyon yaratma becerisi sadece genetik bir yatkınlık değildir, aktif bir çaba gerektirir. (Raynor vd., 2011). Piyasa değeri 10 milyar USD’nin üzerinde olan şirketler arasından seçilen en inovatif 25 kuruluşta (Salesforce.com, Amazon.com, Apple, Google, Procter&Gamble, Starbucks gibi) yapılan çalışmalarda 3P (İnsanlar: People, Süreçler: Processes ve Felsefeler: Philosophies) kuralının işlediği ve inovatif çalışanların örgütün süreçleri ve felsefesi ile inovasyona teşvik edildiği görülmüştür. Bir başka deyişle, inovasyon için çalışanların sadece beceriye sahip olmaları yeterli olmayıp, örgüt tarafından yönlendirilmeleri de büyük önem taşımaktadır (Christensen vd., 2011).

1.4 SOSYAL İNOVASYON KAVRAMI

Sosyal inovasyon, herkesin sevdiği; ancak kimsenin anlamından emin olmadığı bir kavramdır (Pol ve Ville, 2009, s.881). Ekonomi (Kamu Maliyesi, İşgücü Piyasası), İşletme, Sosyoloji, Siyaset ve Psikoloji alanları (Rüede ve Lurtz, 2012, s.1) gibi birçok alanda araştırılan ve etki alanı geniş olan bir kavram olan sosyal inovasyonun genel kabul gören bir tanımı bulunmamaktadır (Pol ve Ville, 2009, s.882). Sosyal inovasyon tanımı ve anlamı uygulama alanına, kullanıldığı sektöre, kullanıldığı ülkeye ve uygulayıcıların bakış açısına göre farklılık gösterebilmektedir. Hancioğlu ve Atay (2018, s.57, s.83)'ın İsviçre ve Türkiye Ulusal İnovasyon Sistemleri'nin karşılaştırılmasına yer verdikleri çalışmada da ülkelerin ulusal inovasyon sistemine ilişkin yaklaşımlarının farklı olduğu ve standardize edilmiş bir ulusal inovasyon sisteminden bahsedilemeyeceği belirtilmiştir. Örneğin: Hindistan'ın kırsal bölgesinde yer alan sosyal ihtiyaçlarla İngiltere'de yer alan sosyal ihtiyaçlar aynı değildir, bu da sosyal inovasyona ilişkin algıların iki ülkede farklı olmasına sebep olmaktadır (Caulier-Grice vd., 2012).

Sosyal inovasyon, bir önceki bölümde bahsi geçen inovasyon çeşitlerinden bir veya birkaçını veya daha fazlasını içerebilir, bir başka deyişle daha bağlamsal ve kavramsal bir yaklaşıma sahiptir (Moulaert ve Sekia, 2003, s.294). Literatürdeki çoğu kaynakta, inovasyon çeşitlerinden biri olarak nitelendirilmeyen sosyal inovasyon, yeni bir sosyal süreç veya yükselen sosyal bir paradigma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Zapf'a göre (1991, s.177) sosyal inovasyon, 'toplumsal değişimin yönünü etkileyen ve sorunları mevcut uygulamalardan daha iyi çözen, taklit edilmeye ve kurumsallaştırılmaya değer yeniliklerdir'.

Sosyal inovasyonu, Bouchard (1999), 'sosyal bir durumu iyileştirmek veya sosyal bir soruna çare bulmak için geliştirilen her yeni yaklaşım, uygulama, müdahale veya ürün' olarak tanımlarken (Yıldırım ve Aşkun, 2017, s.2) benzer şekilde Goldenberg (2004) de 'İnsanların hayatlarında gerçek bir fark yaratmak

için sosyal ve ekonomik sorunlarla başa çıkmanın somut yollarını bulmak' olarak tanımlamıştır.

Phills vd. (2008), sosyal inovasyonu 'Daha etkili, verimli, sürdürülebilir veya sadece mevcut çözümlerden daha etkili olan ve yaratılan değer bireylerden ziyade öncelikle bir bütün olarak toplumu etkileyen bir sosyal soruna yeni bir çözüm' olarak ortaya çıktığını belirtse de bu tanımın aksine Pol ve Ville (2009, s.878) birey refahını ön planda tutarak 'sosyal inovasyonların birey refahını iyileştirme amacına odaklanan yeni fikirler etrafında gerçekleştiğini' belirtmiştir. Ayrıca, yeni fikrin sosyal inovasyon olarak kabul edilebilmesi için yaşam kalitesi (Ör.: temiz hava ve suyun varlığı) ve yaşam süresini (Ör.: uzun ömür) iyileştirme potansiyeline sahip olması gerektiği vurgulanmıştır (Pol ve Ville, 2009, s.881). Bu tanıma destekler şekilde, Avrupa Politika Danışmanları Bürosu'nun raporunda (BEPA, 2010) da sosyal inovasyonun bireylerin, grupların veya toplulukların problemlerini çözerek yaşam koşullarını iyileştirmeyi ve refah seviyelerini (iyi olma hallerini) yükseltmeyi amaçladığı belirtilmiştir (BEPA, 2010).

Dawson ve Daniel (2010, s.10) ise sosyal inovasyonu, 'iyileştirilmiş refah hedefine ulaşmada grupları destekleyen yeni kavramların, stratejilerin ve araçların geliştirilmesi' olarak tanımlamıştır.

Sosyal İnovasyon Uluslararası El Kitabı'nda (Moulaert, 2013) sosyal inovasyon için verilen tanımlardan biri de sosyal varlık olan insanın dışlanma, yoksunluk, yabancılaşma ve refah eksikliğini gidermeye yardımcı olan ve insanın gelişimine olumlu katkıda bulunan eylemler için kabul edilebilir olan çözümlerdir.

Avrupa Komisyonu'nun 2013 yılında yayınlanan Sosyal İnovasyon Rehberi'nde (European Commission, s.6) ise sosyal inovasyon 'sosyal ihtiyaçları karşılamak ve yeni sosyal ilişkiler veya iş birlikleri yaratmak için yeni fikirlerin geliştirilmesi ve uygulanması' olarak tanımlanmıştır. Sosyal inovasyonun insan refahını iyileştirmeyi amaçladığı özellikle vurgulanmıştır.

Topsakal ve Yüzbaşıoğlu (2017, s.565) ise çalışmalarında sosyal inovasyonu, koşul ve etkenleri sosyal, ekonomik ve çevresel sorunlar sonucu belirlenen, bu

sorunlara etkili çözümler bulma amacını taşıyan ve sonuç olarak sosyal değişimin gerçekleştiği farklı aktörler tarafından uygulanan bir süreç olarak tanımlamıştır.

Tablo 2 :Sosyal İnovasyon Tanımlarının Sınıflandırılması

(Kaynak: Rüede ve Lurtz, 2012, s.9)

Kategori İsmi	Toplumda veya toplum için iyi bir şey yapmak	Sosyal uygulamaları veya sosyal yapıyı değiştirmek	Kentsel ve toplumsal kalkınmaya katkıda bulunmak	İş süreçlerini yeniden düzenlemek	Teknolojik yenilikleri kültürel anlam ve uyum düzeyiyle aşlamak	Sosyal hizmet alanında değişiklik yapmak	Dijital bağlantı yoluyla yenilik yapmak
Yol Gösterici Soru	Daha iyi bir toplum için hangi inovasyonlara gerek var?	İnsanların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulduklarına ilişkin değişiklikler hakkında ne söyleyebiliriz?	İş ihtiyaçlarını değil, insan ihtiyaçlarını dikkate aldığımızda topluluk düzeyinde kalkınmaya nasıl yaklaşabiliriz?	Teknolojik yenilikleri dışarda bırakırsak, organizasyonlar daki yenilikler hakkında başka ne söyleyebiliriz?	Bir teknolojinin başarılı bir inovasyona dönüşmesi için başka ne gereklidir?	Sosyal hizmetin hedeflerine daha iyi ulaşmak için profesyonel sosyal hizmet sunumunu nasıl geliştirebiliriz?	İnsanların sosyal ağlarda dijital olarak birbirine bağlı olduğu bir dünyada yenilik yapmak için ne gibi imkanlara sahibiz?
Örnek	Mikrokredi	Evlenmemiş Topluluk	Katılımcı Bütçe	Proje Organizasyonu	Teknolojik Bir Buluşu Kültürel Bağlama Uvarlamak	Sokak İşçisi	Kitle Kaynak Kullanımı
Kullanıcılar	Toplumun Sosyal İyi Olma Halini Yükseltmek İsteyen Tüm Aktörler	Sosyologlar	Kentsel Geliştirici (Kamu veya Sivil)	İnsan Kaynakları Yetkilileri	İş İnovasyonundan Sorumlu Kişiler	Sosyal Hizmet Uzmanları	Sosyal Dijital Dünyayı İş İnovasyon Sürecine Dahil Eden Kişiler
Kaynak Sayısı	127	53	39	28	11	8	2

Rüede ve Lurtz (2012), sosyal inovasyon kavramının çok çeşitli disiplinlerde kullanılması sebebiyle tanımında belirsizlikler olduğunu belirterek (318) kaynakta buldukları (268) sosyal inovasyon tanımını (7) başlıkta sınıflandırmış, her başlık için yol gösterici soru, örnek ve bu başlıktaki tanımı benimseyen kullanıcıları belirtmişlerdir (Tablo 2). Çalışmada belirlenen sosyal inovasyon tanımları; 1-Toplumda veya toplum için iyi bir şey yapmak, 2-Sosyal uygulamaları veya sosyal yapıyı değiştirmek, 3-Kentsel ve toplumsal kalkınmaya katkıda bulunmak, 4-İş süreçlerini yeniden düzenlemek, 5-Teknolojik yenilikleri kültürel anlam ve uyum düzeyiyle aşlamak, 6-Sosyal hizmet alanında değişiklik yapmak ve 7-Dijital bağlantı yoluyla yenilik yapmaktır.

Tablo 2’de görüleceği üzere; sosyal inovasyon kavramı için en çok kullanılan tanımlar, ‘Toplumda veya toplum için iyi bir şey yapmak’ ve ‘Sosyal uygulamaları veya sosyal yapıyı değiştirmek’ olarak karşımıza çıkmıştır. Sosyal inovasyonda amaç, meydana gelen sistemsel değişim ile bireysel ve toplumsal

refahın sağlanmasıdır. Alan yazında da sosyal inovasyonun toplum faydasına katkı sağlayacak sosyal çıktıları barındırması gerekliliği konusunda görüş birliği olduğu görülmektedir (Topsakal ve Yüzbaşıoğlu, 2017, s.568; Harrison, 2012).

Sosyal ve inovasyon kelimelerinin birleşiminden oluşan 'sosyal inovasyon' kavramı, acaba sosyal yönü olan her inovasyon, sosyal inovasyon mudur? sorusunu akla getirmektedir. Her inovasyon sosyal bir yön içerebilir, bu inovasyonun sosyal inovasyon olduğu anlamına gelmez. Örneğin; Facebook ve Instagram gibi sosyal medya uygulamaları, teknolojik inovasyon örnekleridir. Kişilerin sosyalleşmesine katkı sağlamaları ve özellikle yalnızlık problemi çeken veya sosyal olmayan kişilerin topluma kazandırılması durumları dikkate alındığında, bu inovasyonların sosyal yönlerinden söz etmek gerekir, ancak bu durum bu inovasyonların bir sosyal inovasyon olduğu anlamına gelmez. Bu uygulamaların piyasaya çıkarılmasındaki amaç, sosyal fayda yaratmak değildir. İnovasyonun sonuçlarına değil, çıkış amacının ne olduğuna odaklanılması gerekir (Akçil, 2019). Belirleyici olan faktör inovasyonun nerede ve ne şekilde gerçekleştirildiği değil; sosyal inovasyonun kime yönelik ve hangi problemi çözmek amaçlı yapıldığıdır (Koç, 2010, s.206).

Farklı disiplinlerden gelen araştırmacılar ve farklı kurumlar tarafından yapılan sosyal inovasyon tanımlarının çeşitliliği dikkat çekse de tanımlar incelendiğinde ortak ifadeler ve amaçların belirtildiği görülmektedir. Buraya kadar yer verilen tanımların çoğunda amaç, mevcut veya potansiyel sorunlara çözüm bulmak ve sosyal ilişkileri şekillendirmek olarak ifade edilmiştir. Bu amaca ulaşmak için belirtilen araçlar ise yeni veya iyileştirilmiş ürünler, hizmetler, fikirler, uygulamalar ve yaklaşımlardır. Başarı ile sonuçlanması durumunda ise sorunlara bulunan çözümlerle sosyal faydaların doğması, yaşam kalitesinin ve refah seviyesinin yükselmesi beklenmektedir.

1.4.1 Sosyal İnovasyonun Tarihsel Gelişimi

Sosyal inovasyon kavramı, 1950-1960'lı yıllarda ilk defa gündeme gelmeye başlamıştır. Kavram 1980-1990 yıllarında yaygınlaşmaya başlamıştır.

19. yüzyılda sosyal inovasyon kavramını ilk olarak Max Weber 'sosyal keşif' biçiminde kullanarak literatüre kazandırmıştır. 1930'lu yıllarda ise Joseph Schumpeter ekonomik gelişmelerin yaşanabilmesi için teknolojik inovasyonun yanında sosyal inovasyonun da mevcut olması gerektiğini vurgulamıştır.

20.yüzyılda Sosyolog William F. Ogburn, yapmış olduğu çalışmalarla teknolojik inovasyon ile sosyal inovasyon arasındaki farklılıkları ilk ortaya çıkaran kişi olmuştur. Ogburn tarafından sosyal inovasyon 'sosyal ilişkilerin ve düzenin yapılandırılması' olarak tanımlanmıştır.

Avusturyalı yönetim bilimci Peter F. Drucker da inovasyonun sadece teknik bir süreç olmadığını, aynı zamanda sosyal ve ekonomik bir süreç olduğunu belirterek 1980'lerde sosyal inovasyonun ender savunucularından olmuştur (Cajaiba ve Santana, 2013, s. 47).

1990'lı yıllarda, toplum faydasına yürütülen sosyal faaliyetlerin örgütlere katkı sağlayacağı fikri kabul edilmeye başlanmış ve bu konuda örgütlerin farkındalıkları artmıştır (Kanter, 2011, s.75).

1976 yılında mikrokredi sistemi ile yoksullara destek veren Grameen Bankası'nı kuran Muhammad Yunus'un 2006 yılında Nobel Barış ödülü alması da sosyal inovasyona olan ilgiyi artırmıştır.

2008 krizi sonrası sosyal inovasyon araştırmaları ve uygulamalarında artış görülmüş olup, ülkeler sosyal inovasyon kapasitesilerini artırma ve sorunlarını bu yolla çözüme çabası içerisine girmişlerdir (Murray, 2008, s.5).

Avrupa Birliği 2020 Stratejileri'nde akıllı büyüme stratejilerinden biri olarak 'Yenilikçilik Birliği' nin belirlenmesi, bu girişime ilişkin eylem planının hazırlanması ve sosyal değişimlere ilişkin yapılan çözümler sosyal inovasyonun küresel boyutta önem kazanmasına ilişkin önemli bir aşama olmuştur. Ayrıca, inovasyon konusunun 2023 Türkiye stratejileri içerisinde yer alıyor olması da konuya verilen önemi vurgulamaktadır (Soylu, 2011).

1.4.2 Sosyal İnovasyona Duyulan İhtiyaç

Sanayi devrimi sonrası kırsal kesimden kentlere olan göçler artış göstermiş olup, hızlı kentleşme ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere birtakım sorunların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bir taraftan teknolojik gelişmelerde hızlanmış ve kişilerin yeteneklerini değiştirmelerini mecbur kılmıştır. Bu süreçte teknolojik gelişmelere uygun olacak şekilde yeteneklerini değiştiremeyenler ve değişen iş modellerine ayak uyduramayanlar hem toplumdan hem de iş hayatından kendilerini dışlanmış hissetmişlerdir. Bu tarz sorunlar sosyal sorunların da artmasını tetiklemiş ve sosyal değişim ihtiyacı meydana gelmiştir (Topsakal ve Yüzbaşıoğlu, 2017, s.573). Sosyal sorunların artması ile gerekli hale gelen sosyal değişim süreci 'sosyal inovasyon' adında yeni bir kavramı karşımıza çıkarmıştır.

Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen 'Ortaklıklar ve Ağlar Hibe Programı' kapsamında verilen dijital sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon eğitiminde dijital araçlar yoluyla farkındalığın artması, tek aktöre dayalı modeller yerine işbirliğine dayalı modellerin önem kazanması, rekabet piyasasında başarı kriterlerinin değişmesi, sosyal ekonomi ve dayanışma ekonomisinin yükselmesi, yenilikçi sosyal finansal araçların ortaya çıkması ve sürdürülebilir kalkınmanın işbirliği gerektirmesi, sosyal inovasyon kavramını besleyen günümüz trendleri olarak anlatılmıştır.

Sosyal inovasyon karşılanmamış ihtiyaçları karşılamak ve insanların yaşamlarını iyileştirmek için çalışan yeni fikirlerdir. Bu ihtiyaçların karşılanmasında teknolojinin belirleyici bir rolü ve katkısı vardır; ancak kalıcı çözümlere ulaşmak davranış değişikliği gerektirmektedir, buna da yardımcı olan esas unsur sosyal inovasyondur (Mulgan vd.,2007, s.8). Aynı çalışmada Mulgan vd. (2007, s.8), günümüzde sosyal inovasyona duyulan ihtiyacın artmasına sebep olan durumları aşağıdaki gibi özetlemiştir.

- **Artan Yaşam Beklentisi:** Artan yaşam beklentisi sebebiyle emeklilik, bakım ve karşılıklı desteğin düzenlenmesi ve yeni tip konut modelleri,

kentsel tasarım, iklim değişiklikleri ve izolasyonla mücadele konularında yeni yöntemlere ihtiyaç duyuluyor.

- **Ülkeler ve Şehirlerde Artan Çeşitlilik:** Ayrımcılık ve çatışmayı önlemek için okul, dil eğitimi ve barınma anlamında yenilikçi yolların organize edilmesi gerekiyor.
- **Eşitsizlik:** Birçok toplumda şiddetten akıl hastalığına kadar birçok sosyal hastalıkla ilişkilendirilme eğiliminde olan konular mevcut ve bu konuların çözümü yeni yöntemleri gerektiriyor.
- **Uzun Vadeli Hastalıkların Görülme Sıklığı:** Depresyon, kanser, kalp hastalıkları ve diyabet gibi uzun vadeli hastalıklara yönelik yeni sosyal çözümlerin ve yeni tıbbi destek modellerine ihtiyaç duyuluyor.
- **Refahın Sebep Olduğu Davranışsal Sorunlar:** Obezite, hatalı beslenme ve hareketsizliğin yanı sıra alkol, uyuşturucu ve kumar gibi problemlerin çözümüne ilişkin yeni yöntemler bulmak gerekiyor.
- **Yetişkinliğe Geçişte Zorluklar:** Gençleri daha istikrarlı kariyerlere, ilişkilere ve yaşam tarzlarına yönlendirmek için yeni yöntemlere gerek duyuluyor.
- **Mutluluk:** Artan Gayrisafi Yurtiçi Hasılat (GSYİH) ile durgun refah seviyesi arasındaki uyumsuzluk ve gerçek refahın azalması örgütlerin yeni düşünme yolları/çözümleri bulmalarını gerektiriyor.

Sürekli gelişim gösteren teknoloji, yaşanan ekonomik krizler, artan küreselleşme, rekabet ve salgınlar sebebiyle sosyal problemlerin gün geçtikçe çeşitlendiğini ve artış gösterdiğini, bu sebepten ötürü sosyal inovasyon uygulamalarına ilişkin ihtiyaçların da gün geçtikçe arttığını söylemek mümkündür.

Sosyal inovasyon sadece sosyal girişimler, sivil toplum kuruluşları ve hayır kurumları gibi kâr amacı gütmeyen işletmelerin faaliyetleriyle sınırlı değildir, iş dünyasında yer alan tüm firmalar bu ilerlemenin parçası olabilirler (Moulaert,

2013). Sosyal inovasyonlar, kamu sektörünün (toplum sağlığında yeni modeller), ticari pazarların (açık kaynak yazılım), akademinin (ocuk bakımında pedagojik modeller) ve sosyal girişimlerin (mikro-krediler) abaları ile sürdürülür (Mulgan vd., 2007, s.4-5).

Mulgan ve diğerleri (2007, s.8)'ne göre sosyal inovasyon 'sosyal bir ihtiyacı karşılama amacı ile motive olan sosyal amaçlar taşıyan kuruluşlar tarafından geliştirilen ve yayılan yenilikçi faaliyetler ve hizmetlerdir' (Pol ve Ville, 2009, s.880). Tüm kuruluşların belli seviyede sosyal amaçları olduğu açıktır; ancak burada vurgulanmak istenen hususun öncelikli amacı kar maksimizasyonu olmayan kuruluşlar olduğu düşünölmektedir. Sosyal inovasyonda temel amaç maddi fayda elde etmek değil, sosyal sorunlara ve ihtiyaçlara yönelik inovatif özömler getirmek ve bu süreci sürdürmektir. Sosyal inovasyonu diğer inovasyon türlerinden ayıran temel farklılık da budur (Köse, 2013, s. 32).

Günümüzde, üniversiteler sosyal inovasyon üzerine araştırma merkezleri (Stanford, INSEAD) kurdular, vakıflar ve özel merkezler (Genç Vakfı, Toronto Sosyal İnovasyon Merkezi, Viyana Sosyal İnovasyon Merkezi) sosyal inovasyon konusuna odaklanabilecekleri merkezler açtılar, devletler ise bu alandaki faaliyetlerini (ABD Sosyal İnovasyon Fonu, Avrupa İnovasyon Birliği) zamanla artırmaktadırlar (Rüede ve Lurtz, 2012, s.2).

1.4.3 Sosyal İnovasyon Süreci

Sosyal inovasyon sürecine geçmeden önce, öncelikli olarak sosyal inovasyon talebinin nasıl olduğundan bahsetmenin çalışmaya katkı sağlayacağı düşünölmüştür. Correia vd. (2017), her sosyal inovasyonun a) aktörler, b)süreçler ve iş birliği faaliyetleri, c) sosyal ihtiyaçlar, d)yenilikçilik, e) fayda ve özömler olmak üzere beş boyut içerdiğini belirtmiştir. Yıldırım ve Aşkun (2017, s.9) bu beş boyut için belirlenen başarı faktörlerine göre Türkiye'deki (10) sosyal inovasyon projesini karşılaştırmış ve çeşitli bulgulara ulaşmıştır. Bu bulgulardan dikkat çekenlerden biri projeyi başlatan kişilerin profesyonellerden veya problemin ne olduğunu öğrenen kişilerden değil, problemde bire bir etkilenen ve problemi çözmek isteyen kişilerden olması ve projelerin bu kişiler tarafından yürütömesidir. Avrupa Birliği tarafından hazırlanan sosyal inovasyon rehberinde

(European Commission, 2013, s.8) sosyal inovasyon süreçlerinin ‘uzman liderliğinde tepeden inme yani arz odaklı başlatılıp yürütülmesinden’ ziyade vatandaşların ve kullanıcıların katılımı ve yetkilendirilmesi ile ‘talebe dayalı başlatılıp yürütülmesi’ yaklaşımı da çalışmadaki bu bulguyu desteklemektedir. Özetle; sosyal inovasyonda talebin arzı oluşturması beklenir. Bu talep, hem iç hem de dış müşterilerden gelebilir.

Sosyal inovasyon sürecini inceleyen çok fazla çalışma bulunmadığı görülmüştür. Yapılan çalışmalar incelendiğinde (Murray vd., 2010; Mulgan vd., 2007; Sharra ve Nyssens, 2010; Herrera, 2015 ve Tucker, 2007) ise sosyal inovasyon sürecinin, inovasyon sürecinden farklı olmadığı dikkat çekmiştir.

The Young Foundation ve NESTA'nın (İngiltere'de bulunan ve sosyal inovasyon çalışmaları yürüten iki kuruluş) iş birliği ile hazırlanan ‘Sosyal İnovasyon’un Açık Kitabı’nda’ yer alan (6) aşamadan oluşan sosyal inovasyon süreci (Şekil 2) araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılan bir modeldir. Murray vd. (2010, s.12), bu aşamaların her zaman sıralı olmadığını (Bazı inovasyonlar direk 3. veya 4. aşamaya geçmiş olabilir) ve aralarında geri bildirim mekanizması bulunduğunu belirtmiştir.

Şekil 2: Sosyal İnovasyon Süreci
(Kaynak: Murray, Caulier-Grice, Mulgan, 2010, s.11)



- 1. İstemler, İlham ve Tanı:** Bu aşamada, amaç probleme yol açan nedenlerin tespit edilmesidir. Kriz, kamu harcamalarındaki kesintiler, yeni teknolojiler, düşük performans, strateji gibi inovasyonu gerekli kılacak durumlar dikkate alınır. Yapılan anketler, araştırmalar, gözlemler, şikayetler ve geri bildirimlerle sorunun ne olduğu ve temel nedenleri üzerine odaklanılır.
- 2. Öneriler ve Fikirler:** Fikir üretme aşamasıdır. Fikirler örgüt çalışanları, yöneticileri, hizmet kullanıcıları, açık platformlar üzerinden iletilen görüşler ve sosyal gruplar yardımıyla oluşabilir. Tasarım veya yaratıcılık yöntemleri gibi resmi metotların yanında deneyimler, gözlemler ve görüşmeler gibi resmi olmayan metotlarda fikir üretme aşamasında işe yarar.
- 3. Prototipler, Pilot Çalışmalar ve Denemeler:** Fikirlerin pratikte test edildiği aşamadır. Fikirleri iyileştirmek ve test etmek adına çok önemli bir aşamadır. Bu süreçler sayesinde başarı ölçütleri daha net belirlenir. Sosyal inovasyonlar, genellikle uygulamaya alınarak veya deneyimlenerek test edilebilir. Test edilip denenen fikirlerin yeterince etkili olmadığı, uygun maliyetli olmadığı veya beklenen çıktıları sağlamadığı düşünülürse, o fikirler bu aşamada elenir.
- 4. Destekleme:** Fikirlerin günlük pratik haline geldiği aşamadır. Bu aşamada inovasyonu ileriye taşıyacak olan firma, sosyal girişim veya hayır kurumu uzun vadeli finansal sürdürülebilirliği sağlamak için kaynak planlaması yapar. Uygun inovasyon ve iş stratejilerinin uygulanması inovasyonun sürdürülebilirliğini sağlar.
- 5. Büyüme ve Yayılma:** Bir inovasyonu büyütmek veya yayılmasını sağlamak için birçok strateji izlenebilir. Organizasyonel büyüme, lisanslama veya franchise bu stratejilerden bir kaçıdır. Çoğu sosyal fikir öykünme(özenme) yoluyla yayılır.
- 6. Sistemsel Değişim:** Sosyal inovasyonun temel amacına bu aşamada ulaşılır. Sistemsel değişim, sosyal hareketler, iş modelleri, kanunlar ve

düzenlemeler, veriler ve altyapılar gibi birçok unsurun etkileşimini içerir (Murray R., Caulier-Grice J., Mulgan G., 2010, s.12-13).

Murray vd. (2010) tarafından yapılan çalışmada anlatılan sosyal inovasyon sürecine benzer şekilde, Herrera (2015, s.1469), sosyal inovasyon alanında başarılı olan ve bu durumu rekabet avantajı olarak kullanan Intel ve 3M firmalarına ilişkin vaka çalışmalarına yer verdiği makalesinde; sosyal inovasyonun bir süreç olduğunu, bu sürecin aktif olarak bilgi toplamayı gerektiren değerlendirme aşaması ile başladığını, fikirlerin tasarımı ve geliştirilmesi sonrasında test edildiğini ve sonuçların yeniliği sistematik hale getirdiğini vurgulamıştır. Son olarak, kurumsallaşma aşamasında tüm örgüt genelinde bu yeniliğin yaygınlaştırıldığı ifade edilmiştir. Tucker (2007) da yapmış olduğu çalışmasında 'fikir toplamak, fikirleri yönetmek, başarı potansiyeli olan fikirleri seçmek ve uygulamak' olmak üzere inovasyon sürecinin (4) aşamadan oluştuğunu belirtmiştir.

İnovasyon sürecinin her aşamasında bireyler, örgütler, içinde buldukları ortam vd. arasında geri besleme mekanizması çalışmaktadır. Özellikle değişen talepler ve piyasadan gelen uyarılarla süreç dinamik bir hale gelir ve doğrusal inovasyon (ürünün pazara sunulmasıyla inovasyon son bulur anlayışı) yerini sistemik inovasyona (inovasyon geri bildirimlerle beslenir ve süreç devam eder anlayışı) bırakır (Elçi, 2008, s.20).

Özetle; ihtiyacın belirlenmesi ile başlayan inovasyon süreci, ihtiyacın giderilmesi için alternatif çözümlerin masaya yatırılması, bu alternatiflerin değerlendirilmesi sonucunda mevcut alternatifler arasından en uygun olanın seçilmesi, prototipin geliştirilmesi ve uygulamaya alınması ile devam eder. Uygulamanın sonuçlarının değerlendirilmesiyle birlikte süreç gerçekleşmiş olur.

1.4.4 Sosyal İnovasyonla İlişkili Kavramlar

Çalışmanın bu kısmında, sosyal inovasyon kavramıyla yakın ilişki içerisinde bulunan 'Kurumsal Sosyal Sorumluluk', 'Sosyal Girişimcilik' ve 'Örgütsel Yenilikçilik' kavramlarına ve bu kavramlar arasındaki benzer ve farklı yönlere yer verilmiştir.

1.4.4.1 Sosyal Girişimcilik ve Sosyal İnovasyon

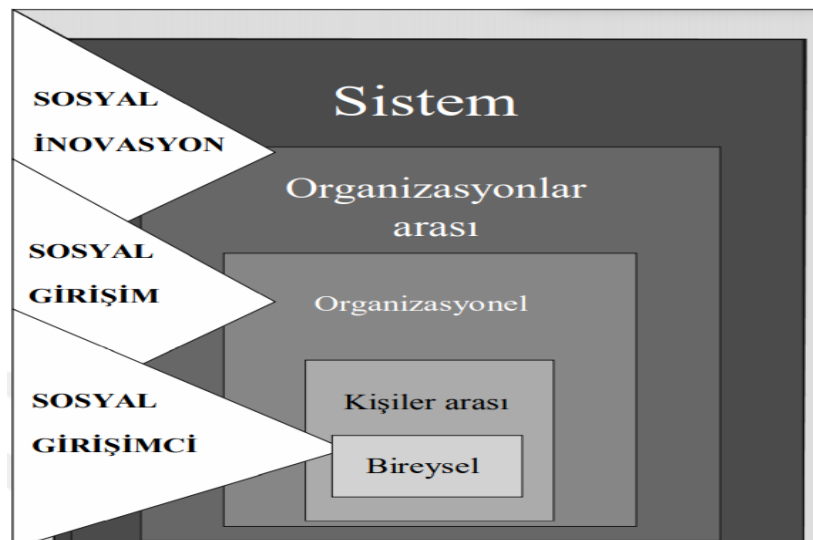
Groot ve Dankbaar (2014, s.17), hem uygulamada hem de literatürde sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon kavramlarının tanımlanmasının önemli ölçüde kafa karışıklığı yarattığını belirtmiştir.

Berzin vd. (2014), sosyal girişimleri, sosyal ve çevresel fayda yaratma misyonuna sahip, gelir elde etme amacı güden ve elde ettiği geliri tekrar misyonuna yatıran oluşumlar olarak nitelendirmiştir. Her ne kadar amaç, sosyal gereksinimlere çare bulmak olsa da sosyal girişimler sosyal ve iş menfaatlerinin sentezlendiği kar odaklı bir harekettir. Karlılık konusu, sosyal inovasyon, sosyal girişim ve sosyal girişimcilik arasındaki temel farklılıktır. Ayrıca, sosyal girişimler tarafından getirilen çözümler daha yüzeyseldir, sistemin işleyişini değiştirme çabası yoktur. Sosyal inovasyon ise, sorunların kök nedenlerine inerek, kısa vadeli çözümler yerine daha kalıcı ve sistemsel değişim yaratan yenilikler olarak karşımıza çıkar (Westley ve Antadze, 2010, s. 3).

Sosyal inovasyon, 'yalın sosyal inovasyonlar' ve 'ekonomik açıdan sürdürülebilir inovasyonlar' olarak ikiye ayrılır, sosyal girişimcilik ikinci grup içerisinde yer alır ve sosyal girişimciler, sosyal inovasyonların hayata geçirilebilmesi için önemli sosyal inovatörlerden (kamu veya özel sektör yöneticileri, liderler, vb.) biridir (Ateş, 2018, s. 12).

Şekil 3 :İnovasyonun Sistemik Görünümü

(Kaynak: Westley F., Antadze N., 2010, s. 4)



Şekil 3'te inovasyonun sistematik görünümü yer almaktadır. 'Sosyal girişimcilik bireysel veya bireyler arası, sosyal girişim örgütsel veya örgütler arası, sosyal inovasyon ise sistemsel bir değişimi ifade eder'. Sosyal girişimcilik, sosyal inovasyonun alt kümesidir. Bir başka deyişle, sosyal inovasyon sosyal girişimciliği ve sosyal girişimi de içine alan daha geniş bir kavramdır. 'Her sosyal girişimci sosyal inovasyon üretmez, her sosyal inovasyon yapan kişi de sosyal girişimci değildir' (Ateş, 2018, s. 13). Sosyal girişimin sosyal inovasyon olarak kabul edilebilmesi için toplumsal bir soruna yeni bir çözüm veya mevcutta uygulanan çözüm yolundan daha etkili bir çözüm sunup, sistemsel değişimin meydana gelmesi gerekir.

1.4.4.2 Örgütsel Yenilikçilik ve Sosyal İnovasyon

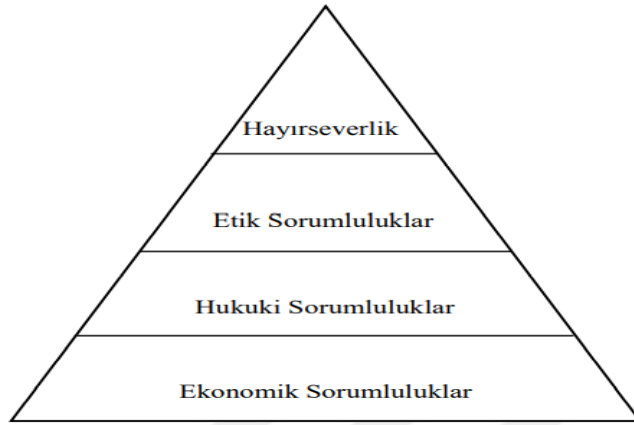
Örgütsel yenilikçilik, teknolojik, sosyal ve diğer sorunlara karşı örgütlerde gerçekleştirilen ürün, süreç veya davranışlara yönelik yapılan yenilikleri kapsar (Damanpour vd., 2009); ancak herhangi bir sosyal değişim yaratma amacı taşımamakta ve paydaş katılımı gerektirmemektedir. Sosyal inovasyonda ise sosyal değişim yaratma amacı vardır ve paydaş katılımı söz konusudur (Esen, 2015, s.8).

1.4.4.3 Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal İnovasyon

'Sosyal etki' ve 'paydaş katılımı' hem kurumsal sosyal sorumluluk hem de sosyal inovasyonun odak noktalarıdır (Esen, 2015, s.6). Şekil-4'te gösterilen Sosyal Sorumluluk Piramidini ortaya çıkaran Carroll (1991), örgütler için sosyal sorumluluğun 'ekonomik sorumluluk, yasal sorumluluk, etik sorumluluk ve hayırseverlik sorumlulukları' olmak üzere dört temel sorumluluk alanından oluştuğunu ve örgütün iyi bir kurumsal vatandaş olabilmesi için bu sorumlulukların yerine getirilmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Little (2003, s.3), işletmenin performansını, işletmeye olan güveni ve çalışan motivasyonunu artırması, sağladığı rekabet avantajı ile finansal performansı iyileştirmesi ve kurum içinde yaratıcılığı ve sürekli öğrenmeyi teşvik etmesi ile kurumsal sosyal sorumluluğun işletmeler üzerinde olumlu katkılarının olduğunu belirtmiştir. Bu bahse konu olan katkılar, aynı zamanda sosyal inovasyonun da çıktılarıdır. O

sebepten her iki kavramın, örgütlere sağladığı katkılar anlamında çok benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür.

Şekil 4 : Carroll'ın Sosyal Sorumluluk Piramidi



Birbirini tamamlayan bu kavramların benzer yönleri olduğu gibi farklı yönleri de bulunmaktadır. Tüm işletmeler, rekabet etmek için yeniliğin vazgeçilmez bir unsur olduğunu bilseler de yenilikçilik becerilerini kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına aktarmıyor olabilirler (Googins, 2013; Christensen vd., 2007). Özetle; sosyal inovasyonun aksine her kurumsal sosyal sorumluluk faaliyeti 'yenilik' içermeyebilir.

Günümüzde, sosyal inovasyon kurumsal sosyal sorumluluğun yeni bir basamağı olarak değerlendirilir; ancak toplumsal sorunlara daha sistematik ve geniş etki yaratacak çözümler bulması sebebiyle kurumsal sosyal sorumluluktan ayrışır (Googings, 2013). Kurumsal sosyal sorumluluk hayırseverlik anlayışı ile beslenirken, sosyal inovasyon 'paylaşılan bir değer' yaratma duygusu ile beslenir (Porter ve Kramer, 2013, 66).

Crets ve Celer (2013) ise 'her kurumsal sosyal sorumluluk uygulamasının sürdürülebilir sosyal ve çevresel bir etki yaratmadığına ve yeni bir ürün veya hizmet anlamında da yarar sağlamadığına' vurgu yapmıştır. Diğer taraftan, sosyal ve çevresel sorunlara çözüm olmak üzere gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları sürdürülebilir bir iş modeline dönüştürülebilirse sosyal inovasyon kavramı gündeme gelir. Bir ürün veya hizmetin sosyal inovasyon olarak nitelendirilebilmesi açısından kurumsal sosyal sorumluluk

projeleri ile alakalı olması aranılan bir unsur değildir. Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile bağlantısı bulunmayan birçok sosyal inovasyon örneği söz konusudur (Esen, 2015, s.6).

1.4.5 Dünyadan ve Türkiye’den Sosyal İnovatif Uygulamalar

Bu bölümde Dünya’dan ve Türkiye’den sosyal inovatif uygulama örneklerine yer verilmiştir.

İngiltere’de başlatılan Tempo zaman kredisi uygulaması ile farklı kesimlerden insanlar para yerine zaman kullanarak hizmet alıp vermektedirler. Genellikle piyasalarda çok önemsenmeyen tamir, terzi, bahçe işleri, çocuk bakımı, yaşlı bakımı ve engelli bakımı konularında gönüllülük esasına göre insanlar ihtiyacı olan bireylere yardımda bulunurlar ve yardımın karşılığı olarak harcanan zaman kadar bu kişilere de bu konularda hizmet verilir. Gönüllülük esasına göre yapmış olduğu yardımın sonucunda kişi, para yerine zaman kazanır, bu zamanı da sonrasında kendi ihtiyaçları için kullanabilir. Ayrıca, kamu kuruluş ve sivil toplum kuruluşları ile de iş birliği yapılarak, kazanılan zaman kredisi ile bu kuruluşların sağladığı hizmetlerden yararlanma hakkı sağlanır. Örneğin: Bir yaşlı ile geçirilen bir saatlik süre karşılığında bir kişilik tiyatro bileti kazanılabilir. (Tempo Time Credits, <https://wearetempo.org>, Erişim tarihi:20.04.2021)

HCT Group tarafından işletilen İngiltere’nin simgesi olan kırmızı otobüsler yılda 30 milyondan fazla insan taşıyor, kazanılan gelir ile uzun zamandır işsiz olanlara ve eski suçlulara sürücülük ve kişisel gelişim eğitimleri verilerek iş imkanı sağlanıyor ve ulaşım zorluğu çeken (engelliler, yoksulluk çekenler, vb.) gruplara ulaşım hizmeti veriliyor. Özetle, ulaşım üzerinden toplumdaki dışlanma ve izolasyon ortadan kaldırılmaya çalışılmakta olup, sosyal fayda yaratılmaktadır (HCT Group, <http://hctgroup.org/>, Erişim tarihi:16 Mart 2021).

Modern Yaşlanma Girişimi adıyla İsveç hükümeti tarafından yürütülen proje kapsamında geliştirilen cep telefonu uygulaması ile gönüllü olan bir genç, talebi olan bir yaşlının alışverişini yapabiliyor. Yalnızlık sıkıntısı çeken yaşlılara hem maddi hem de manevi destek sağlamak adına uygulama üzerinden yaşlılar boş

olan odalarını kiraya verebiliyorlar. Her sene düzenlenen yarışmada kazanan projenin geliştirilmesi için gereken para bağışlar yoluyla toplanıyor.

İngiltere’de genç erkeklerin intihar oranı oldukça yüksektir. The Lions Barber Collective, İngiltere’de müşterisi intihar eden bir berberin facebook üzerinden grup kurarak, berberleri bir araya getirdiği ve iyi olma hali düşük olan kişilere yardım etmeyi hedefleyen bir sosyal girişim programıdır. Orijinal saç modelleri tescil edip satıyorlar ve saç kesim tekniklerine ilişkin eğitimler veriyorlar, buradan elde ettikleri gelirleri de berberlerin duygusal ilkyardım eğitimleri için kullanıyorlar. Bu eğitimler, kişilerin psikolog veya psikiyatrist gibi olmasa bile problemi olan kişileri aktif dinleyebilecek, onları profesyonel kişilere yönlendirebilecek kadar farkındalıklarının oluşmasını sağlıyor (The Lions Barber Collective, <https://www.thelionsbarbercollective.com/>, Erişim tarihi: 16 Mart 2021).

Sihirli Otobüs (Magic Bus), çocukların eğitimleri için gerekli olan malzemelerle donatılmış bir otobüs. Bu proje kapsamında Hindistan’da eğitim imkanlarının yetersiz olduğu bölgelere gidilerek çocuklara hem akademik hem de psikolojik destek verilmektedir. Bu otobüste ders anlatımlarına, eğitim seminerlerine, kişisel gelişim programlarına ve hobi geliştirme seanslarına yer verilmektedir. Hindistan’da üniversite mezunu oranı yüzde dokuz iken, bu programa katılım sağlayan gençlerin %71’inin üniversite mezunu olması yürütülen sosyal inovasyon projesinin ne kadar başarılı olduğunun bir kanıtıdır (Magic Bus, <https://www.magicbus.org/about-us>, Erişim tarihi:08 Mart 2021).

2012 yılında kurulan ‘İnovatif Hemşirelik Derneği’ hemşirelikte yeni yöntemler bularak veya mevcut yöntemleri geliştirerek hastalara en etkin, faydalı ve maliyet etkin çözümler sunmayı amaçlamaktadır. Kuvöz içi sese duyarlı ışık sensörü, ilaç kontrol kalemleri, uzun süre yoğun bakımda yatan hastalarda oluşan yaraların tedavisi için masaj yapan yatak ve öz bakım masası gibi 100’ün üstünde ürün için patent alınmıştır (İnovasyon Sempozyum Bildiri Kitabı,2017, <https://inovatifhemsirelikderneqi.com/>, Erişim tarihi:17 Mart 2021).

Genç Gönüllüler Projesi, Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından 2015 yılında başlatılan ve çevrimiçi bir platform aracılığıyla gençlerin boş zamanlarını toplumsal fayda için değerlendirilebilmelerine olanak sağlayan bir programdır. Her proje sonunda oluşturulan gönüllülük karnesi gençlerin kendilerini tanıması, güçlü ve zayıf yönlerini görmesi, bu sayede kapasitelerinin farkında olarak kariyer planlaması yapmalarını sağlar. Gönüllülük karnesinde yüksek puana sahip olanlar kişisel gelişim eğitimlerine katılım sağlarlar (Ateş, 2018, s.20).

1.4.6 Sosyal İnovasyon ile Diğer Değişkenler Arasındaki İlişki

Sosyal inovasyon, örgütler açısından birçok olumlu çıktı yaratmaktadır. Sosyal inovasyon, örgütlerde verimliliği ve karı artıran, pozitif kurum imajının yaratılmasını destekleyen, çalışanları örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeye teşvik eden ve çalışanların iyi olma halini, motivasyonlarını ve örgüte olan bağlılıklarını olumlu etkileyen bir süreçtir. Örgütsel bağlılık, sosyal inovasyonun önemli çıktılarından biri olarak değerlendirildiğinden bu çalışma kapsamında bağımlı değişken olarak araştırmaya dahil edilmiştir. Hem sosyal inovasyon hem de örgütsel vatandaşlık davranışı gönüllülük esaslıdır, gerçekleştirildiği taktirde çalışanlara bir ödül sunulmaz, gerçekleştirilmediği durumda ise çalışanlara bir cezai yaptırım uygulanmaz. Her iki kavramda hem örgütün hem de çalışanların etkili ve verimli çalışmalarını destekler. Benzer niteliklere sahip olmaları sebebiyle, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi açıklama sürecinde 'örgütsel vatandaşlık davranışı' kavramının çalışmaya katkı sağlayacağı değerlendirilmiştir. Ayrıca, sosyal inovasyon ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunda sosyal inovasyonun önemli amaçlarından birinin bireysel, grupsal veya toplumsal düzeyde iyi olma halini yükseltmek olduğu vurgulanmakta olup, iyi olma düzeyi yüksek olan çalışanların örgüte olan bağlılıklarının da yüksek olacağı değerlendirilmektedir. Bu sebepten ötürü, 'iyi olma hali' değişkeni de çalışmaya dahil edilmiştir.

1.4.6.1 Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki

Anthony ve Tripsas (2016, s. 420), örgüt açısından olumlu çıktıları olan inovasyonların örgütsel kimlik algısını artırarak örgütsel vatandaşlık davranışı ve örgütsel bağlılık üzerinde olumlu etkisinin olduğunu belirtmiştir. Örgütsel

kimlik algısından kasıt örgütü diğerlerinden farklı kılan özellikler ve değerler sebebiyle oluşan algıdır. Güçlü ve etkin örgüt kimliği, hem iç hem de dış paydaşların örgüte karşı olumlu imaj sahibi olmalarını sağlar (Polat ve diğerleri, 2015, s.7).

Zerenler ve Celep (2011) tarafından Konya ilinde otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren (58) işletmenin yönetici ve çalışanları üzerinde anket yöntemiyle yapılan çalışmada örgütsel bağlılığın boyutlarından olan duygusal bağlılık ile yenilik kültürünün benimsenmesi arasında olumlu ilişki olduğu, devamlılık bağlılığı ile yenilik yaratma amacıyla yapılan faaliyetlerin gerçekleştirilmesi arasında olumlu ilişki olduğu ve normatif bağlılık ile çalışanların yenilik yaratma konusunda üstlerine düşen sorumlulukları üstlenmesi arasında olumlu ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal inovasyon faaliyeti gerçekleştiren kişilerin yenilik kültürünü benimsedikleri ve yenilik yaratma konusunda üstlerine düşen sorumlulukları yerine getirdikleri varsayılarak bu çalışmaya yer verilmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve inovasyon performansının örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini belirlemek adına İraz, Kalfaoğlu ve Kurnaz (2018) tarafından Konya ilinde faaliyet gösteren üç tarım ilacı üreticisi ve satıcısının toplamda 224 çalışanına anket yoluyla yapılan çalışmada çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk ve inovasyon performansına yönelik algılamalarının ayrı ayrı örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Ata ve Ataman (2020) tarafından İstanbul ilinde faaliyet gösteren 155 beyaz yakalının üzerinde anket yoluyla yapılan çalışmada kurumsal sosyal sorumluluğun örgütsel bağlılık üzerinde önemli bir etkisinin olduğu, çalışanların bağlılığını artırmak için örgütlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştirmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Bayraktaroğlu, Yılmaz ve Can (2014) tarafından İstanbul'da faaliyet gösteren özel bir bankada çalışan 155 katılımcı üzerinde anket yöntemiyle yapılan çalışmada çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel bağlılığın

alt boyutları olan duygusal ve normatif bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu, devamlılık bağlılık boyutu ile ise böyle bir ilişkinin bulunmadığı görülmüştür.

You vd. (2013) Pakistan'da bulunan 8 üniversitenin sosyal bilimler fakültelerine bağlı çalışan 245 kişi üzerinde anket yöntemiyle yaptıkları çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının çalışanların iş tatmini aracılığıyla örgütsel bağlılıklarını olumlu yönde etkilediğini belirlemişlerdir.

Ghasemi ve Nejati (2013) İran'da görev yapan 142 kişi üzerinde yaptıkları çalışmada, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile çalışanların örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Xerri ve Brunetto (2013), Avusturalya'da 1 devlet ve 2 özel hastane olmak üzere 3 hastanede çalışan toplam 210 hemşire üzerinde yaptıkları nicel çalışmada inovatif davranış, örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkileri incelemiş ve duygusal bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışının ayrı ayrı inovatif davranışlar ile arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatürde sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebepten, sosyal inovasyon ile ilişkili kavramlar olan kurumsal sosyal sorumluluk, inovatif davranış, yenilik kültürünün benimsenmesi ve inovasyon performansı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri araştıran çalışmalar incelenmiştir.

Sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi anlamak adına Sosyal Kimlik Kuramı'ndan yararlanılmıştır. 1970'li yıllarda Henri Tajfel ve John Turner tarafından geliştirilen Sosyal Kimlik Kuramı grup üyeliği, grup süreçleri ve gruplar arası ilişkileri konu alan bir sosyal psikoloji kuramıdır (Demirtaş, 2003, s.124; Argyle, 1992, s.92; Brehm ve Kassın, 1993, s.103; Hogg, 1996, s.88). Bu kuram grup üyeliğinin algısal ve bilişsel temelleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Sosyal Kimlik Kuramı'nın varsayımlarından bahsetmek gerekirse, 1. Bireyler olumlu benlik saygısı oluşturma çabası içindedirler. 2. Grup üyeliğinden kaynaklı olarak sosyal kimlik oluşur. 3. Bireyler olumlu bir sosyal kimlik

oluşturmak ve statülerini korumak için ait oldukları grubu diğer gruplara göre daha olumlu algılarlar (Tajfel ve Turner, 1979, s. 40; Van Dick, 2001, s. 269).

Sosyal sorumluluk uygulamaları, örgütlerde iş ortamını ve faaliyetleri çalışanlar için daha olumlu hale getirir. İş tatmini yüksek olan ve örgüt tarafından gerçekleştirilen bu olumlu faaliyetlere katılım sağlayan çalışanlar psikolojik, tutumsal ve davranışsal olarak daha olumlu davranışlar sergilerler (Maignan, Ferrell ve Hult, 1999; Maignan, 2001). Bir başka deyişle, hem çalışanları hem de toplum için yararlı faaliyetler gerçekleştiren bir örgütün üyesi olmak çalışanların pozitif kimlik duygusu geliştirmelerine imkan sağlar (Backhaus vd.,2002). Bu da çalışanların örgütlerine karşı olan olumlu tutumlarının artmasına sebep olur.

Araştırmaların çoğunda, kişinin bir iç gruba kendini ait hissetmesi için sosyal sınıflandırma, sosyal özdeşleştirme ve sosyal karşılaştırma olmak üzere üç süreçten geçtiği belirtilmiştir (Tajfel ve Turner, 1979; Ellemers, De Gilder ve Haslam, 2004). Sosyal sınıflandırma, kişilerin kendilerini ve çevrelerini sınıflandırmasını anlatır. Bu şekilde kişiler kendilerini sosyal grup içerisinde konumlandırmış olurlar. Sosyal özdeşleşme, kişinin kendisini ait hissettiği grubun kimliğini benimsemesini ve bu kimlik ile özdeşleşmesini anlatır. Bu durum örgüte olan bağlılığı da artırır. Sosyal karşılaştırma ise, kişinin kendini özdeşleştirdiği grup ile diğer gruplar arasında yaptığı karşılaştırmayı ifade eder (Tajfel ve Turner, 1979, s. 40-42). Grubun sosyal kimliği kişiyi mutlu etmezse, kişinin grup üyeliğini sonlandırması beklenir (Gürlek ve Tuna, 2018, s.42; Cragun ve Cragun, 2006: 71-72). Kişinin grup üyeliği devam ettiği sürece kendi grubunu diğer gruplardan daha olumlu değerlendirir, bir başka deyişle iç grup kayırmacılığı yapar. Tajfel ve Turner (1979 s.42-44), iç grup kayırmacılığının temel sebebini kişinin grubuna yapılacak her türlü değerlendirmenin kişinin kendisini de ilgilendirdiğini düşünmesinden kaynaklandığını belirtmişlerdir.

Bu bilgiler ışığında özetlemek gerekirse; bireyler üyesi buldukları grubu göz önünde bulundurarak kendilerini tanımlar, değerlendirir ve sınıflandırır. Bu sınıflandırmanın sonucunda kendilerini ait hissettikleri sosyal gruba yerleştirirler

ve bu sosyal grupla kendilerini özdeşleştirirler. Bu özdeşleşme sonucunda sosyal kimlikleri oluşur (Timur vd. ,2021, s.136; Demirtaş, 2003, s.129).

Ayrıca, bireyler temel insani güdüleri sebebiyle tüm hayatları boyunca benlik saygılarını artırma gayreti içerisindeylerdir. Benlik kavramı, kişisel kimlik ve sosyal kimlik olmak üzere ikiye ayrılır. Kişisel kimlik, kişinin sahip olduğu özellikler sebebi ile onu diğerlerinden farklı kılan kimlik algısını anlatır. Sosyal kimlik ise kişinin herhangi bir grup üyeliği sonucu meydana gelen kimlik algısını anlatır (Timur vd. ,2021, s.136; Tajfel ve Turner, 1979). Tajfel (1982, s.24) sosyal kimliği 'kişinin bir gruba üyeliğinden ve bu üyeliğe yüklediği duygusal ve değersel anlamdan kaynaklanan benlik kavramının bir parçası' olarak ifade etmiştir (Gürlek ve Tuna, 2018, s.40). Sosyal kimliği belli olan bireylerde benlik saygısı ihtiyacı sosyal kimlik tarafından karşılanır. Bireyin kendisini ait hissettiği gruba ilişkin algısı olumluysa, kendi sosyal kimliğine yönelik algısı da olumlu olur (Turner, 1987). Bunlara ek olarak, birey çalıştığı örgütün değer ve uygulamalarını başka örgütlerle kıyaslar ve başka örgütlere göre olumlu yönde ayrılan değer ve uygulamalar bireyin sosyal kimlik algısını olumlu yönde etkiler (Türker, 2009). Literatürde, örgütten edindikleri sosyal kimlikle özbenlik saygısı ihtiyacını karşılayan çalışanların, örgüte olan tutumlarının da olumlu olarak etkileneceğini belirten birçok çalışma mevcuttur. (Ata ve Ataman, 2020; Ashforth ve Mael, 1989; Dutton, Dukerich ve Harquail, 1994; Maignan ve Ferrell, 2001; Peterson, 2004; Brammer, Millington ve Rayton, 2005; Türker, 2009; Farooq vd., 2014).

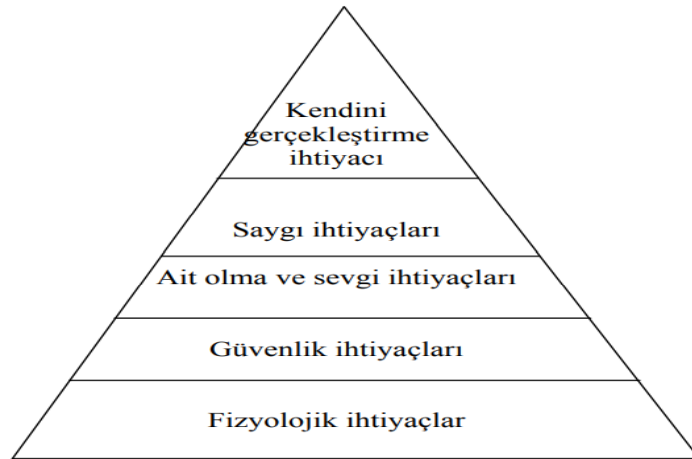
Örgütlerin gerçekleştirdikleri kurumsal sosyal inovasyon uygulamaları ve çevresel sorunları çözme konusundaki tutum ve davranışları müşterilerin şirkete ilişkin olumlu duygular geliştirmelerini sağlar, bu olumlu duygulardan biri de pozitif imaj algısıdır (Mattera ve Baena, 2012, s.135). Sosyal inovasyonun şirketin imajını iyileştirici bir etkisi vardır (Çerçi, 2019; s.100; Konda vd., 2015, s.165). Örgütün itibarı üzerinde olumlu etkiye sahip olan sosyal sorumluluk faaliyetleri çalışanın örgütle daha güçlü özdeşleşmesini sağlar (You vd., 2013, s.70-74; Peterson, 2004). Pozitif kimlik duygusu elde eden çalışanların örgüte olan bağlılıkları da artar (Ata ve Ataman, 2020, s.259).

1.4.6.2 Sosyal İnovasyon ile İyi Olma Hali Arasındaki İlişki

Sosyal inovasyon ile iyi olma hali arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır. Sosyal Kimlik Kuramı ve Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi'nden yararlanılarak bu ilişki açıklanmıştır.

Maslow, bireylerin ihtiyaçlarını önem sırasına göre hiyerarşik bir düzen içerisinde değerlendirmektedir. Fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı ve ait olma ihtiyacı bireyin eksikliğini hissettiği temel ihtiyaçlar olarak sınıflandırılırken, saygı ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı ise bireyin sürekli gelişimini sağlayan ihtiyaçlardır. Ayrıca, Maslow bu ihtiyaçları alt ve üst düzey ihtiyaçlar olarak da sınıflandırmıştır. Fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarının alt düzey ihtiyaçlar olduğunu ve dışsal etmenlerle tatmin edilebileceğini belirtirken, ait olma, saygı ve kendini gerçekleştirmenin üst düzey ihtiyaçlar içerisinde yer aldığını ve içsel etmenlerle tatmin edilebildiğini belirtmiştir (Maslow, 1943; Reid-Cunningham, 2008). İhtiyaçları giderilen bireyler kendilerini daha mutlu ve huzurlu hissederler. Bireyler kendilerini gerçekleştirdikçe daha çok tatmin edilme isteği içerisinde olurlar (Ergeneli, 2017, s.197-198). Kendini gerçekleştirme seviyesine gelebilmek için diğer alt sıradaki ihtiyaçların da karşılanması gerekir.

Şekil 5:Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi



Saygı ihtiyacı, Şekil 5'te gösterilen Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi'nin 4. basamağında karşımıza çıkar. Bu ihtiyaç hem kişinin kendine duyduğu saygıyı (özsaygı) hem de başkaları tarafından saygı görme durumunu ifade

eder. Özsaygı, bireylerin 'kendine güven, başarıya ulaşma ve özgürlük isteklerini' kapsarken, başkaları tarafından saygı görme ihtiyacı bireylerin 'prestij, takdir edilme, üstün olma ve toplumda bir yer edinme' isteklerini kapsar (Onaran, 1981, s. 15). Herhangi bir sosyal gruba kendini ait hissedenden birey, ait olma, sosyal kabul ve saygı ihtiyaçlarını karşılamış olur (Toi ve Batson, 1982).

Hellriegel vd. (1995, s.175), yaratıcılığa imkan veren, bireylere kendini geliştirebilme ve potansiyellerini açığa çıkarma olanakları sağlayan örgütlerde bireylerin kendilerini gerçekleştirme ihtiyaçlarını karşılayabileceklerini belirtmiştir.

Alzahawi (2016, s.4) de örgütlerin sosyal sorumluluk girişimlerinin çalışanların firma algısını olumlu yönde etkilediğini, bu durum karşısında çalışanların olumlu tavır ve davranış biçimleri geliştirerek mutlu olduklarını çünkü bu kuruluşların çalışanların anlam ve aidiyet duygusu gibi temel psikolojik ihtiyaçlarını karşıladıklarını belirtmiştir. Buna ek olarak, bireyler için güçlü bir içsel motivasyon unsuru olan 'başkalarına fayda yaratma düşüncesi' de bireylerin iyi olma hallerini yükseltir. İç gruba karşı hissedilen aidiyet ve bağlılığın artması, psikolojik iyi olma halini de artırır (Schmid ve Muldoon, 2015, S.87).

1.4.6.3 Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki

Sosyal inovasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır. İş Özellikleri Kuramı bu ilişkinin anlaşılabilmesine olanak sağlamıştır. Hackman ve Oldham (1975) tarafından geliştirilen İş Özellikleri Kuramı sosyal sorumluluk algılarının bireyin anlamlı bir varoluş için temel psikolojik ihtiyaçlarını nasıl karşılayabildiğini açıklamada fayda sağlamaktadır. Her ne kadar sosyal inovasyon ve sosyal sorumluluk faaliyetleri gönüllülük esaslı olup, alışlagelmiş 'iş tanımı' kapsamına girmeseler de bu faaliyetlerin yürütülmesi için bireylerin çalışma gruplarında görev ve sorumluluklarının bulunması dikkate alınarak, bu kuramdan yararlanmanın faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

İş Özellikleri Kuramı, belirli iş özelliklerinin çalışanların psikolojik durumlarında değişiklikler yaratabileceğini savunmaktadır (Alzahawi, 2016). Görevin önemi, bir başka deyişle, işin diğer insanların işleri veya yaşamları üzerinde önemli bir etkiye sahip olma derecesi, (a) çalışanların yaptıkları işi önemli ve değerli bulmalarına; (b) çalışanların işyerindeki eylemlerinin diğer insanlara fayda sağladığını düşünmelerine ve (c) çalışanların yaptıkları işe olan katkılarının diğer insanlar tarafından değer gördüğünü hissetmelerine yol açar (Alzahawi, 2016; Grant, 2008; Humphrey vd., 2007; Hackman ve Oldham, 1976). 'Başkalarına fayda sağlama' düşüncesi çalışanların işlerinden güçlü bir anlam, amaç ve değer elde etmelerini sağlar (Alzahawi, 2016; Michaelson vd., 2014).

Ayrıca, çalışanların örgütleri tarafından kendilerine değer ve önem verildiğini hissetmesi örgütsel üyelik ve rol statüsünün çalışanın öz kimliğine dahil edilmesini sağlayacak ve bu durum örgüt adına gerçekleştirilen toplum yanlısı davranışları artıracaktır (Eisenberger vd., 1990, s. 52; Brief & Motowidlo, 1986; Buchanan, 1974, 1975; Etzioni, 1961; Hrebiniak, 1974; Kelman, 1961; Levinson, 1965; Meyer & Allen, 1984; Mowday et al., 1979, 1982; O'Reilly & Chatman, 1986; Steers, 1977). Sosyal girişim faaliyetleri içerisinde yer alan çalışanların hem bireysel hem de toplu olarak örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme kapasitesini geliştirir (Rothschild, 2009). Çerçi (2019, s.105), 'sosyal inovasyon faaliyetleri gerçekleştirilen örgütlerde çalışanların anlamlı bir iş yapma, topluma hizmet etme istek ve beklentilerinin yüksek düzeyde karşılanacağını' belirtmiştir.

1.5 ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMI

Sosyal inovasyon, toplumsal sorunlara yönelik alışılmış yaklaşımları daha etkin hale dönüştürme, şekillendirme veya bu sorunlara yenilikçi çözümler bulma potansiyeline sahiptir. Sosyal ve çevresel sorunları çözen, temel güveni artıran, marka değeri oluşturan, süreçte refah ve kar yaratan bir unsurdur (Googins, 2013, s.97). İnovatif olan çalışanlar örgütün hedeflerine ulaşması konusunda örgüte daha çok katkı sağlarlar (Xeri ve Brunetto, 2014, s.3164). İnovasyonların örgütler üzerindeki önemli etkilerinden biri de çalışanların çalıştıkları işyerlerine

karşı olumlu tutum geliştirmelerini sağlaması ve bu sayede çalışanların motivasyon ve bağlılıklarının artmasıdır. Bu bölümde, sosyal inovasyonun etkilediği, çalışanların örgüte olan önemli tutumlarından olan örgütsel bağlılık kavramına yer verilmiştir.

Microsoft'un kurucusu Bill Gates 'Bu şirketin en önemli sermayesi her akşam kapıdan çıkıp gitmektedir.' ifadesiyle çalışanların bir örgüt için ne kadar önemli olduğunu vurgulamıştır. Bir kuruluşun hedefe ulaşmasında, inovasyon gerçekleştirmesinde ve istikrar sağlamasında önemli bir rol oynadığı için örgütsel bağlılık kavramı önem kazanmıştır (Garg ve Rastogi, 2009, s.43).

Örgütsel bağlılık, insan davranışları üzerinde çok önemli etkileri olan işe ilişkin tutumlardan biridir. Çalışanların iş ile zdeşleşmelerine, işe katılım sağlamalarına ve bunların sonucu olarak çalışanların çok uzun yıllar aynı işyerinde çalışmalarına sebep olabileceği gibi devamsızlık ve içten ayrılmalara da sebep olabilir (Ergeneli, 2017, s.138). Örgütsel bağlılık, bir çalışanın ait olduğu kuruluşun lehine olan çok çeşitli duyguları, tavırları, değerleri, uygulamaları ve farklı fikirlerin uygulanmasını ifade eder. Örgütsel bağlılık, herhangi bir örgütün çalışanları, yöneticileri, hissedarları ve ilgili diğer taraflar arasındaki güveni artırır, ilişkilerin gelişmesine, örgütsel iklimin iyileşmesine ve sonuç olarak örgütsel gelişime ve büyümeye sebep olur (Garg ve Rastogi, 2009, s.43).

Örgütsel bağlılığın dikkat çeken (3) temel özelliği 1- örgütün hedef ve değerlerinin kabul ve buna dair güçlü inanç 2-örgüt için maksimum çaba gösterme konusunda istekli olma ve 3-örgütün bir parçası olma konusunda güçlü isteklilik (Porter vd.,1974, s.3; You ve diğerleri, 2013, s.69) şeklinde belirtilmiştir. O'Reilly ve Chatman da (1986, s.493) benzer şekilde örgütsel bağlılığı; 'çalışanların kimliklerini örgütlerinin amaçları ile tanımlamaları, örgütün faydası için fazladan çaba gösterme konusunda istekli olmaları, örgütün değerlerini içselleştirmeleri ve kararlara katılmaları' olarak tanımlamıştır.

Van Knippenberg ve Sleebos (2006, s.574), 'örgütsel bağlılığın birey ve örgüt arasındaki sosyal değişim ilişkilerinin kalitesine bağlı olduğunu' belirtmiştir.

Çalışanların örgüte bağlılıkları tutumsal ve davranışsal bağlılık olarak iki grupta incelenebilir: Tutumsal bağlılık, bireylerin kendi değer ve amaçlarıyla örgütün değer ve amaçlarını karşılaştırdıktan sonra örgüte karşı geliştirdikleri bir bakış açısı veya 'duygusal bir yönelme' olarak düşünülebilir. Tutumsal bağlılık, birey ve örgütün değer ve amaçlarının uyum göstermesi durumunda ortaya çıkar. Davranışsal bağlılık ise 'bireylerin çok uzun süre çalıştıktan sonra örgütlerine bağlı hale gelme sürecidir'. Tutumsal bağlılıkta, bağlılığın davranışsal sonuçlarının, kararlılığa veya bağlılık değişikliğine sebebiyet veren koşullar üzerinde bir etkisi olması muhtemeldir. Davranışsal bağlılıkta ise davranıştan kaynaklanan tutumların bu davranışın gelecekte tekrar ortaya çıkma olasılığını etkilemesi beklenir (Meyer ve Allen, 1991, s.61-62). Örneğin, çok uzun yıllar aynı örgütte görev alan kişiler, belli davranış kalıpları ve tutumlar geliştirirler ve zaman içerisinde bu davranışlara bağlanırlar. Aslında örgüte değil, alışılan davranış şekline bağlanılır.

İraz, Kalfaoğlu ve Kurnaz (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk ve inovasyon uygulamalarındaki artışın örgütsel bağlılık üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Nguyen ve Nguyen (2017) tarafından 10 şirkette çalışan 350 kişi özelinde yürütülen çalışmada sosyal sorumluluk projelerinin, çalışanların şirkete olan bağlılığını artırdığı, bağlılığı artan çalışanların şirkete gerekenden daha fazla katkıda bulunma eğiliminde oldukları belirtilmiştir.

Örgütler amaçladıkları bireysel ve örgütsel düzeye erişmek için çalışanların örgüte olan bağlılıklarını artırmaya yönelik stratejiler belirlerler. Bu stratejiler doğrultusunda gerçekleştirdikleri uygulamalarla çalışanlarla olan etkileşimlerini daha iyi seviyeye getirmeye çalışırlar (Timur ve Behram, 2021, s.136). Örgüt ve çalışanlar arasındaki etkileşimi artıran ve ortak hedefe odaklanmayı sağlayan sosyal inovasyon faaliyetleri de bu bahsi geçen uygulamalara örnek teşkil eder. Balcı (2003, s.28), örgütün amaç ve değerlerini benimseyen ve kendilerini örgütlerine adayan çalışanların örgüt tarafından gerçekleştirilen tüm uygulama ve faaliyetlere aktif katılım gösterdiğini ve örgüte olan bağlılıklarının da yüksek olduğunu belirtmiştir.

1.5.1 Örgütsel Bağlılığın Boyutları

Bakış açılarındaki farklılığa göre örgütsel bağlılığın boyutları da farklılık göstermektedir. Porters vd. (1982)'ne göre duygusal ve tutumsal olmak üzere iki boyutlu olan örgütsel bağlılık, O'Reilly ve Chatman (1986)'e göre uyum, içselleştirme ve özdeşleşme olmak üzere üç boyutludur (İraz, Kalfaoğlu ve Kurnaz, 2018, s.394). Bu çalışmada, literatürde en çok kullanılan Meyer ve Allen (1991)'in üç boyutlu örgütsel bağlılık çalışması temel alınmıştır.

Örgütsel bağlılık istek/arzu, ihtiyaç ve istihdamın sürdürülmesi yükümlülüğü olmak üzere üç bileşene sahiptir. Bir başka deyişle, duygusal bağlılık, devamlılık bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üç tip bağlılıktan söz edilir. Duygusal Bağlılık, büyük ölçüde rahatlık ve kişisel yeterlilik duyguları yaratan iş deneyimlerinin sonucu olarak aynı işyerinde çalışmaya devam etme arzusu olarak tanımlanır. Örgütün amaç ve değerlerine inanan ve onları benimseyen, örgüt adına çaba sarf etme konusunda istekli olan ve örgütteki üyeliğinin devamı için arzu duyan çalışanlar örgütlerine duygusal olarak bağlıdır (Aslan, 2008, s.164; Steers, 1981, s.327; Mowday, 1998; Mowday vd., 1982).

Devamlılık Bağlılığı, iş görenin işyerinden ayrılma durumunda doğacak maliyetlerden (örneğin: alternatiflerin olmaması) kaynaklı olarak işyerinde kalma ihtiyacını anlatır. Bir başka deyişle, iş gören örgütten ayrılması durumunda kaybedeceği zaman ve emek gibi örgüte yaptığı yatırımları göz önünde bulundurarak örgüte bağlanır.

Normatif Bağlılık ise iş görenin sadakat duygusunun içselleştirilmesinden ve/veya karşılık verilmesi gereken iyiliklerden kaynaklanan kalma yükümlülüğünü yansıtır (Meyer ve Allen, 1991, s.82-83). Panaccio ve Vandenberghe (2009, s.225) ise benzer şekilde, duygusal bağlılığın organizasyonla özdeşleşmeyi ve organizasyona katılımı yansıttığını, normatif bağlılığın yükümlülük duygusundan kaynaklandığını ve devam bağlılığının ise organizasyonda kalmak için algılanan bir zorunluluğa dayandığını belirtmiştir.

Bu kavramları örnekle açıklamak gerekirse; yöneticilerini sevdiği, örgütün misyon ve vizyonunu içselleştirdiği için işinde çalışmaya devam eden çalışanın

duygusal bağlılığından, uzun yıllar aynı işyerinde görev yapan, mevcut işyerinden ayrılması durumunda kaybedeceği kıdem tazminatını düşünerek işyerinde kalma ihtiyacı duyan çalışanın devamlılık bağlılığından, hasta olan kızının tedavisinde maddi ve manevi destek veren işyerinde kalmaya devam eden çalışanın ise normatif bağlılığından bahsedebiliriz.

Örgütsel bağlılık bir çeşit duygusal bağ olarak düşünülmekte olup, örgütleri tarafından desteklenen çalışanlar örgütlerine karşı daha sıkı güven, samimiyet ve içten bağlılık (sadaikat) hissederler, bu da onları daha iyi bir örgüt üyesi yapar (Goleman, 2000, s. 154-155).

1.6 ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI

Her ne kadar araştırmaların çoğunda örgütsel vatandaşlık davranışının önemli öncüllerinden biri örgütsel bağlılık olarak gösterilsede, az da olsa örgütsel vatandaşlık davranışının da örgütsel bağlılığın öncülü olarak gösterildiği çalışmalar vardır (Shore ve Wayne, 1993; Carmen ve Çolakoğlu, 2016, Scholl, 1981, s.590). Bu çalışmada da sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi açıklamak için örgütsel vatandaşlık davranışına örgütsel bağlılığın öncülü olarak yer verilmiştir.

İşyerinde çalışanlar ve yöneticileri arasında iyi ilişkiler geliştirildiğinde karşılıklı bir düzenleme gelişmekte ve bu durum sadece çalışanlara değil, bir bütün olarak organizasyona da fayda sağlamaktadır (Cole vd. 2007). İdeal koşullar altında, işyerinde etkili ilişkiler kurulduğunda çalışanlar kendilerini desteklenmiş hissederler ve çalışanlar bu olumlu duyguları (duygusal bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve yenilikçi davranış) örgüte geri verme isteği içerisinde olurlar. Xeri ve Brunetto (2014, s.3165)' nun örgütsel vatandaşlık davranışı ve inovatif davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyen daha önce herhangi bir araştırma bulunmadığına vurgu yapılan çalışmasında örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme eğilimi yüksek olan çalışanların çoğu zaman örgütlerine değer katan davranışları kendi zararları uğruna olsa bile gerçekleştirecekleri ve bu yönde karar alacakları belirtilmiştir. Daha uzun saatler çalışmayı, işe dayalı sorunlara yenilikçi çözümler geliştirmek için fazladan zaman harcamayı ve

işyerindeki sorunları çözmeye başkalarına yardım etmeyi içeren davranışlar bu davranışlara örnek olarak gösterilebilir (Chu ve Hsu,2011). Anlaşıldığı üzere, hem örgütsel vatandaşlık davranışı hem de inovatif davranış, çalışanların mevcut iş yüklerine ek olarak fazladan iş yapmalarını gerektirir (Podsakoff vd., 2009). Çalışanların örgütleri ve çalışma arkadaşları ile ilişkileri ne kadar iyiyse, örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme ihtimalleri ve yenilikçi davranışta bulunma algıları da o kadar yüksektir (Xeri ve Brunetto, 2014, s.3164).

Bu bilgiler ışığında sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin açıklanmasında örgütsel vatandaşlık davranışının rolünün incelenmesi uygun görülmüştür.

Örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütün tanımlanmış olan ödül sistemleri içerisinde doğrudan yer almayan; ancak örgütün ve çalışanların etkin ve verimli bir şekilde çalışmasını destekleyen isteğe bağlı olan davranışlardır (Naktiyok, 2019, s.1058; Organ, 1997). Bir başka deyişle; örgütün var olması için gerekli görülen unsurlardan çok daha fazlasını yapmaya gönüllü olan çalışanların sergiledikleri fazladan rol davranışlarıdır. Benzer şekilde, Greenberg ve Baron (2000) da çalışmada örgütsel vatandaşlık davranışını 'işgörenlerin örgütün gerekliliklerinin ötesinde kendi istekleriyle kendilerinden talep edilenden daha fazlasını yapmaları' olarak tanımlamıştır.

Katz ve Kahn'ın çalışmaları örgütsel vatandaşlık davranışına zemin hazırlamıştır. Çalışmalarında, verimli örgütlere ilişkin olarak üç davranış şekli tanımlanmıştır. Bu davranışlar; 'çalışanların örgüte kazandırılması ve örgütte tutulması, çalışanların biçimsel rollerinin gerçekleştirilmesinin sağlanması ve çalışanların yenilikçi faaliyetlerde (mevcut rol tanımlarının dışında) bulunmalarının teşvik edilmesidir'. Örgüte ilişkin pozitif imaj algısının yaratılması, örgüte katkı sağlayacak yeni fikirlerin yaratılması, çalışanların kendilerini geliştirmesi ve iş arkadaşları ile iş birliği içerisinde hareket etmeleri gibi davranışlar da Katz ve Kahn tarafından belirlenen ekstra-rol (rol dışı) davranışlarıdır (Organ vd., 2006).

Ekstra rol davranışları, organizasyonu koruyan eylemleri, organizasyonu geliştirmek için yapılan yapıcı önerileri, ek sorumluluk için çalışanların kendi kendini eğitmesini, organizasyon ve çevresindeki çevreler için uygun bir iklim yaratmayı ve işbirliği faaliyetlerini içerir (Katz, 1964, s.132; Bolon 1997).

Örgüt içerisinde gerçekleştirilen her gönüllü davranış örgütsel vatandaşlık davranışı olarak değerlendirilmez. Bir davranışın örgütsel vatandaşlık davranışı olarak değerlendirilebilmesi için davranışın çalışanın bilgisi dahilinde gerçekleşmesi, örgütün tanımlanmış olan ödül sistemleri içerisinde doğrudan yer almaması ve davranışın örgütün işleyişi üzerinde olumlu etkisinin olması şartlarının yerine getirilmesi gerekmektedir (Organ,1997). Bu tarz davranışlar, çalışanın görev tanımı içerisinde yer almaz, yapılmaması durumunda cezai işlem uygulanmaz, yapılması durumunda ise biçimsel bir ödül beklentisi yaratmaz (Podsakoff vd., 2000, s. 513).

Çalışanın kişiliğinden, örgütteki çalışma süresine, örgüt kültürden çalışanın algısına kadar örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisi olan birçok faktör mevcuttur; bu çalışmada sadece araştırma sorusuna katkı sağlayacak olan faktörlerin üzerinde durulmuştur. Örgüt içerisinde örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyen çalışan sayısının fazla olması örgütün genelini olumlu etkiler, bu çalışanların beraber görev yaptıkları arkadaşları da örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme konusunda olumlu tutum geliştirirler. Bir başka deyişle, kolektif örgütsel vatandaşlık davranışı, bireylerin bu davranışı sergilemesi açısından güzel bir örnek teşkil eder (Bommer vd., 2003, s.192). Algılanan örgütsel destek de örgütsel vatandaşlık davranışlarının artmasına sebep olur. Kendilerini güven de hisseden çalışanlar örgütleri için daha fazla fedakârlık yapmak isterler (Randall vd. 1999, s.165; Wayne vd., 2005, s.594). İş tatmini de rol içi davranışlardan daha fazla rol-dışı davranışları etkilemektedir (Organ ve Ryan, 1995, s. 791). Örgütsel bağlılığın da örgütsel vatandaşlık davranışı ile göz ardı edilemeyecek seviyede önemli bir ilişkisi vardır (Schappe, 1998, s.277). Scholl (1981, s.590), örgüte bağlılığın ve çalışanların beklentilerinin motive edici güçler olduğunu, beklentisi ve örgütsel bağlılığı yüksek bulunan çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme eğilimlerinin daha yüksek

olduğunu belirtmiştir. Given (2006), örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyen çalışanların aidiyet hissi yüksek olan çalışanlar olduğunu ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının çalışanların motivasyonunu ve örgüte olan bağlılığını artırdığını belirtmiştir. Benzer şekilde, çalışanlar ile örgütleri arasındaki değer uyumu da örgütsel vatandaşlık davranışı ile doğrudan ilişkilidir. Örgütü ile kendi değerleri arasında uyumu yakalayan çalışanlar daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı gösterirler (Leung, 2013, s. 26). Örgütsel kimlik ve bu kimlik sayesinde çalışanların elde ettikleri dışsal prestij algısı da örgütsel vatandaşlık davranışını etkileyen önemli bir faktördür. İtibarlı bir kurum da çalıştığını hisseden çalışan, daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemek ister (Schaarschmidt vd., 2015, s. 326). Ayrıca, şirketin sosyal destek davranışları ile etkileşim içerisinde olan çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları gibi sosyal destek eylemlerini gerçekleştirme ihtimallerinin daha yüksek olduğu belirtilmiştir (Nguyen ve Nguyen, 2017).

Örgüt adına yürütülen ekstra-rol davranışlarının örgütün başarısında büyük bir etkiye sahip olduğu açıktır (Eisenberger vd.,1990, s.52; Katz, 1964). Örgütsel vatandaşlık davranışı, kaynak dönüşümlerine, inovasyona ve uyarlanabilirliğe katkıda bulunarak organizasyonel verimliliği ve etkinliği iyileştirir (Organ,1988, s.4) Bu davranışları sergileyen çalışanların iş tatminleri, örgüte bağlılıkları ve motivasyonları yüksek olduğundan ve aynı zamanda kendi iş tanımları dışında yer alan olumlu davranışları sergilediklerinden, örgütün genel performansına da katkıları fazladır (Duman vd., 2013, s.80). Örgütsel vatandaşlık davranışındaki temel varsayım; bireylerin pozitif davranış sergilemelerinin örgütün hedeflerine ulaşması anlamında örgüte katkı sağlayacağıdır (Aslan, 2009, s. 261). Naktiyok (2019, s.1062) da örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyen çalışanların diğer çalışanlara göre daha istekli çalıştıklarını, daha inovatif olduklarını ve örgütsel bağlılıklarının yüksek olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, Organ vd. (2006) çalışmasında örgütsel vatandaşlık davranışlarının, çalışanların 'başarma, yetkinlik ve aidiyet duygularını' olumlu yönde etkilediğine dikkat çekmiştir.

1.6.1 Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Boyutları

Örgütsel vatandaşlık davranışının boyutlarına ilişkin farklı sınıflandırmalar mevcuttur; bu konuda fikir birliği bulunmamaktadır (Şanal, 2013, s.531). Organ (1988) tarafından yapılan beş boyutlu sınıflandırma literatürde en yaygın olarak kullanılan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmaya göre; boyutlar Özgecilik, Vicdanlılık, Nezaket, Sivil Erdem ve Centilmenlik'tir.

Özgecilik: Örgütle ilgili olan konularda çalışanın örgütün diğer üyelerinden herhangi bir karşılık beklemeden onlara yardım etmesini amaçlayan isteğe bağlı davranışlardır (Organ, 1988; Podsakoff ve MacKenzie, 1994, s.351). Bireyin gönüllü olarak fedakârlık yapması ve yaptığı davranışa ilişkin kimseden bir karşılık beklememesi şeklinde de tanımlanır (Stebbins, 2015; Lee vd., 2014; Burns vd., 2006). Örgüte yeni katılan bir çalışana örgüte alışma sürecinde yardım etmek buna örnek olarak gösterilebilir (MacKenzie vd.,1993, s.71).

Özgeci davranış 'sosyal inovasyon yaratma anlamında bireyin sahip olduğu en güçlü içsel motivasyon kaynağı' olarak tanımlanmış ve örgütlerde sosyal birlikteliği sağlama konusundaki katkıları dikkate alınarak 'sosyal yapıştırıcı' olarak adlandırılmıştır (Yeşilkaya ve Yıldız, 2018, s.82-s.92). Özgeci davranış sergileyen bireyler, başkalarına yardım ederek elde ettikleri içsel tatminleri nedeniyle başka bir bireyin refahını iyileştirmek için çaba sarf ederler. Zorlu problemleri çözerek başkalarına fayda sağlama düşüncesi bu bireylere kendilerini iyi hissettirir (Wang ve Wang, 2008, s.344). Her ne kadar daha önceki bölümlerde sosyal inovasyon ve sosyal girişimcilik kavramlarının farklı olduğu belirtilse de literatürde eş anlamlı olarak kullanıldığı durumlarda söz konusudur (Hernandez ve Corciman, 2016; Westley ve Antadze, 2010, s.2). Martin ve Osberg (2007, s.34), sosyal girişimciliğin temelini özgeciliğe dayandığını, motivasyon kaynağının maddi değil manevi (ruhsal ödüller, yaratılan vizyon) değerler olduğunu ileri sürmüştür. Benzer şekilde, Tan vd. (2005, s.358) de sosyal girişimciliğin temelinde özgeci davranışların olduğunu belirtmiştir. Mair ve Martı (2006, 38) da özgeciliğin neticesinde sosyal girişimciliğin var olduğunu belirtmiştir. Özetlemek gerekirse, amacı 'sosyal değer yaratmak' olan sosyal girişimcilerin maddi kazanç elde etmekten çok

manevi doyum elde etme arzusunda oldukları açıktır, bu arzuyu tetikleyen önemli davranış biçimlerinden biri de özgeci davranıştır. Yeşilkaya (2018, s.92), 108 belediye çalışanı üzerinde yaptığı çalışmada bireylerin özgeci davranış düzeylerinin sosyal inovasyon eğilimleri üzerinde pozitif yönlü çok güçlü ve belirleyici etkisinin olduğunu tespit etmiştir.

Vicdanlılık: Çalışanın rol tanımında belirtilmiş olan zorunlu görevlerin dışında gönüllü olarak sergilediği davranışlardır. Rutin çalışma saatlerinin dışında mesaiye kalmak ve işyeri kurallarını asla esnetmemek bu davranışlara örnek olarak verilebilir (MacKenzie vd., 1993: 71).

Nezaket: İşle ilgili problemler oluşmadan problemleri önlemeyi amaçlayan isteğe bağlı davranışlardır (Organ, 1988; Podsakoff ve MacKenzie, 1994: 351). İş ile ilgili iş arkadaşları arasındaki anlaşmazlığı fark ederek arayı bulmaya çalışan kişinin davranışı örnek verilebilir.

Sivil Erdem: Çalışanın örgütün yaşamına ilişkin sorumluluk duymasıdır. Örgütün gelişimine destek olmak amaçlı yapıcı önerilerde bulunma ve alınan kararlara katılma davranışlarını içerir (Şanal, 2013, s.532). Zorunlu olmadığı halde şirkete yardımcı olabilecek toplantılara katılmak ve şirket operasyonlarının nasıl iyileştirilebileceğini önermek için inisiyatif almak bu davranışlara örnek olabilir (MacKenzie vd., 1993, s.71).

Centilmenlik: Optimum düzeyde olmayan örgütsel koşulları şikayet etmeden hoş görmektir (Organ, 1988: 11; Podsakoff ve MacKenzie, 1994, s. 351). Centilmenler, sadece başkaları tarafından rahatsız edildiğinde şikayet etmeyen kişiler değildir, işler yolunda gitmediğinde bile olumlu tutum sergileyebilen kişilerdir. Çalışma grubunun iyiliği için kendi kişisel çıkarlarını feda etmeye isteklidirler ve fikirlerinin reddedilmesini kişisel olarak algılamazlar (Podsakoff vd., 2000, s.517).

1.6.2 Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki

Özsoy (2004) 'örgütsel bağlılığın, özveri ve dürüstlük gibi örgütsel vatandaşlık davranışlarının ifade edilme şekli olduğunu' belirterek örgütsel vatandaşlık ve örgütsel bağlılık arasındaki yakın ilişkiye dikkat çekmiştir.

Meyer ve Allen örgüte duygusal bağlılığın katılım, performans, örgütsel vatandaşlık davranışı gibi istenen davranışlar üzerinde en güçlü olumlu etkiye sahip olduğunu, bunu normatif bağlılığın takip ettiğini, devam bağlılığının ise bu davranışlar üzerinde çok az olumlu etkiye hatta olumsuz bir etkiye sahip olacağını belirtmişlerdir (Powell ve Meyer, 2004, s.159).

Shore ve Wayne (1993)'nin 383 çalışan ve yöneticileri üzerinde yaptığı nicel çalışmada, örgüte duygusal bağlılığın ve algılanan örgüt desteğinin örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu yönde etkilediği, örgüte devam bağlılığının ise örgütsel vatandaşlık davranışı ile negatif yönlü bir ilişkisinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Carmen ve Çolakoğlu (2016) 'nun duygusal bağlılık ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkide duygusal zekanın aracı etkisini inceledikleri araştırmada, duygusal bağlılık ile örgütsel vatandaşlık davranışının boyutlarından olan özgecilik arasındaki pozitif ilişkinin, duygusal zekası yüksek olan kişilerde daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Organ ve Ryan (1995) 'ın 55 çalışmanın bulgularının değerlendirilerek örgütsel vatandaşlık davranışının öncüllerinin araştırıldığı meta analiz çalışmasında örgütsel bağlılık, iş tatmini, lider desteği ve algısal adalet ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Gürbüz vd. (2014)'nin 31 adet görgül çalışmada elde edilen bulguların bir bütün halinde incelendiği meta analiz çalışmasında örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık arasında orta seviyede pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Williams ve Anderson (1991, s.610) ise 127 çalışan üzerinde yaptıkları nicel çalışmada örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık arasında herhangi bir ilişki olmadığını ileri sürmüştür. Çalışmanın verilerinin çalışanlardan değil de çalışanların yöneticilerinden toplanmış olması sebebiyle bu sonuca ulaşıldığı değerlendirilmektedir.

Aslan (2008) tarafından Afyon ilinde bulunan farklı hastanelerde görev yapan 225 hemşireyle yapılan araştırmada ise sadece normatif bağlılıkla hemşirelerin

örgütsel vatandaşlık davranışı arasında negatif bir ilişki tespit edilmiş, örgüte bağlılığın diğer boyutlarıyla arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Örneklem kapsamında hemşirelerin seçilme sebebi, hemşireliğin gönüllü davranışların sergilenmesini gerektiren durumlarla sık karşılaşılan mesleklerden biri olması olarak belirtilmiştir.

Bolat vd. (2008, s.75), 283 otel çalışanı üzerinde yaptıkları çalışmada örgütsel bağlılığın örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisinin olduğunu, önem derecesine göre birinci normatif bağlılığın, ikinci duygusal bağlılığın ve üçüncü devam bağlılığının olmak üzere örgütsel bağlılığın tüm boyutlarının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde belirleyici etkisinin bulunduğunu tespit etmişlerdir.

Örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmaların çok büyük bir kısmında, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışının öncülü olarak kabul edilmiştir; ancak bu çalışmadaki gibi örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel bağlılığın öncülü olarak incelendiği çalışmalar da az da olsa mevcuttur. Literatürde bu iki değişken arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmektedir.

1.7 İYİ OLMA HALİ KAVRAMI

Sosyal inovasyonun daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere en önemli amaçlarından biri olan 'başkalarına fayda yaratma' düşüncesi bireyler için güçlü bir içsel motivasyon etmenidir (Schmid ve Muldoon, 2015, s.87). Bir başka deyişle, sosyal inovasyon faaliyetlerinde yer alan bireyler başkaları için fayda sağladıklarını hissederek mutlu olurlar, bu durum da iyi olma hallerini yükseltir.

Ayrıca, bireylerin pozitif iş deneyimleri yaşaması da iyi olma hallerini yükselten bir unsurdur (Ryff & Keyes, 1995; Ryff & Singer, 2002). Örgütü tarafından gerçekleştirilen inovasyon faaliyetlerine katılım sağlayan, katılım sağlamasa bile parçası olduğu örgütün başkalarına fayda yarattığını bilen çalışanlar mutlu olurlar ve örgütlerine karşı olumlu tutum geliştirirler, bu çalışanların örgütlerine

daha çok bağlanmaları beklenir. Bu bilgiler ve çıkarımlar sonucunda sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi açıklamak için iyi olma halinin de araştırma modeline eklenmesinin faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

Amerikalı psikologlar Seligman ve Csikszentmihalyi (2000, s.8-12), 'psikolojinin sadece olumsuzluklara ve zayıflıklara odaklanan bir bilim olmadığını, güçlü yönleri ve erdemleri de incelediğini ve amacının her zaman hatayı düzeltmek değil, aynı zamanda doğru olanı yaratmak ve güçlü yönleri geliştirmek olduğunu' belirterek psikolojinin pozitif yönünü vurgulamışlardır. Temel çıkış noktası insan olan psikoloji bilimi, insan hayatının daha üretken ve verimli hale getirilmesi açısından pratik çözümler bulmaya çalışmış ve bu açıdan farklı yaklaşımlar ortaya koymuş ve hala da koymaya devam etmektedir. İkinci Dünya Savaşı'nın dünya üzerinde açtığı psikolojik hasar düşünüldüğünde, bu dönemde psikoloji biliminin tedavi edici işlevinin daha ön planda olduğu, bu nedenle bireylerin mental yönünü dikkate alan çalışmalardan ziyade hastalıkların iyileştirilmesi yönündeki çalışmalara yer verildiğini söyleyebiliriz. Daha sonraları, ilgi alanı bireylerin güçlü yönlerini vurgulayan pozitif psikolojiye doğru kaymıştır. Pozitif psikoloji, insanların, grupların ve kurumların optimal işleyişinin gelişmesine katkıda bulunan koşulların ve süreçlerin incelenmesidir (Gable ve Haidt, 2005, s. 104). Pozitif psikoloji, bireylerin olumsuz ve güçsüz yönlerine odaklanmak yerine, olumlu ve güçlü yönlerine odaklanır (Luthans vd., 2006, s.5). İyi olma hali, pozitif psikoloji açısından ilgi ve merak uyandıran bir konudur.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlık kelimesini 'Sadece hastalığın veya sakatlığın olmayışı değil, bedensel, sosyal ve psikolojik yönden tam bir iyilik halidir' şeklinde tanımlamaktadır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000, s.10). İyi olma hali, olumlu duygunun varlığı, olumsuz duygunun yokluğu, iş tatmini ve yaşam doyumu ile karakterize edilebilen bir kavramdır (Panaccio ve Vandenberghe, 2009, s.226). İyi olma hali, bireyin kendisini her yönden iyi hissetmesidir. Psikolojik iyi oluş ile ilgili yapılan araştırmalarda genellikle olumlu duygu, olumsuz duygu ve yaşam doyumu arasındaki ayrımlardan bahsedilir. Bradburn (1969)'un psikolojik iyi oluşa ilişkin klasik çalışması ilk defa olumlu ve olumsuz duygulanım arasındaki ayrımı sağlamıştır.

İyi olma hali kavramının tarihsel gelişimine baktığımızda hazcılık anlayışı ve psikolojik işlevsellik olmak üzere iki temel düşünceye dayandığı görülmektedir. İyi olma hali kavramı, haz alma düşüncesi dikkate alınarak değerlendirildiğinde, olumlu duygulanımın mevcut olması ve olumsuz duygulanımın yokluğu olarak tanımlanır, bu kavrama aynı zamanda 'öznel iyi oluş' da denilir. Öznel iyi oluş, 1950 yıllarında yaşam kalitesinin niteliğini araştırmak amaçlı başlayan çalışmalara dayanmaktadır (Telef, 2013). İsminden de anlaşılacağı üzere, öznel iyi oluş, bireyin kendi yaşamına dair yaptığı bilişsel ve duygusal değerlendirmedir (Telef, 2013; Diener ve Diener, 1996). Helliwell ve Putnam (2004) tarafından yapılan çalışma, sosyal sermayenin öznel iyi oluş hali ile güçlü bir şekilde bağlantılı olduğunu göstermiştir. Ayrıca, sosyal sermayenin gücünü ölçmek için kullanılan işyerinde kurulan bağların, bireysel veya toplu olarak yapılan sivil katılımların, aile ve arkadaşlarla kurulan bağların ve güven duygusunun bireylerin mutluluk ve yaşam doyumuyla hem doğrudan hem de sağlık üzerindeki etkileri aracılığıyla ilişkili olduğu görülmektedir. Öznel iyi oluşun, en iyi kişinin sosyal bağlantılarının genişliği ve derinliği tarafından tahmin edildiği sık olarak görülen bir bulgudur.

İyi olma hali kavramı, psikolojik işlevsellik düşüncesine göre değerlendirildiğinde ise hayatı mevcut haliyle kabul edip, yaşamdan doyum elde edecek şekilde yaşama hali olarak tanımlanır, bu kavrama 'psikolojik iyi oluş' da denilir (Sevimli, 2015, s.30; Deci ve Ryan; 2008). Psikolojik iyi oluş, bireylerin yaşamda karşılaştıkları zorluklarla başa çıkmada kendi potansiyellerini kullanmaya ve kendilerini gerçekleştirmelerine yönelik 1980 yıllarında başlayan ve geliştirilen çalışmalara dayanır. Psikolojik iyi olma hali, bireylerin belirlenen amaçları devam ettirme, kişisel gelişim ve çevredeki diğer bireylerle anlamlı ilişkiler kurma sürecini yönetmesi olarak tanımlanmıştır (Telef, 2013; Keyes, Shmotkin ve Ryff, 2002).

1.7.1 Ryff Modeli

Psikolojik iyi olma haline ilişkin olarak araştırmalarda en çok kullanılan ve atıfta bulunulan model Ryff'in modelidir. Ryff (1989), bir bireyin yaşamın varoluşsal

zorluklarıyla iyi başa çıkıp çıkmadığını ve hangi ölçüye kadar başa çıkabildiğini gösteren altı tane psikolojik iyi olma hali alt boyutu önermiştir.

- **Kendini Kabul Etme:** Kişinin kendisine karşı olumlu tutumlara sahip olmasının pozitif psikolojik işleyişin temel bir özelliği olarak ortaya çıktığını ileri sürmüştür.
- **Kişisel Gelişim:** Sürekli gelişmenin yanı sıra yeni deneyimlere ve artan bilgiye olan açıklığı gösterir.
- **Yaşam Amacı:** Hayata amaç veren inançlarla yaşamda hedeflere sahip olmayı anlatır.
- **Kişinin Kendisine Uygun Ortamları Seçmesi:** Bireylerin karmaşık ortamları yönetme ve kişisel olarak kendilerine uygun ortamlar seçme veya yaratma yetkinliğini ifade eder.
- **Özerklik:** Kişinin düşüncelerinin ve eylemlerinin kendisine ait olduğunu ve kontrolünün dışındaki nedenlerle düşüncelerinin belirlenmemesini ifade eder. Kişinin bağımsız olduğu ve kendi davranışlarını kendisi düzenleyebilme yetisine sahip olduğu düşünülür.
- **Başkalarıyla Pozitif İlişki Kurma:** Diğer kişilerle sıcak, tatmin eden güvenli ilişkiler kurabilmeyi, başkalarına karşı duyarlı davranabilmeyi ve empati sahibi olmayı ifade eder (Garg ve Rastogi, 2009, s.44).

Ryff (1989, s.44), bahsi geçen kendini kabul etme, kişisel gelişim, yaşam amacı, kişinin kendisine uygun ortamları seçebilmesi, özerklik ve başkalarıyla pozitif ilişki kurma konularında hevesli ve hayata bağlı olan çalışanların kişisel anlamda daha mutlu olmalarının ve etkilerini de profesyonel hayata taşımalarının beklendiğini belirtmiştir.

Kendi Kaderini Belirleme Kuramı'nda (Self-Determination Theory), bireylerin özerklik (bağımsız hissetme), öz yeterlilik (kişinin kendini yaptığı şeyde etkili hissetmesi) ve ilişkisellik (başkaları ile bağlı hissetme ve aidiyet hissi) için gerekli olan temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanması durumunda iyi olma

halinin ortaya çıkacağı ve bu durumun bireyde içsel motivasyon yaratacağı belirtilmektedir (Deci ve Ryan, 2000, s.68). İlgili makalede, bahsi geçen temel psikolojik gereksinimleri kolaylaştıran faktörlerin iyi olma halini yükselttiği, bu ihtiyaçların karşılanmasını zorlaştıran faktörlerin ise iyi olma halini azalttığı vurgulanmaktadır.

Memnuniyet seviyesi yüksek olan çalışanların, motivasyon ve örgüte olan bağlılıklarının da yüksek olduğu ve şirket performansı üzerinde diğer çalışanlara nazaran daha olumlu etkilerinin olduğu görülmektedir. Bu sebepten ötürü, örgütler çalışan mutluluğunu artırmanın yollarını aramaktadırlar. Çalışanların iyi olma düzeyi ne kadar yüksekse, örgüte olan bağlılıkları da o derece yüksektir ve bunun sonucunda çalışanlar daha inovatif ve fiziksel, sosyal ve zihinsel olmak üzere her açıdan daha sağlıklı olurlar (Fredrickson,1998; Garg ve Rastogi, 2009, s.45). İyi olma hali yüksek olan kişilerin, aynı çalışma koşullarında diğerlerine göre tatmin düzeyleri daha yüksektir; çünkü bu kişiler buldukları çalışma koşullarındaki avantajları değerlendirme konusunda kendilerine daha çok güvenirlere (Garg ve Rastogi, 2009; Judge ve diğerleri, 1997).

Önceden iyi olma hali, iş performansı ve iş yaşamının kalitesiyle ilişkilendirilirdi. İşyerindeki iyi olma hali yüksek olursa, çalışanların performansının, üretkenliğinin ve örgüte olan bağlılığının da yüksek olacağı varsayılırdı. Ancak, günümüzde örgütün başarısını ölçmek için çalışanların iyi olma halinin 'mutluluk (eudaimonia) açısından değerlendirilmesi gerektiği görüşü yaygın olarak kabul görmektedir (Garg ve Rastogi, 2009; Aristotle, 1947; Deci ve Ryan, 2008). İyi oluş hali, bireyin yaşamın varoluşsal zorluklarıyla uğraşıp uğraşmadığını, kendini gerçekleştirmeye odaklanıp odaklanmadığını ve yaşamın her alanında tatmin olacak şekilde kişinin varoluş sergileyip sergilemediğini gösterir (Ryff, 1989).

İyi olma hali için destekleyici ve olumlu sosyal ilişkiler gereklidir. Deneysel çalışmalar grup içerisinde kötü ilişkileri olan ve gruptan dışlanan kişilerin acı çektiğini göstermektedir. İyi olma halinin önemi sadece bireyleri iyi hissettirmesi değildir, aynı zamanda bireyler açısından faydalı sonuçlar doğurmasıdır. Mutlu

olan çalışanlar diğerlerine göre daha iyi performans gösterirler, daha iyi sosyal ilişkiler kurarlar ve daha yüksek gelir elde ederler (Diener ve Seligman, 2004, s.1). Ayrıca, mutlu çalışanlar daha üretken, verimli ve örgütlerine bağlılardır. Yaşamın bir alanındaki olumlu deneyimlerin yaşamın diğer alanları üzerinde de yayılma etkisinin olduğu dikkate alınır, bu kişilerin sosyal veya aile yaşamında da memnun (tatmin) olmaları ve iyi olma hallerinin yüksek olması beklenmektedir (Garg ve Rastogi, 2009, s.43).

1.7.2 İyi Olma Hali ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki

Literatürde iyi olma hali ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmüştür.

Sevimli (2015) tarafından 159 öğretmen üzerinde anket yöntemi ile yapılan çalışmada psikolojik iyi olma hali ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü düşük seviyede anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmüştür.

Garg ve Rastogi (2009) tarafından farklı sektörlerde görev yapan 100 kişi üzerinde yapılmış olan nicel çalışmada psikolojik iyi olma halinin örgütsel bağlılık üzerinde olumlu etkisinin olduğu, ayrıca Ryff modelinde belirtilen psikolojik iyi olma halinin boyutlarından olan kişinin kendisine uygun ortamları seçmesi, kişisel gelişim ve kendini kabul etmenin örgütsel bağlılığı öngörmede anlamlı olduğu bulunmuştur.

Cohen ve Shamai (2010) tarafından İsrail Üniversitesi lisans programına kayıt yaptıran 271 polis memuru üzerinde yapılan araştırmada, katılımcıların iyi olma halleri ile iyilikseverlik, özyönetim ve başarı değerleri arasında pozitif bir ilişki, güç ve gelenekler arasında ise aksi şekilde negatif bir ilişki bulunduğu görülmüştür. Örgütsel bağlılık ile bu değerler arasındaki ilişki ise, iyi olma hali ile bulunan ilişkinin tam tersi çıkmıştır. Psikolojik iyi olma hali ile örgütsel bağlılık arasındaki negatif ilişkinin sebebi ise şu şekilde açıklanmıştır: iyi olma hali ile pozitif ilişkili olan yüksek başarı seviyeleri ve düşük güç seviyeleridir. Polise bağlılığın, kişinin hayattaki mutluluğunu azaltan bir değer olması sebebiyle iyi olma hali ile örgütsel bağlılık arasında tespit edilen negatif ilişkinin nedeni olabileceği belirtilmiştir. Sagiv ve Schwartz'ın (2000, s.194) belirttiği gibi

'İnsanların değerleri ve çevreleri arasındaki uyum, insanların önem atfettiği belirli değerlere bakılmaksızın refahı teşvik eder'. Bu uyum dikkate alındığında, polis memurlarının değerleri ile çevreleri, ortamları ve işleri arasındaki uyumun, örgütsel bağlılıklarını desteklediği; ancak bu durumun onları mutlu etmek için yeterli olmadığı söylenebilir.

Ağaçbacak (2019)'ın sınıf öğretmenlerinin psikolojik iyi oluş düzeylerinin örgütsel bağlılık ve özyeterlik ile olan ilişkisini incelediği çalışmanın örneklemini özel ve devlet okullarında çalışan 234 sınıf öğretmeni oluşturmuştur. Çalışmanın bulgularına göre; öğretmenlerin özyeterlik düzeyleri artıkça psikolojik iyi oluş düzeyleri de artmaktadır. Psikolojik iyi oluş düzeyleri ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasında pozitif; ancak düşük seviyede anlamlı bir ilişkinin bulunduğu görülmüştür.

Panaccio ve Vanderberghe (2009) tarafından Kanada (%76), Fransa (%12) ve diğer ülkelerde (%12) çalışan 220 kişi üzerinde yapılan çalışmada, algılanan örgüt desteği, örgütsel bağlılık ve psikolojik iyi olma hali arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Katılımcılara bir yıl arayla 2 anket uygulanmıştır. Katılımcılardan, algılanan örgüt desteği ve örgütsel bağlılığa ilişkin veriler ilk yıl, iyi olma haline ilişkin veriler ise 2. yıl toplanmıştır. Bu çalışmada, algılanan örgüt desteğinin duygusal bağlılığı olumlu etkilemesi sonucunda çalışanların iyi olma hallerinde artış olduğu, tam tersine devam bağlılığının bu ilişkiyi olumsuz etkilediği ve iyi olma halini düşürdüğü ve normatif bağlılığın ise psikolojik iyi olma hali ile ilişkili olmadığı belirlenmiştir.

Daha önceki bölümlerde detaylı anlatıldığı üzere, iyi olma hali yüksek olan çalışanlar örgütlerine karşı olumlu tutum geliştirirler. İyi olma hali yüksek olan çalışanların örgütsel bağlılıklarının da yüksek olacağı değerlendirilmiştir (Garg ve Rastogi,2009, Ağaçbacak,2019; Sevimli,2015). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi'nde de vurgulandığı üzere, kazanılan sosyal kimlikle üst düzey ihtiyaçları giderilen bireyler kendilerini daha mutlu ve huzurlu hissederler. Mevcut durumundan memnun olan çalışan örgütten ayrılma eğilimi içerisinde olmaz, örgüte karşı olumlu duygular geliştirir, bağlılığı artar.

2.BÖLÜM ALAN ARAŞTIRMASI

2.1 ARAŞTIRMANIN KONUSU, AMACI ve ÖNEMİ

Bu çalışmanın konusu, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi oluş halinin aracı rolüdür.

Çalışmanın amacı ise, 2019 yılından beri ASELSAN tarafından yürütülen ve hem iç hem de dış paydaşlardan olumlu geri dönüşler alan ASELSAN Sosyal İnovasyon Liderleri (ASİL) projesinin beklenen sonuçlarının değerlendirilmesidir.

İlgili yazın incelendiğinde; örgütler açısından çok önemli çıktıları bulunan sosyal inovasyon ile ilgili çalışmaların çoğunda sadece sosyal inovasyon kavramının içeriğine, topluma ve kalkınmaya olan etkilerine yer verilmiştir. Sosyal inovasyonun örgütler üzerindeki etkilerine ve bu etkiye sebep olan faktörleri inceleyen çalışma yok denecek kadar azdır. Sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışı ve psikolojik iyi olma haline ilişkin literatürde çalışmalar olmakla beraber, bu kavramları sosyal inovasyon ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide birlikte veya aracı/düzenleyici değişken olarak inceleyen herhangi bir çalışmaya da rastlanmamıştır. Bu çalışmanın literatüre en büyük katkısı bu boşluğa katkı sunulması olacaktır. Ayrıca, çalışmanın sosyal inovasyon projeleriyle örnek gösterilen Türkiye'nin en değerli kurumsal şirketlerinden birinde yapılmış olması, en iyi uygulama örneklerinin değerlendirilmesi açısından iş dünyasına katkı sağlayacaktır. Çalışma verileri sosyal inovasyon proje gruplarında yer alıp almama durumlarına göre (2) farklı grup çalışandan temin edilmiştir. Bu durum da sonuçların karşılaştırılmasını ve ayırt edici bulguların ortaya çıkarılmasını sağlamıştır. Karşılaştırmalı sonuçların da literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

2.2 ASELSAN SOSYAL İNOVASYON LİDERLERİ (ASİL) PROJESİ

Bu bölümde çalışmaya konu edilen ASİL projesi hakkında bilgi verilecektir.

2.2.1 ASİL Projesi ve Proje Gruplarının Tanıtımı

ASELSAN Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Sayın Prof. Dr. Haluk GÖRGÜN' ün belirttiği gibi *'Değişim, çaba sarf etmeyi ve çevik olmayı gerektirir, özünde gelişmek vardır. Değişim, hayatımıza yön veren en önemli kavramlardandır ve varlığını sürdürmek isteyen işletmelerin bu kavrama süreçlerini uyarlamaları ve rekabet güçlerini sürekli geliştirmeleri zorunlu hale gelmiştir. ASELSAN olarak, sosyal inovasyon odaklı anlayışımız, toplumumuza ve çevremize karşı olan sorumluluklarımız değerlerimizin temelini oluşturmaktadır.'*

Kurumsal dönüşümün fikir üreticisi ve uygulayıcısı olma rolünü üstlenen ASELSAN Sosyal İnovasyon Liderleri (ASİL) Projesi, Türkiye'de ilk defa ASELSAN tarafından hayata geçirilen bir projedir. *'Geleceğe Umut Hayata Değer'* mottosuyla yürütülen pek çok sayıda alt projeyi bünyesinde barındırmaktadır. ASELSAN içerisinde insan odaklı etkili ve yenilikçi uygulamaların başlatılması, yeni ve daha önce tanımlanmamış ihtiyaçların belirlenmesi, yeni çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi; kurum dışında ise ASELSAN'ın savunma sanayindeki öncü rolünü belirlenen değerler ve sosyal fayda yaratma düşüncesiyle sosyal projelere de yansıtarak, sosyal projelerin geliştirilmesi amacıyla 2019 yılında başlatılmış bir projedir. Bu projede ASELSAN çalışanları gönüllülük esasına göre görev almaktadırlar. 31.12.2019 tarihi itibarıyla ASELSAN'ın personel sayısı 7.610 (2019 ASELSAN Faaliyet Raporu) olup, 3.699 ASELSAN çalışanı ASİL'in üyesidir.

Bu projede kurum içi hedefler ve kurum dışı hedefler ayrı ayrı belirlenmiştir. Kurum içi hedefler; insan odaklı değerlerin oluşturulması, kurum içi barış ve huzur ortamının tesis edilmesi, çalışma ortamı ve şartlarının iyileştirilmesi, birlikte başarıya duygusunun geliştirilmesi, değişim ve dönüşüm sürecinde çalışanların dahil ve ortak edilmesi, kurumsal aidiyet ve farkındalığın güçlendirilmesi, çalışanların motivasyon, performans ve verimliliğinin yükseltilmesi ve kurumsal işveren markası çalışmalarına katkı sağlamaktır. Kurum dışı hedefler ise; toplumun farklı kesimlerinin ihtiyaçlarına karşı farkındalık oluşturulması, sosyal sorumluluk projelerinin geliştirilmesi, dış

paydaşların gelişimlerine destek olunması, sektörel insan kaynaklarının gelişmesine katkıda bulunulması, sosyal girişimcilik çalışmalarının başlatılması, kurumsal itibar ve güven artışının sağlanması, ASELSAN'ın sektörel öncü ve yönlendirici kimliğinin güçlendirilmesi ve ülkemize güven, umut ve ilham veren ASELSAN misyonunun hayata geçirilmesidir.

ASİL projesinin öncüsü olan ASELSAN Kurumsal Yönetim Genel Müdür Yardımcısı Sayın Prof. Dr. Hakan KARATAŞ, ASİL projesinin amaçlarını *'İşveren markası oluşturma ve sürdürülebilir kılma süreçlerinde; şirket değerlerinin benimsenmesi, kurum içi iletişim çalışmaları, birlikte başarıma duygusu, çalışanların devamlılığı ve süreçlere katılımı önemlidir. Bu kapsamda, organizasyonel çekiciliği artırmak, çalışanlarımıza olumlu duygu ve deneyim yaşatmak, örgütsel verimliliği artırmak, itibar kazandırmak, aidiyet ve motivasyon oluşturmak, kurumsal hedefleri gerçekleştirmek, işveren markamızı sağlam temeller üzerine inşa etmek, hem iç hem de dış paydaşlarımız ile koparılmaz bir bağ geliştirmek ve oluşturulan stratejileri sürdürülebilir kılmak amacı ile ASELSAN Sosyal İnovasyon Liderleri (ASİL) platformu hayata geçirilmiştir.'* ifadeleri ile özetlemiştir.

ASİL projesinin gelişim sürecinden bahsetmek gerekirse, sadece kurum içi kullanıcılar tarafından erişilebilen intranet sayfası üzerinde ASİL'e ilişkin duyuruların yayınlandığı ve çalışma gruplarının iletişimine olanak sağlayan ASİL platformu oluşturulmuştur. Yapılan sunumlarla çalışanlar proje amaçları ve kapsamı hakkında bilgilendirilmiştir. Çalışanlar bu platform aracılığıyla proje önerilerini iletmışlerdir. Proje önerileri içerisinden seçimler yapılmış ve bu projelere ilişkin olarak grup koordinatörleri tarafından üst kurula sunumlar gerçekleştirilmiştir. Üst Kurul tarafından alt gruplarca önerilen projeler içerisinden kapsam, proje ve kaynak planlama açısından uygun olanlar seçilmiştir. Grup Koordinatörlerinin kontrolünde her bir seçilen proje için proje yöneticileri atanmış ve yine gönüllülük esasına dayalı olarak çalışma grupları belirlenmiştir. Grup Koordinatörleri ve proje yöneticileri sorumluluğunda her bir proje için çalışma takvimi hazırlanmış, sorumlular belirlenmiş ve ilgili proje için gereken faaliyetler yürütülmüştür ve yürütülmeye de devam edilmektedir. Bu

süreklilik arz eden bir süreçtir, ilgili platform kullanılarak ASELSAN çalışanları her zaman her türlü önerilerini aktarabilmekte ve yeni proje önerileriyle projeye katkı sağlayabilmektedirler. ASİL üyeleri, görev almak istedikleri proje grubunu seçerler ve proje grubunun koordinatörüne üye olmak istediklerine dair elektronik posta gönderirler. Kolay bir başvuru süreci sonrasında, gönüllü olan her çalışan ASİL üyesi olabilir.

Yukarıda bahsi geçen kurum içi hedefleri gerçekleştirmeye yönelik aidiyet ve motivasyon, avantajlar, yaşam kalitesi, iş mükemmeliyeti, değer liderliği, spor ve sanat; kurum dışı hedefler gerçekleştirmeye yönelik olarak ise sosyal sorumluluk, geleceğin çocukları, gücümüz bir, sektör analizi, yurt dışı tanıtım çalışma grupları ile faaliyetler sürdürülmektedir. Bu grupların kuruluş amaçları ve kuruluşlarından beri gerçekleştirmiş oldukları faaliyetlere aşağıda ayrı ayrı yer verilmiştir. Bu bilgiler kurum içinde periyodik olarak yayınlanan ASİL bülteninden ve dernek web sitesinden (<https://asilderneği.org.tr>) temin edilmiştir.

Aidiyet ve Motivasyon Grubu: Örgütsel bağlılık, kurumsal itibar, güven, aidiyet ve farkındalığın güçlendirilmesi amacıyla Aidiyet ve Motivasyon Grubu kurulmuştur.

- Yeni işe başlayan çalışanlara ASELSAN'daki ilk günlerinde hoş geldin diyebilmek için 'Tanışma Kitleri' hediye edilmektedir.
- Tüm çalışanların birbirlerine 'İyi ki Varsın' dileklerini iletebileceği platform kurulmuştur.
- Çalışanların doğum günlerini kutlamak adına hediye çeki armağan edilmektedir.
- İnsan Kaynakları Direktörlüğü'nün öncülüğünde yönetici ve çalışanların bir araya geldiği sürpriz kahvaltılar organize edilmiştir.
- Kurumsal kıyafet ihtiyaç analizi yapılarak, çalışanların temsil ve fuar giysisi, standart iş giysisi, spor kıyafetleri, kişisel koruyucu vb. ihtiyaçları iş kalemi olarak değerlendirilmektedir.

- ASELSAN Gölbaşı Yerleşkesi yakınında açılan ASELSAN sosyal tesisi ile çalışanlara sosyal imkanlar sunulmaktadır.
- ASELSAN yöneticilerinin yetkinliklerinin gelişimine ilişkin olarak 'İlham Veren Liderler' mottosuyla açılan ASELSAN Liderlik Gelişim Okulu faaliyetlerini sürdürmektedir.

Avantajlar Grubu: ASELSAN Ailesinin tüm ihtiyaçlarına yönelik özel kampanya ve indirim çalışmalarının yürütülmesi amacıyla Avantajlar Grubu kurulmuştur. Çalışanlar bu avantajları internet üzerinden de takip edebilmektedirler.

- 20 farklı kategoride çalışanlara 300 adet fiyat indirimi/farklı olanaklar sağlayan avantajlar sunulmuştur. Avantaj sunulmaya da devam edilmektedir.
- Üç ana yerleşkede çalışanlara ücretsiz olarak göz muayenesi gerçekleştirilmiştir.
- Çalışanların, eş, anne ve babalarının kullanabileceği avantajlı kurumsal hat anlaşmaları yapılmıştır.
- Sağlıklı yaşam çalışması kapsamında kilo kontrolüne ilişkin sunumlar yapılmış, yapılan kilo ölçümlerine ilişkin olarak değerlendirme ve takip çalışmaları yürütülmüştür.
- Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü'nden gelen ve ASELSAN yerleşkelerinde görev yapan mobil ekipler aracılığıyla hem çalışanlar hem de çalışanların eş ve çocuklarının kimlik ve sürücü belgesi değişimi sağlanmıştır.
- ASELSAN çalışanları ve çocuklarının ücretsiz olarak katılabileceği tiyatro organizasyonu düzenlenmiştir.
- ASELSAN'da "aile" olmanın getirdiği heyecanı paylaşmak amacıyla 'Ailem' projesi kapsamında hazırlanan mobil uygulama ve web sitesi aracılığıyla çalışanlar ve aileleri ile etkili iletişim kurulmaktadır. Bu

platformda ASELSAN çalışanları tarafından hazırlanan köşe yazıları, aile sohbetleri ve tavsiyeler gibi değerli paylaşımlara da yer verilmektedir.

Değer Liderliği Grubu: Değişim ve dönüşüm sürecine çalışanların dahil ve ortak edilmesi ve kurum kültürünün benimsenip içselleştirilmesi amacıyla Değer Liderliği Grubu kurulmuştur.

- ASELSAN çalışanlarının ankete katılımları sonucu belirlenen 'Birliktelik, Mükemmellik, Yenilik, Gelişim ve Güven' değerlerinin lansmanı yapılmış ve bu değerlere uygun davranış setleri oluşturulmuştur. Bestelenen ASELSAN marşı ilk defa ASELSAN ailesiyle paylaşılmıştır.
- Kalıcı kurum kültürünün oluşturulması ve paydaşlar tarafından ASELSAN değerlerinin benimsenmesi adına projeler gerçekleştirilmeye devam edilmektedir.

İş Mükemmeliyeti Grubu: Süreçlerin iyileştirilmesi, daha kaliteli ve etkin iş üretilmesi ve verimliliğin artırılması amacıyla İş Mükemmeliyeti Grubu kurulmuştur.

'Gelişim Atölyesi Öneri Sistemi', çalışanların talep ve değerlendirmelerini özgürce dile getirebilecekleri bir sistem olması sebebiyle açık iletişimin güzel bir örneği olarak değerlendirilebilir. Bu sistemle, çalışanların ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve ihtiyaçlarına yönelik getirilen önerilerin değerlendirilme süreci tamamlandıktan sonra konu hakkında çözüm bulunması amaçlanmaktadır. Getirilen öneri sayıları, bu önerilerden ne kadarının uygulamaya alındığı veya değerlendirilme aşamasında olan öneriler hakkında düzenli olarak çalışanlara bilgilendirme yapılmaktadır. Bu sayede, çalışanlar kurumları tarafından fikirlerinin önemsendiğini hissederler. Ayrıca, öneri sistemine beş yüzüncü ve bininci önerileri ileten çalışanlara ve en fazla sayıda çalışan ile öneri ileten birimlere teşekkür belgeleri takdim edilmiştir.

Sanat Grubu: ASELSAN çatısı altında sanatsal faaliyetlerin sahiplenilmesi ve özendirilmesi amacıyla Sanat Grubu kurulmuştur.

- ASİL Türk Halk Müziği korusu ve ASİL Türk Sanat Musikisi korusu tarafından çeşitli konserler düzenlenmektedir.
- ASELSAN kreş öğrencileri tarafından ASELSAN yerleşkesi içerisinde duvar süsü yapıldı.
- ASİL Halk Oyunları Topluluğu tarafından gösteriler düzenlendi.
- ASİL Tiyatro Kulübü açılmış olup, oyun hazırlığı içerisindeylerdir.
- ASİL Orkestrası oluşturulmuş olup, özel günlerde konser düzenlenmektedir.
- ASİL Kitap Klubü'nde her ay önceden belirlenen bir kitap hakkında moderatör eşliğinde fikir paylaşımı yapılmaktadır.

Spor Grubu: Birlikte, bir ekip olarak başarıya ulaşma duygusunun geliştirilmesi amacıyla Spor Grubu kurulmuştur.

Spor grubu altında ASİL koşu takımı, ASİL masa tenisi takımı, ASİL basketbol takımı, ASİL bisiklet takımı, ASİL yelken takımı, ASİL futbol takımı, ASİL pentatlon takımı olmak üzere birçok spor alanında takım kurulmuştur. Bu takımlar gerçekleştirilen turnuva, yarışma ve kurumlararası yarışlar da gurur verici başarılar elde etmişlerdir. Ayrıca, ASİL'i temsilen ASELSAN çalışanları tarafından dağcılık ve yüzme faaliyetleri de başarı ile yürütülmüştür.

Yaşam Kalitesi Grubu: Çalışma ortamı ve şartlarının iyileştirilmesi, kurum içi yaşam kalitesinin gelişimini sürekli olarak sağlamak amacıyla Yaşam Kalitesi Grubu kurulmuştur.

- Dumansız hava sahası uygulaması başlatılmış olup, ASELSAN yerleşkelerinde sigara içme alanları haricinde sigara içmek yasaklanmıştır.
- İşyeri Hekimliği Birimi'nin çalışan sağlığına yönelik belirlemiş olduğu iyileştirme hedefi projesi gerçekleştirildi.
- Çalışanların dinlenme alanlarında revizyonlar gerçekleştirildi.

Geleceğin Çocukları Grubu: Ülkemiz çocuklarının düşünme becerilerinin gelişimine ve 21. yüzyıl becerilerinin oluşumuna destek olmak amacıyla Geleceğin Çocukları Grubu kurulmuştur.

- Ücretsiz dijital eğitim platformu www.teknomacera.com kuruldu. Bu websitesinde ve açılan sosyal medya hesaplarında eğitici oyun, video ve blog yazılarına yer verilmektedir.
- Tekno Macera'nın tanıtım çalışmaları kapsamında Robotik Kodlama atölyeleri düzenlenmiş, bu atölye çalışmalarına hem çocuklar hem de aileleri tarafından yoğun ilgi gösterilmiştir.
- ASELSAN sosyal medya hesaplarında Anneler Günü, Babalar Günü ve Karne Günleri için etkinlik düzenlenmiş olup, aileleriyle fotoğraflarını paylaşan çocuklara Tekno Macera ürünlerinden oluşan hediye setleri hediye edilmiştir.
- Teknofest ve Konya Bilim Festivali'ne katılım sağlanmıştır.
- Tekno Macera kapsamında ASELSAN ve Ostim Maker Atölyesi Bilişim, Sanat ve El Becerisi Uygulama programı ara tatilde ASELSAN çocuklarını ağırladı.
- ASELSAN çocukları Türk Hava Kurumu Üniversitesi tarafından düzenlenen kış okulu programına katılım sağladılar.
- ASELSAN Tekno Macera ekibi Bitlis'in Ahlat ilçesi ve Van'ın Erciş ilçesinde çocuklar ile buluştu, oynanılan oyunlarla çocuklara algoritmik düşünmenin önemini aktarılması planlanmıştır.
- ASELSAN çalışanlarının çocukları arasından seçilmiş (31) çocuk ile Tekno Macera Çocuk Korosu kurulmuştur.
- Tekno Macera Projesinin sosyal medya platformlarında çeşitli yarışmalar düzenlenerek pek çok çocuğa ulaşılmıştır.

Gücümüz Bir Grubu: Tedarikçi, girişimci, profesyoneller ve yurt dışı adaylara ulaşmak, dış paydaşlarla etkileşimi arttırmak ve gelişimlerine katkı sağlamak ve ASELSAN'ın işveren markası değerini arttırmak için Gücümüz Bir Grubu kurulmuştur.

Gücümüz Bir Platformu ASELSAN'ın mevcut ve potansiyel tedarikçileri ile interaktif iletişim sağlanabilen bir etkileşim platformudur. Bu platform hayata geçirilmiş olup, iş ortaklarımızla entegrasyonun artırılması, iletişimin sürekli devam etmesi ve bu vesileyle ASELSAN'ın tedarik zincirinin güçlenmesine katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Sektör Analizi Grubu: Kurumsal gelişimi sürdürülebilir kılmak, ASELSAN'ın sektörel öncü kimliğini güçlendirmek ve güncel gelişmeleri takip etmek amacıyla Sektör Analizi Grubu kurulmuştur.

Sektördeki diğer firmaların uyguladıkları performans sistemi gözden geçirilmiş olup, ASELSAN'da yeni hayata geçirilen performans sisteminde Sektör Analizi grubunun görüşleri girdi olarak değerlendirilmiştir.

Gelişim Atölyesi öneri sisteminin hayata geçirilmesinde Sektör Analizi grubu aktif rol oynamıştır. 17 Eylül 2020 tarihi itibarıyla 1.424 adet öneri iletilmiş olup, bu önerilerin 1.089 tanesi işleme alınabilir olarak değerlendirilmiştir. Bu şekilde, çalışanların örgütteki karar süreçlerine katılımı sağlanmaktadır.

Sosyal Sorumluluk Grubu: ASELSAN değerlerinin toplumla paylaşılması, toplumsal sorunlara çözümler üretilmesi ve bu konuda farkındalık yaratılması amacıyla Sosyal Sorumluluk Grubu kurulmuştur.

- Huzurevi ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Özel günlerde yapılan ziyaretlerde ASELSAN Türk Halk Müziği korosunun seslendirdiği şarkılar eşliğinde huzurevi sakinlerine hediyeler takdim edilmiştir.
- İlkokul ve ortaokul kütüphanelerine kitap desteğinde bulunulmuştur.
- Şehit ailelerine bayramlaşma ziyaretleri gerçekleştirilmiş ve kendilerine küçük hediyeler takdim edilmiştir.

- Teknoloji sınıfı çalışmaları kapsamında Ankara Fen Lisesi'nde sunumlar gerçekleştirilmiş, anket yoluyla öğrencilerin fikirleri alınmış ve ilgi duydukları alanlarda ASELSAN mühendisleri tarafından öğrencilere dersler verilmiştir. 'Hayal Et, Hazır Ol ve Harekete Geç' aşamalarından oluşan 3H modeli ASELSAN Ar-Ge deneyimi ve mühendis mentörleri tarafından desteklenmekte olup, bu projenin yakın zamanda faaliyete geçmesi planlanmaktadır.
- 'Sıfır Atık Geleceğe Değer Kattık' sloganıyla başlatılan Sıfır Atık Projesi tüm yerleşkelerde başarılı bir şekilde yürütülmektedir. Bu proje kapsamında çevreye verilen zararın azaltılması için karton bardak kullanımına son verilmiş, çalışanlara cam/porselen bardak dağıtılmıştır. Atıkların türlerini ayrıştırmak adına farklı renklerde çöp bidonlarına yer verilmiştir. Bu atıkların bir kısmıyla organik gübre üretilerek yerleşkelerdeki ağaç ve bitkilerde kullanılmakta ve isteyen çalışanların da bu gübreden temin etmesi sağlanmaktadır.
- Lösemili çocuklara destek olmak adına Lösev Köyü'ne, otizmli çocuklara destek olmak adına ise Tohum Otizm Vakfı'na ziyaret gerçekleştirilmiş ve çocuklara küçük hediyeler takdim edilmiştir.
- ASELSAN yerleşkesinde yaşayan kediler için yaşam alanı oluşturulmuş olup, aylık mama ihtiyaçları ASİL derneği tarafından karşılanmaktadır.

Yurt Dışı Tanıtım Grubu: Sahip olunan yetkinlik ve değerlerin yurt dışında tanıtılması ve ASELSAN marka değerinin yükseltilmesi amacıyla Yurt Dışı Tanıtım Grubu kurulmuştur.

- '*Back to Turkey*' projesi Türkiye'den yurt dışına göç etmiş yetişmiş insan kaynağının hem ASELSAN'a hem de ülkemize yeniden kazandırılması amacıyla başlatılan bir projedir. Bir başka deyişle, ASELSAN tersine beyin göçünü hedeflemiştir. 2019 yılı içerisinde daha önceden yurtdışına göç etmiş eski çalışanlarımızla bu proje kapsamında toplantılar gerçekleştirilmiş ve 25 eski çalışanımızın şirketimize/ülkemize dönüşü sağlanmıştır.

- Yurtdışı tanıtım kapsamında heyetlere kültürel içerikli hediyeler verilmekte, ASELSAN'ın sosyal medya hesaplarında İngilizce içerikli haberler/duyurular paylaşılmakta ve yurtdışı pazarlama-iletişim alanında faaliyetler çeşitlendirilmektedir.
- Dünyanın en itibarlı üniversitelerinde kariyer etkinlikleri düzenlenmiş ve yurt dışındaki özellikle Amerika'daki üniversitelerde araştırmalarına devam eden öğretim üyeleri, lisansüstü eğitimlerine devam eden öğrenciler/araştırmacılar ve endüstride çalışan Türk Bilim insanları arasında iletişim kurulması sağlanmıştır.

Bu projenin sosyal sorumluluk kapsamında yürütülen faaliyetleri, 2019 Kasım ayından itibaren ASİL Yardımlaşma Derneği adıyla kurulan dernek tarafından yürütülmektedir. ASELSAN çalışanlarından oluşan 25 üyenin yönetim kadrosunda yer aldığı dernek, tüm gönüllü güzel insanların katkılarıyla faaliyetlerini yürütmektedir. ASİL derneğinin amacı, *'ASELSAN'ın sadece güven veren bir teknoloji olmadığını, aynı zamanda değer üreten bir teknoloji olduğunu göstererek yardımlaşma ve paylaşma kültürünü yaygınlaştırmaktır'* (ASİL Derneği Websitesi). 2019 Kasım ile 2020 Eylül dönemi arasında gerçekleştirilen dernek faaliyetleri Tablo 3'te gösterilmiştir. Dernek faaliyetlerine konu olan kaynaklar toplanan bağışlar dışında ASELSAN yerleşkeleri içerisinde yer alan (5) kantin ve (3) kafeden elde edilen gelirler ile sağlanmaktadır. Bu şekilde çalışanlarda ürün veya hizmet satın alarak hayır işlerine dahil edilmektedir. Elde edilen gelirler ve bu gelirlerin hangi projede ne amaçlı kullanıldığına dair bilgiler şeffaflık ilkesi kapsamında ASELSAN çalışanlarına düzenli olarak iletilmektedir.

Dernek web sitesi üzerinden dernek faaliyetleri takip edilebilmekte olup, düzenlenen kampanyalara katılım sağlanabilmektedir. En güncel dernek faaliyetlerinden bahsetmek gerekirse; 'Gücümüz de Yeter Gönülümüzde' kampanyası ile Filistin'e yardım eli uzatmak amaçlanmaktadır. 'Ramazan Paylaşmaktır' kampanyası ile maddi problemleri olan 2.500 aileye ramazan ayında destek vermek amaçlı hediye çekleri dağıtılmıştır. 'İzmir için El Ele' kampanyasıyla depremden etkilenen ailelere uyku tulumu temin edilmiştir. (<https://asildernegi.org.tr/bagislar/projelerimiz>)

Tablo 3: ASİL Derneği Tarafından Yürütülen Faaliyetler(Kaynak: <https://asilderneği.org.tr>)

Kampanya İsmi	Yapılan Faaliyetler
Elazığ Malatya Depremi Yardım Kampanyası	Bölgeye 200 gıda kolisi ve 200 elektrikli ısıtıcı iletilmiştir.
Malatya Kurucaova Köyü Anaokulu Yapımı Kampanyası	Depremde yıkılan Malatya'nın Doğanşehir ilçesine bağlı Kurucaova Köyündeki anaokulu yapımı gerçekleştirilmiştir.
Koronavirüse Karşı Ekipman Desteği Kampanyası	21 hastaneye koronavirüse karşı ekipman desteği sağlanmıştır.
Biz Bize Yeteriz Türkiyem Kampanyası	Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından Sosyal Koruma Kalkanı Programı kapsamında başlatılan 'Biz Bize Yeteriz Türkiyem' kampanyasına 1.7 Milyon TL bağışta bulunulmuştur
Ramazan'ın Bereketi Paylaştıkça Artar Kampanyası	Ülke genelinde 2.000 ihtiyaç sahibi aileye ulaşılarak gıda kolisi dağıtılmıştır.
Her Çocuk Bayramlık İster Kampanyası	2.000'e yakın çocuğun araçlarla alışveriş merkezlerine götürülerek bayramlıklarını seçerek almaları sağlanmıştır.
Giresun Sel Felaketi Yardım Kampanyası	250 adet gıda kolisi sel mağduru olan ailelere dağıtılmıştır.
Onlar da Okusun Kampanyası	Millî Eğitim Bakanlığının koordinasyonunda 7 bölgeden seçilen 7 köye 7 adet EBA destek noktası kurmak için başlatılan kampanya devam etmektedir.
ASELSAN İlkokulu'na Drama Sınıfı	Ankara'nın Batıkent semtinde yer alan ASELSAN İlkokulu'na Tasarım Beceri Atölyeleri kapsamında yer alan Drama Sınıfı yaptırıldı. TRT tarafından tüm ülkede gösterilecek olan özel eğitim öğrencilerinin EBA derslerinin çekimlerinin ASİL Drama sınıfında yapılması planlanıyor.
Bilimsel Projelere Malzeme Desteği	Bilimsel proje yapan ihtiyaç sahibi çocuklara ihtiyaç duydukları malzemeler temin edilmektedir.
Okullara Bilgisayar ve Robotik Kodlama Desteği	İhtiyacı olan okullara bilgisayar, kırtasiye malzemesi ve robotik kodlama kiti sağlanmaktadır.
Kütüphane Desteği	Kütüphanesi bulunmayan okullara dünya klasikleri, bilim ve teknoloji içerikli kitaplardan oluşan setler ulaştırılmaktadır.
Bot ve Mont Desteği	Kış aylarında ihtiyaç sahibi olan çocuklara bot ve mont desteği sağlanmaktadır.
Engelli Çocuklara Cihaz Desteği	İhtiyaç duyduğu cihazları sağlamak için ailesinin yeterli geliri olmayan engelli çocukları hayata bağlayabilmek adına gerekli cihazlar temin edilmiştir.
Patili Aselsanlılara Yuva	ASELSAN yerleşkelerinde yaşayan kedi ve köpeklerin yuva, mama ve veteriner ihtiyaçları karşılanmaktadır.
Alimhane Projesi	Ankara Fen Lisesi'nde hayata geçirilen Alimhane projesi, potansiyeli yüksek öğrencilere birlikte çalışma ve başarıya, Ar-Ge, proje geliştirme, girişimcilik ve ürün geliştirme kültürünü kazandırmayı amaçlamaktadır. ASELSAN Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde de Alimhane Projesi'nin hayata geçirilmesi hedeflenmektedir.

ASİL ilkeleri, her düşüncenin değerli olduğu, ASİL faaliyetlerinin güç birliği, iş birliği ve gönül birliği gerektirdiği, birlikte başarıya duygusunun projesinin

merkezinde yer aldığı, empati ve nezaketin projenin vazgeçilmezi olduğu, insan, kurum ve toplum faydasının amaçlandığı, gelişim ve değişim odaklı olduğudur.

2.2.2 ASİL Projesi'ne İlişkin Genel Değerlendirme

Literatürdeki bilgiler ışığında değerlendirme yapıldığında; sadece iç paydaşlara yönelik değil tüm paydaşlara yönelik sosyal fayda yaratılmaya çalışılması, çalışanların refah düzeylerinin artırılmasının ve çalışma koşullarının iyileştirilmesinin amaçlanması, projelerin gerçekleştirilebilmesi için sistemsel değişikliklere ihtiyaç duyulması ve temel amacın ticari kar elde etmek olmaması ASİL'in bir sosyal inovasyon projesi olduğunu gösteriyor. Proje kapsamında gerçekleştirilen sosyal yenilik ve sosyal girişim uygulamaları ve mevcut durumda ASİL Derneği tarafından yürütülen sosyal sorumluluk faaliyetleri sosyal inovasyon projelerinin alt kümeleri gibi düşünülebilir. Daha önceki bölümlerde bahsedildiği gibi, sosyal inovasyon kapsama alanı geniş olan bir kavramdır.

ASELSAN sosyal inovasyon projelerini yürütürken daha önceki bölümlerde yer verilen Carroll'ın Sosyal Sorumluluk Piramidi'nin (Şekil 4) tüm aşamalarını başarılı bir şekilde yerine getirmektedir. Ekonomik sorumluluk, hukuki sorumluluk, etik sorumluluk ve hayırseverlik olarak belirlenen 4 sorumluluk alanının da eşzamanlı olarak gerçekleştirilmesi, örgütler için başarı unsuru olarak değerlendirilmektedir (Carroll, 1991). Bu kapsamda, ASELSAN başarılı bir kurum olarak değerlendirilir. Ekonomik sorumluluk kapsamında; anonim şirket statüsünde olan ASELSAN ticari faaliyetlerde bulunmakta ve halka arz edilmiş bir şirket olması sebebiyle şirket değerini artırma ve sürdürülebilir kar elde etme gayesi içerisindedir. Hukuki sorumluluk kapsamında; yürütülen tüm faaliyetlerde yasal mevzuat hükümlerine uygun şekilde hareket etmektedir. Gerekliliğe göre sürekli veya periyodik olarak gerçekleştirilen iç ve dış denetimlerde yasalara uygun hareket ettiği raporlanmaktadır. Etik sorumluluk kapsamında; toplumsal değerler ve normlarla uyumlu şekilde hareket etmekte, şeffaf yönetim anlayışıyla örgüt çalışanlarına adil davranmakta ve çalışanlarına doğru bilgiyi zamanında sunmaktadır. Hayırseverlik sorumluluğu kapsamında; iyi bir kurumsal vatandaş olarak iç paydaş ve dış paydaşlara yönelik sosyal

inovasyon projelerini yürütmekte ve sürekli olarak çalışanlarına ve topluma sağlayacağı faydayı artırma gayreti içerisindedir.

ASİL Projesi'nin, iç paydaşlara yönelik örgüt tarafından yapılan bir tutundurma çalışması, dış paydaşlara yönelik ise bu projelerin kurumsal itibar ve markalaşma üzerindeki etkileri düşünülerek cezbedici bir çalışma niteliği taşıdığını değerlendirmek mümkündür. Çalışanların mutlu olması, motivasyonlarının ve örgüte olan bağlılıklarının artması anlamına gelir. Mutlu olan çalışanın iyi olma hali ve motivasyonu da yüksektir, rol dışı çalışmalar (örgütsel vatandaşlık davranışı) yapma konusunda da isteklidir ve bu şekilde örgütün etkililiğine diğer çalışanlara göre daha fazla katkı sağlar. 'Fayda sağlama' düşüncesiyle gerçekleştirilen sosyal inovasyon faaliyetlerine katılım sağlamak, bu doğrultuda birlik olma ve ortak hedefler doğrultusunda beraber çalışarak başarı elde etmek, kuruma dair hissedilen olumlu duyguları artırır.

ASELSAN Sosyal İnovasyon Liderleri (ASİL) projesinde görev alan çalışanlar ASİL grubunun içerisinde hem aidiyet hem de sosyal ihtiyaçlarını giderirken, projelerden elde etmiş oldukları başarılarla özsaygılarını artırmakta, başarılarının diğer paydaşlar tarafından takdir edilmesi durumunda ise saygı görme ihtiyaçlarını gidermektedirler. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidinin 3. ve 4. aşamalarındaki ihtiyaçların karşılanması, bireyin kendini gerçekleştirme ihtiyacını gidermek konusunda aşama kaydettiğini gösterir. Ayrıca, bir grubun parçası olma ve bu grupta kendini özdeşleşme sonucunda oluşan sosyal kimlik, çalışanların özbenlik saygısı ihtiyacını gidererek örgüte karşı olumlu tutum sergilemelerine yol açar, örgütsel vatandaşlık davranışı sergileme eğilimi artıran çalışan bu süreç içerisinde örgüte daha güçlü bağlanmış olur. Bunlara ek olarak, İş Özellikleri Kuramı'nda belirtildiği gibi; 'başkalarına fayda yaratma' düşüncesi çalışanların işlerinden güçlü bir anlam, amaç ve değer elde etmelerini sağlar.

ASELSAN'ın Türk toplumu tarafından sevilen ve takdir edilen bir kurum olması, marka değerinin yüksek olması ve tüm paydaşlarına fayda yaratmak amaçlı yürüttüğü projeler hem çalışanlar hem de müşteriler için pozitif imaj algısı

yaratmakta olup, çalışan ve müşterilerin kuruma ilişkin olumlu duygular geliştirmelerini sağlar.

Son olarak; sosyal inovasyon faaliyetlerinin örgütler açısından çıktıları dikkate alındığında, sosyal inovasyonun kurumlar tarafından titizlikle üzerinde durulması gereken bir kavram olduğu anlaşılmakta olup, çalışanların bu konudaki farkındalığın artırılmasının örgütlere fayda sağlayacağı düşünülmektedir. ASELSAN tarafından başarı ile yürütülen sosyal inovasyon faaliyetlerinin özellikle kurumsal şirketler açısından 'en iyi uygulamalar (best practises)' niteliğinde yol gösterici olacağı değerlendirilmektedir.

2.3 ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini, Ankara ve İstanbul'da faaliyet göstermekte olan, 'dünyanın ilk 100 savunma sanayi şirketi arasında yer alan, Türkiye'nin ise en büyük savunma elektroniği kuruluşu' olan ASELSAN'ın çalışanları oluşturmaktadır. Daha önce belirtildiği gibi esas amaç, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılığa olan etkisinde örgütsel vatandaşlık ve psikolojik iyi olma halinin aracı/düzenleyici rolünün olup olmadığını tespit etmek olduğundan analizin iki ayrı grupta yapılması ve elde edilen sonuçların karşılaştırılması uygun bulunmuştur. Örneklem belirlenmesinde ilk dikkate alınan husus örneklem yarısının ASELSAN Sosyal İnovasyon Liderleri (ASİL) grubu üyelerine uygulanması, diğer yarısının ise ASİL grubu üyesi olmayanlara uygulanmasıydı. Anket 300 kişiye iletilmiş olup, geri dönüş sağlayan ve anketi geçerli olan 220 kişinin anketi değerlendirilmeye alınmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı %73'tür. 110 anket ASİL üyelerine ait olup, diğer 110 anket ise ASİL üyesi olmayan çalışanlara aittir.

Araştırmanın örnekleminin nasıl belirlendiğinden bahsetmek gerekirse; ASELSAN üst yönetiminden çalışmaya ilişkin ilgili izinler alındıktan sonra, ASİL çatısı altındaki 12 alt grubun ayrı ayrı üye sayıları öğrenilerek toplam ASİL üye sayısına oranları hesaplanmıştır. Planlanan örneklem büyüklüğü bu oranlarla çarpılarak her gruptan kaç üyenin anket çalışmasına katılması gerektiği belirlenmiştir. Bir diğer deyişle; çalışmada tesadüfi örnekleme yöntemlerinden

olan tabakalı örnekleme yöntemi kullanıldı. Bu yöntemin kullanılmasındaki amaç; çalışmada ASİL çatısı altında yer alan tüm alt grupların örnekleme temsil edilmelerini sağlayarak görüşlerine yer vermektir. Çalışmanın ikinci bölümünde bahsi geçen 12 grubun koordinatörlerine gruplarında görev yapan (hesaplamaya göre belirlenen sayıda) en aktif üyelerin isimlerini paylaşmaları için e-posta gönderildi. Aktif üye olarak isimleri iletilen çalışanlara elektronik posta aracılığıyla çalışmanın konusu, alınan izinler ve anketin ne şekilde yapılacağı hakkında bilgi verildi, son olarak da anket çalışmasına katılım sağlamak isteyip istemedikleri soruldu. Ankete katılmak isteyen çalışanlara, anket kapalı zarf içerisinde iletilen, ayrıca zarfın içerisine anket cevaplarını iletirken gönderici bilgisine yer vermek zorunda olmadıklarına dair bir not bırakıldı.

ASİL üyesi olmayan çalışanların seçilmesinde ise tesadüfi örnekleme yöntemlerinden olan basit tesadüfi örnekleme yöntemi uygulanmıştır.

Kurumun internet kullanma prosedürleri gereği Bilgi Yönetim Direktörlüğü tarafından konulmuş belli engeller bulunmakta olup, güvenlik duvarı uygulama yüklenmesine izin vermemektedir. Google Forms gibi online olarak anketlerin iletilebileceği sistemlere erişim kısıtı olması sebebiyle anket internet ortamında değil, fiziki olarak anketin gönderilmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada katılımcıların profili hakkında bilgi vermek adına, ankette (5) adet demografik soruya yer verilmiştir. Tablo 4'te Araştırma Örnekleme İlişkin Demografik Bilgilere yer verilmiş olup, araştırma modelinde bu verilere ilişkin bir analiz gerçekleştirilmemiştir. Örneklemin 103'ü (%46.8) kadın, 117'si (%53.2) ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Ankete giren katılımcıların yaş aralıklarına bakıldığında 60'ı (%27.3) 20-29 yaş, 112'si (%50.9) 30-39 yaş, 42'si (%19.1) 40-49 yaş ve 6'sının (%2.8) 50 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmüştür. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde 144'ünün (%65.5) evli ve 76'sının (%34.6) bekar olduğu görülmektedir. Kulvarlarına göre katılımcıların 14'ü (%6.4) büro işleri, 93'ü (%42.3) idari, 86'sı (%39.1) mühendislik ve 27'sinin (%12.3) teknisyenlik işlerinde çalıştığı görülmektedir. Kişilerin çalışma sürelerine bakıldığında ise 97'sinin (%44.1) 0-5 yıl, 56'sının

(%25.5) 6-11 yıl, 44'ünün (%20) 12-17 yıl ve 23'ünün (%10.5) 18 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Araştırma Örneklemine İlişkin Demografik Bilgiler

Betimleyici İstatistikler	Kişi Sayı	%
Cinsiyet		
Kadın	103	46,8
Erkek	117	53,2
Yaş		
20-29	60	27,3
30-39	112	50,9
40-49	42	19,1
50 ve üzeri	6	2,8
Medeni Durum		
Evli	144	65,5
Bekar	76	34,6
Kulvar		
Büro İşleri	14	6,4
İdari	93	42,3
Mühendislik	86	39,1
Teknisyenlik	27	12,3
Çalışma Süresi		
0-5 Yıl	97	44,1
6-11 Yıl	56	25,5
12-17 Yıl	44	20
18+	23	10,5

2.4 ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ VE MODELİ

Bu çalışmanın birinci bölümünde yer verilen literatürde ortaya konulan kavramlar ve değişkenler arasındaki ilişkiler doğrultusunda H1, H2, H3, H4 ve

H5 hipotezi oluşturulmuştur. Ayrıca, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılığı etkileme sürecini açıklamak adına bu iki değişken arasındaki ilişkiyi etkilediği düşünülen iyi olma hali ve örgütsel vatandaşlık davranışının aracılık etkisinin değerlendirilmesi amacıyla H6 ve H7 hipotezi oluşturulmuştur.

H1: Sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Sosyal inovasyonun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3: Sosyal inovasyonun iyi olma hali üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H4: Örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

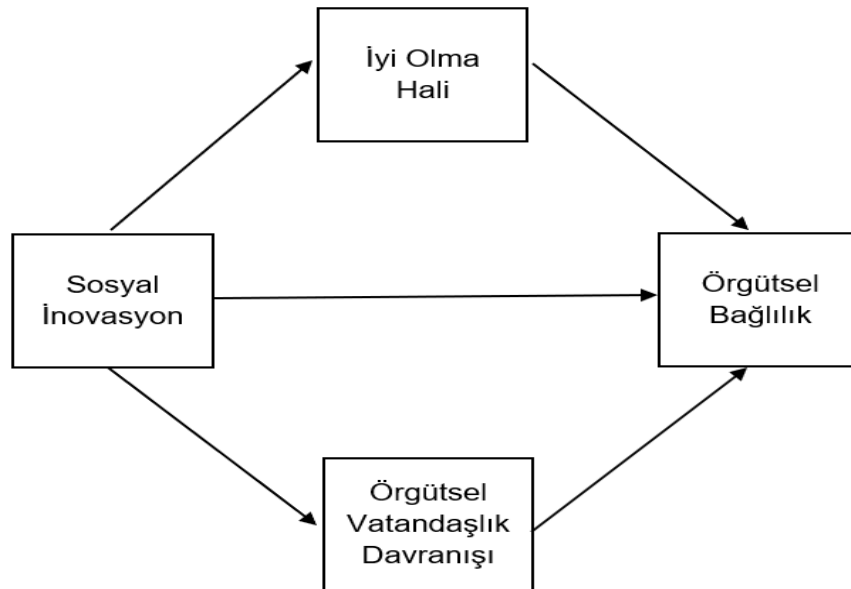
H5: İyi olma halinin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H6: İyi olma hali, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide aracı rol oynamaktadır.

H7: Örgütsel vatandaşlık davranışı, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide aracı rol oynamaktadır.

Oluşturulan bu hipotezler doğrultusunda kurgulanan model aşağıda Şekil 6' da gösterilmiştir:

Şekil 6:Araştırma Modeli



2.5 ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

Bu çalışmada nicel veri elde etme yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde Gönüllü Katılım Formu'na yer verilmiştir. Bu formda araştırmamanın amacı, danışman ve araştırmacı hakkında bilgiler, araştırmaya ilişkin alınan izinler, gönüllülük esası, gizlilikle ilgili sınırlar, elde edilen cevapların sadece bilimsel araştırma kapsamında kullanılacağına ve anketin istenildiği zaman sonlandırılabilceğine dair bilgi yer almaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin 5 sorunun yer aldığı demografik bilgi formu ve 4 adet ölçeğe ilişkin sorular ise anketin diğer bölümlerini oluşturmaktadır.

2.5.1 Sosyal İnovasyon Ölçeği

Literatürde, bireylerin sosyal inovasyon eğilimlerini değerlendiren bir ölçeğe rastlanmamıştır. Her sosyal inovasyonun sosyal yenilik içermesi ve her iki kavramında bireysel boyutta benzer çıktılara sahip olmaları sebebiyle sosyal yenilikçilik ölçeği kullanılmıştır. Bireylerin sosyal yenilikçilik eğilimini değerlendirmek amaçlı Halaç vd. (2014) tarafından hazırlanan ölçek kendilerinden alınan izinler doğrultusunda kullanılmıştır. İlgili çalışmada “Türk kültürüne uygun, birey düzeyinde geçerli ve güvenilir bir sosyal yenilikçilik ölçeğinin geliştirilmesinin” amaçlandığı vurgulanmıştır (Halaç vd., 2014, s.165) Araştırma, Türkiye’de 10 farklı ilde eğitim gören toplam 767 üniversite öğrencisi üzerinde yapılmıştır. Ölçek, anket şeklinde tasarlanmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucu bireysel sosyal yenilikçilik eğilimini ölçen, tek boyutlu, sekiz maddeden oluşan geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirilmiştir. Toplam açıklanan varyansın %51 ve Cronbach Alfa değerinin 0.858 olması bu durumu açıklamaktadır. Ayrıca, yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre bu yapının uyum istatistiklerine iyi uyum gösterdiği görülmüştür. Ölçek 5’li Likert skalası (1-Hiçbir Zaman, 2-Nadiren, 3-Bazen, 4-Sıklıkla, 5-Her Zaman) ile değerlendirilmektedir. “Toplumda, sosyal dayanışma ve sosyal katılımı artırmanın yollarını ararım.”, “Sosyal değer yaratacak ve toplumu daha etkin

hale getirecek yeni fikirler üretirim.” ve “Sosyal normlarda ve kurallarda değişiklik yapacak fırsatlar ararım.” ifadeleri ölçekte yer alan örnek maddelerdir.

2.5.2 Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği

Örgütsel vatandaşlık davranışının değerlendirilmesi için Basım ve Şeşen (2006) tarafından hazırlanan ölçek kendilerinden alınan izin doğrultusunda kullanılmıştır. Daha etkili bir ölçek elde edilmesi istenildiğinden ölçek Vey ve Campbel (2004) ve Williams ve Shiaw (1999)' in çalışmalarından faydalanılarak hazırlanmıştır (Basım ve Şeşen, 2006, s.88). Ölçek, anket şeklinde tasarlanmıştır. Ölçekte, Organ (1988)'in benimsemiş olduğu “Diğerkâmlık”, “Vicdanlılık”, “Nezakat”, “Centilmenlik” ve “Sivil Erdem” örgütsel vatandaşlık davranışı boyutlarını ölçecek şekilde hazırlanmış (19) madde bulunmaktadır. Ölçekte 5'li Likert skalası (1-Hiçbir Zaman, 2-Nadiren, 3-Bazen, 4-Sıklıkla, 5-Her Zaman) kullanılmıştır. “Günlük izin alan bir çalışanın o günkü işlerini ben yaparım.”, “Yeni işe başlayan birisinin işi öğrenmesine yardımcı olurum.” ve “Diğer çalışanların hak ve hukukuna saygı gösteririm.” ifadeleri ölçekte yer alan örnek maddelerdir.

Ölçek iki örneklem grubunda uygulanmış olup, güvenilirlik analizine ilişkin olarak Basım ve Şeşen (2006) tarafından cronbach alfa (iç tutarlılık) kat sayısı ilk örneklem için 0.89, ikinci örneklem için ise 0.94 olarak raporlanmıştır.

2.5.3 İyi Olma Hali Ölçeği

İyi olma halinin değerlendirilmesi kapsamında Tennant vd. (2007) tarafından hazırlanan Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeğinin kullanılabilmesi için öncelikli olarak kendilerinden e-posta yoluyla izin alınmıştır. Keldal (2015) tarafından yapılan çalışmada bahse konu ölçeğin Türkçe tercümesinin yer aldığı ve aynı çalışmada geçerlilik ve güvenilirlik analizleri de yapıldığı için, Gökay Keldal'dan e-posta yoluyla ölçeğin kullanımı için izin alınmıştır. Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği, bireylerin mental iyi oluş düzeylerini ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. 14 maddeden oluşan ölçeğin tamamında pozitif ifadeler yer almaktadır. Ölçek 5'li Likert skalası (1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) ile değerlendirilmektedir.

“Gelecekle ilgili iyimserim.”, “Sorunlarla iyi bir şekilde başa çıkabilirim.” ve “Yeni şeylere karşı ilgiliyim.” ifadeleri ölçekte yer alan örnek maddelerdir. Keldal (2015) tarafından yapılan geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği'nin bireylerin psikolojik iyi oluş hallerini ölçmede geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir. Ölçeğin cronbach alfa katsayısının 0.89, uyum indeksi değerlerinin de kabul edilebilir düzeyde olduğu belirtilmiştir.

2.5.4 Örgütsel Bağlılık Ölçeği

Örgütsel bağlılık incelemesi kapsamında Meyer ve Allen'in üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin kullanılabilmesi için öncelikli olarak kendilerinden e-posta yoluyla izin alınmıştır. Wasti (2000) tarafından gerçekleştirilen çalışmada bahse konu ölçeğin Türkçe tercümesi yer aldığı ve aynı çalışmada geçerlilik ve güvenilirlik analizleri de yapıldığı için, Arzu Wasti'den e-posta yoluyla ölçeğin kullanımı için izin alınmıştır. Ölçekte Meyer ve Allen'in örgütsel bağlılık boyutları olan duygusal, normatif ve devamlılık bağlılığına ilişkin toplam 18 madde bulunmaktadır. Ölçek, 5'li Likert skalası (1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Biraz Katılıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum) ile değerlendirilmektedir. “Bu kuruluş benim sadakatimi hak ediyor.”, “Şu anda kuruluşumdan ayrılmak istediğime karar versem, hayatımın çoğu alt üst olur.” ve “Meslek hayatımın kalan kısmını bu kuruluşta geçirmek beni çok mutlu eder.” ifadeleri ölçekte yer alan örnek maddelerdir. Çalışmada, kamu ve özel sektör çalışanları olmak üzere iki ayrı örneklem grubu seçilmiştir. Güvenilirlik çalışmalarında; kamu örnekleminde; cronbach alfa değerleri duygusal bağlılık 0.79, normatif bağlılık 0.75 ve devamlılık bağlılığı 0.58; özel sektör örnekleminde ise cronbach alfa değerleri duygusal bağlılık 0.78, normatif bağlılık 0.80 ve devamlılık bağlılığı 0.60 olarak hesaplanmıştır.

2.6 VERİLERİN ANALİZİ

Öncelikli olarak veri seti analize hazır hale getirilmiştir. Bu aşamadan sonra faktör ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmada belirlenen ilk (5) hipoteze ilişkin analizler basit regresyon yöntemi kullanılarak yapılmış olup, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki aracılık ilişkisine dayalı kurulan son

(2) hipotez ise Hayes'in process makrosu kullanılarak incelenmiştir. Bu kapsamda model 4 seçilip, ilgili regresyon modeli kurularak aracı değişken etkisi gözlemlenmiştir. Son olarak; araştırma modelinde yer alan tüm değişkenlerin (sosyal inovasyon, örgütsel vatandaşlık davranışı, iyi olma hali, örgütsel bağlılık) katılımcıların ASİL üyesi olup olmama durumlarına göre incelenmesi bağımsız örneklem t-testi ile sağlanmıştır. İstatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

2.6.1 Veri Setinin Analize Hazır Hale Getirilmesi

Veri setinin analize hazır hale getirilmesi aşamasında, Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından önerilen 'Veri setinin doğruluğu, eksik veri analizi, normallik testi, çok değişkenli aykırı değer analizi ve çoklu bağlantı ve teklik testi' sırayla uygulanmıştır.

2.6.1.1 Veri Setinin Doğruluğu

Veri setinin doğruluğuna ilişkin olarak yapılan kontrollerde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

- Standart sapmanın ortalamadan küçük olması gerektiği kuralına aykırı bir durum oluşmadığı görülmüştür.
- Minimum ve maksimum değer kontrolü yapıldığında herhangi bir aykırı değere rastlanılmamıştır.
- Tek değişkenli aykırı değer olup olmadığına 'Z değerine bakma' yöntemiyle bakılmıştır. Z değerlerine bakıldığında +3.29'den daha büyük ve -3.29'dan daha küçük bir değer olmadığı görülmüştür. Bu sebeple veri setinde herhangi bir aykırı değer bulunmadığına kanaat getirilmiştir.

2.6.1.2 Eksik Veri Analizi

Sürecin başında ölçekler bazında eksik verilerin kontrolü sağlanarak eksik veri analizi yapılmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından eksik veri için kabul sınırı %5 olarak belirtilmiştir. Little MCAR test sonucunda EM Means anlamlılık değerinin her bir ölçek bazında 0,05'ten büyük olması eksik verilerin rastgele (rassal) dağıldığını göstermektedir. Little MCAR testi anlamsız çıktığı için separate t-testi ve akabinde MNAR veya MAR testleri yapılmasına gerek

duyulmamıştır. Ortalama değer yöntemi dikkate alınarak eksik verilere grup ortalamalarının atanması sağlanmıştır.

2.6.1.3 Normallik Testi

Analizlere geçilmeden önce normallik varsayımları kontrol edilmiştir. Aşağıda detaylarına yer verilen bu varsayımlar sırasıyla Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro Wilk istatistik değerlerinin kıyaslanması, çarpıklık basıklık değerleri ve q-q plot grafiklerinin yorumlanması ile sağlanmıştır. Bu işlemler sonucunda sapan değere rastlanmaması nedeniyle örneklemden herhangi bir veri çıkartılmamıştır. Her bir varsayım bazında verilerin normallik koşullarına uyumu kontrol edilerek verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle parametrik testler kullanılmıştır.

2.6.1.3.1 Normallik Testi Sonuçları

Tablo 5: Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Anlamlılık Değerleri

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Sd	p	İstatistik	Sd	p
Sosyal İnovasyon	,063	220	,032	,980	220	,004
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	,059	220	,065	,982	220	,006
Psikolojik İyi Olma Hali	,073	220	,007	,981	220	,005
Örgütsel Bağlılık	,061	220	,044	,988	220	,062

Sd: serbestlik derecesi p: anlamlılık değeri

Normallik dağılım analizi sonucunda aşağıdaki hipotezler esas alınmıştır.

H₀: Veriler normal dağılım göstermektedir.

H₁: Veriler normal dağılım göstermemektedir.

Normallik testi sonuçlarına bakıldığında Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilks testinin p değerleri dikkate alınır. Örneklem büyüklüğünün 50 ve altı olması durumunda Shapiro-Wilks anlamlılık değerleri baz alınırken, 50'nin üstündeki veri setlerinde Kolmogorov-Smirnov anlamlılık değerleri dikkate alınmaktadır. Tablo 5'te normallik hipotezi dikkate alındığında anlamlılık değerinin >0,05

olması sebebiyle verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir. Bu kapsamda, örneklem sayısının 50'den büyük olması sebebiyle tüm grupların Kolmogorov- Smirnov sonuçlarının anlamlılık derecesine bakıldığında sosyal inovasyon, iyi olma hali ve örgütsel bağlılık ölçeklerine ait anlamlılık değerlerinin <0.05 olması nedeniyle H_0 hipotezi reddedilmiş ve bu gruplara bağlı verilerin normal dağılmadığı görülmüştür. Buna karşın örgütsel vatandaşlık davranışı için anlamlılık değerlerinin >0.05 olması nedeniyle H_0 hipotezi kabul edilmiş ve bu gruplara bağlı verilerin normal dağıldığı görülmüştür.

2.6.1.3.2 Eğiklik ve Basıklık Değerleri

Seçer (2015, s. 25-28), 'gruba ilişkin eğiklik değerlerinin +1 ile -1 arasında, basıklık değerlerinin ise +2 ile -1 arasında olması gerektiğini' belirtmiştir. Güriş ve Astar (2014)'a göre ise 'eğiklik (skewness) ve basıklık (kurtosis) ölçüleri için -1,96 ile 1,96 değerleri kritik değerlerdir. Eğiklik katsayısının, katsayının standart hatasına bölünmesi ile elde edilen değer standartlaştırılmış olacak ve bu değerlerin %95 güven aralığı için 1,96'dan küçük olması durumunda normal dağılım gösterdiği değerlendirilecektir.'

Bu kapsamda Tablo 6'da yer alan betimsel istatistikler her bir grup bazında incelendiğinde ve çarpıklık-basıklık değerlerine bakıldığında belirtilen aralık içinde kalmaları nedeniyle çarpıklık ve basıklık varsayımının sağlandığı görülmüştür. Verilerin tüm gruplar özelinde normal dağılım gösterdiği görülmektedir.

Tablo 6: Normal Dağılım Varsayımları için Betimsel İstatistikler

		İstatistik	Std. Hata
Sosyal İnovasyon	Ortalama	3,8260	,04426
	95% Güven Aralığında		
	Ortalama	Alt Sınır	3,7387
		Üst Sınır	3,9132
	%5 Kesilmiş Ortalama		3,8448
	Medyan		3,7778
	Varyans		,431
	Standart Sapma		,6565
	Minimum		2,00
	Maksimum		5,00
Aralık		3,00	

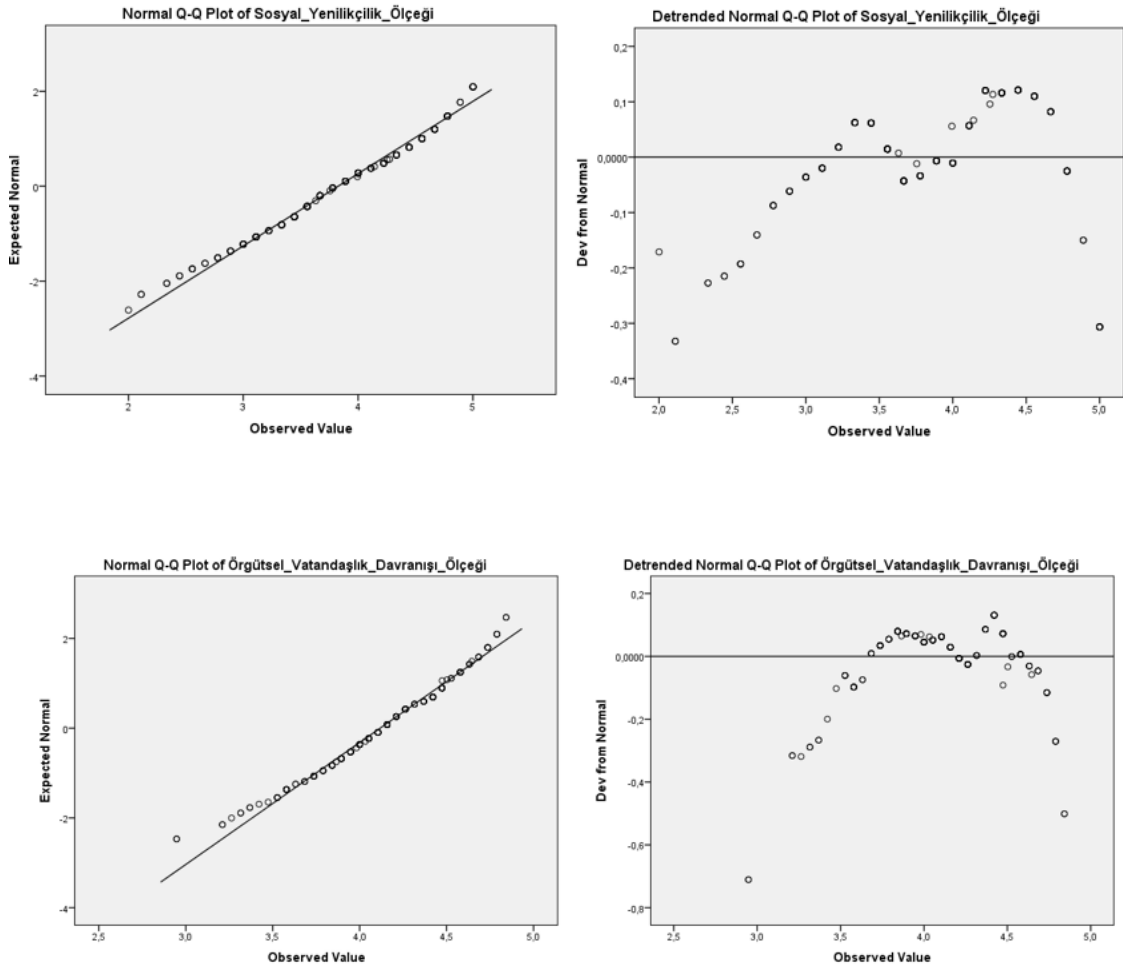
	Çeyrekler arası aralık		,89	
	Çarpıklık		-,293	,164
	Basıklık		-,318	,327
			İstatistik	Std. Hata
Örgütsel Vatandaşlık	Ortalama		4,1178	,02482
	95% Güven Aralığında	Alt Sınır	4,0689	
	Ortalama	Üst Sınır	4,1668	
	%5 Kesilmiş Ortalama		4,1296	
	Medyan		4,1579	
	Varyans		,136	
	Standart Sapma		,3682	
	Minimum		2,95	
	Maksimum		4,84	
	Aralık		1,89	
	Çeyrekler arası aralık		,53	
	Çarpıklık		-,432	,164
	Basıklık		,188	,327
			İstatistik	Std. Hata
İyi Olma Hali	Ortalama		4,0850	,03338
	95% Güven Aralığında	Alt Sınır	4,0192	
	Ortalama	Üst Sınır	4,1508	
	%5 Kesilmiş Ortalama		4,0984	
	Medyan		4,0714	
	Varyans		,245	
	Standart Sapma		,4951	
	Minimum		2,36	
	Maksimum		5,00	
	Aralık		2,64	
	Çeyrekler arası aralık		,63	
	Çarpıklık		-,358	,164
	Basıklık		,243	,327
			İstatistik	Std. Hata
Örgütsel Bağlılık	Ortalama		3,5202	,03815
	95% Güven Aralığında	Alt Sınır	3,4450	
	Ortalama	Üst Sınır	3,5953	
	%5 Kesilmiş Ortalama		3,5319	
	Medyan		3,5556	
	Varyans		,320	
	Standart Sapma		,5658	
	Minimum		1,78	
	Maksimum		4,88	
	Aralık		3,10	
	Çeyrekler arası aralık		,71	
	Çarpıklık		-,325	,164
	Basıklık		,395	,327

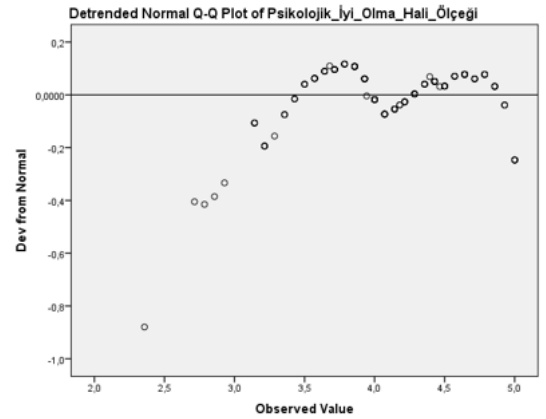
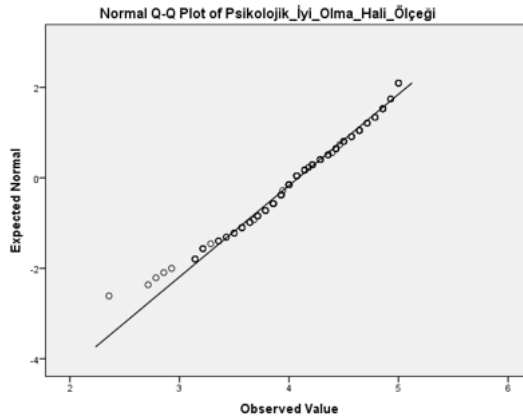
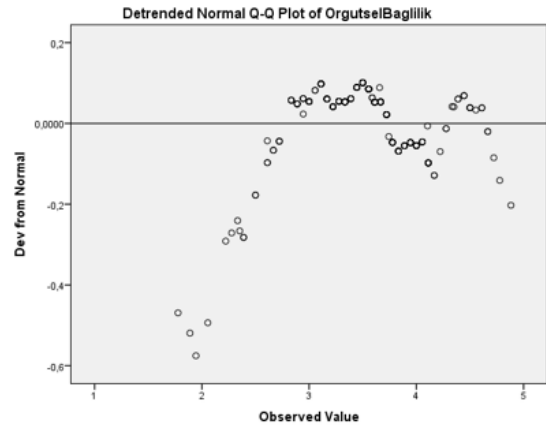
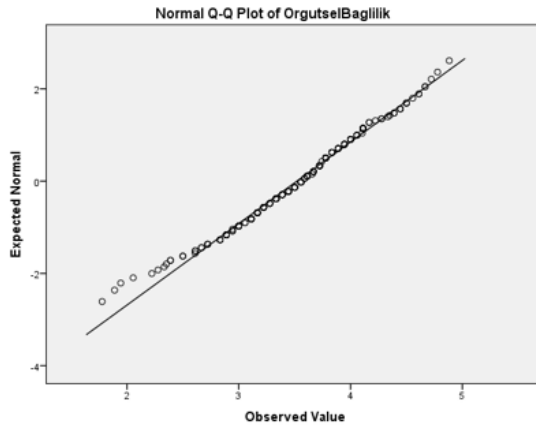
2.6.1.3.3 Linear Dağılım İncelemesi (Q-Q Plot ve Detrended Q-Q Plot Grafiği)

Sosyal inovasyon, örgütsel vatandaşlık davranışı, iyi olma hali ve örgütsel bağlılık ölçeklerini oluşturan soruların her bir ölçek bazında ortalaması alınarak serilerin dağılımı kontrol edilmiştir. Bu kapsamda sapan değerler

gözlemlenmemesi nedeniyle veri setinden herhangi bir örneklem çıkartılmamıştır. Şekil 7’de görüldüğü gibi ölçeklere ilişkin dağılımın lineer (doğrusal) olması nedeniyle serilerin normal dağılım gösterdiği görülmüştür.

Şekil 7:Q-Q Plot ve Detrended Q-Q Plot Grafikleri





2.6.1.4 Çok Değişkenli Aykırı Değer Analizi

Çoklu aykırı değer analizi için Mahalanobis uzaklığının hesaplanması gerekir, bu da ki-kare tablosu yardımıyla yapılır. Tüm katılımcılarda mahalanobis uzaklığı maksimum sınırdan küçük olduğu için veri setinde çoklu aykırı değer bulunmadığı tespit edilmiştir.

2.6.1.5 Çoklu Bağlantı ve Teklik Testi

Çoklu bağlantı analizinde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin ayrı ayrı ölçülmesi amaçlanmaktadır. Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon değerleri incelenir ve 0.90'dan büyük olması durumunda çoklu bağlantı probleminden şüphe edilir. Bu çalışmada tek bağımsız değişken bulunması sebebiyle bu testin yapılmasına gerek kalmamıştır.

2.6.2 Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Faktör analizi uygulamasında “oblimin” yöntemi uygulanarak sonuçlar “Pattern Matrix” tablosundan bakılarak soru maddelerinin faktör yükleri ve binişik maddeler incelenmiştir. Faktör yükleri arasında binişik yüklerin olup olmadığı kontrol edilmiştir.

Güvenilirlik hakkında yapılmış birçok tanım vardır; ancak en yaygın olarak kullanılan tanımlar ‘tutarlılık’ ve ‘kararlılık’ ile ilgilidir. Aynı koşullarda farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirilen ölçüm sonuçlarının aynı olmasını beklemek kararlılığı açıklar. Aynı ölçüm aracının farklı alanlar veya kişiler üzerinde uygulandığında benzer sonuçlar vermesini beklemek ise tutarlılığı açıklar (Çakmur, 2012, s.340). Güvenilir bir ölçeğin, ölçmede hata yapmaması beklenir; ancak hatasız bir ölçüm yapmak neredeyse imkansızdır. Bu sebepten ölçmenin güvenilirliğini artırmak için hatayı minimum düzeye indirmek gerekir. Güvenilirliğin hesaplanması için çok sayıda yöntem mevcut olmakla birlikte, güvenilirlik analizi için en sık kullanılan yöntemlerden biri Cronbach’s Alfa modelidir. Cronbach ‘güvenilirlik’ ve ‘geçerlilik’ terimlerini bir arada düşünerek ‘genellenebilirlik’ kavramını ortaya çıkarmıştır. Ölçek içinde bulunan maddelerin iç tutarlılığının ölçüsü olan alfa katsayısına göre ölçeğin güvenilirliği aşağıda belirtildiği gibi yorumlanmaktadır (Lorcu, 2015, s. 207-208):

- $0 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0,80 \leq \alpha \leq 1$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Bazı araştırmacılara göre alfa katsayısının 0,50 ve üstünde olması güvenilir bir seviye olarak değerlendirilirken (Tabak vd., 2013, s.227; Şimşek, 2007), alfa katsayısının 0,5 değerinden küçük olması ise kabul edilemez güvenilirlik düzeyi olarak değerlendirilmektedir (Gliem ve Gliem, 2003, S. 87; George and Mallery, 2003).

Ölçeğin güvenilirliği ve geçerliğini test etmek üzere keşfedici her bir değişken ve boyut için Cronbach’s Alfa katsayıları hesaplanmıştır. Çalışmadaki keşfedici

değişkenlere ilişkin faktör ve güvenilirlik analizleri sonuçlarına ayrı tablolarda yer verilmiştir.

Örgütsel Vatandaşlık Ölçeği'ne ait faktör yapısı ve güvenilirlik sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Örgütsel Vatandaşlık Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Örgütsel Vatandaşlık Ölçeği	KMO		Bartlett		Sig		df	
	,789		1052,587		,000		171	
Faktör Yüğü								
Sorular	Diğerkâmlık	Vicdanlılık	Nezaket	Centilmenlik	Sivil Erdem	Güvenilirlik Değeri (Cronbach Alpha)	Ort.	
Soru 10	,674					0,690	3,70	
Soru 11	,782						3,90	
Soru 12	,671						4,63	
Soru 13	,570						4,71	
Soru 14	,522						4,46	
Soru 15		,728				0,350	4,12	
Soru 16		,633					4,10	
Soru 17		,659					3,44	
Soru 18			,828			0,691	4,78	
Soru 19			,715				4,56	
Soru 20			,700				4,64	
Soru 21				,676		0,608	4,27	
Soru 22				,617			4,05	
Soru 23				,632			3,65	
Soru 24				,614			3,57	
Soru 25					,684	0,675	4,02	
Soru 26					,821		3,77	
Soru 27					,612		4,33	
Soru 28					,641		3,56	
Toplam						0,807		
Açıklanan Varyans	55,433		Toplam Varyanstaki Değişim			55,433		

Yapılan Bartlett testi sonucunda ($p=0,000<0,01$) olduğundan değişkenler arasında ilişki olduğu kabul edilmiştir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığının anlaşılması için yapılan test sonucunda $KMO=0.789$ olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0.5'ten büyük olduğu için çok iyi bir değer

olarak kabul edilmektedir (Kalaycı, 2010, s.322). $KMO=0,789 > 0,50$ olduğundan örneklem büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Örgütsel vatandaşlık ölçeği için yapılan faktör analizi sonucunda 5 faktör belirlenmiş ve bu faktörlerin toplam varyansın %55,43'ünü açıkladığı görülmüştür. Toplam varyansın %24,50'sini birinci (diğergamlık), %10,63'ünü ikinci (vicdanlılık), %8,53'ünü üçüncü (nezaket), %6,19'unu dördüncü (centilmenlik) ve %5,58'ini beşinci faktör (sivil erdem) açıklamaktadır.

Faktör yükleri arasında binişik yüklerin olmaması nedeniyle çalışmadan herhangi bir sorunun çıkartılmaması sağlanmıştır.

Güvenilirlik analizi sonucuna göre α (Cronbach Alpha) katsayısının 0,807 olduğu görülmektedir. Kendi içinde bu değerler incelendiğinde diğergamlık alt boyutuna yönelik sorulara karşılık gelen α (Cronbach Alpha) katsayısının 0,690, vicdanlılık alt boyutunda 0,350, nezaket alt boyutunda 0,691, centilmenlik alt boyutunda 0,608 ve sivil erdem alt boyutunda α (Cronbach Alpha) katsayısının 0,675 olduğu görülmüştür. Örgütsel vatandaşlık ölçeğinin genel anlamda güvenilirliği incelendiğinde oldukça yüksek bir güvenilirlik skoruna sahip olduğu görülmektedir.

Sosyal İnovasyon Ölçeğine ait faktör yapısı ve güvenilirlik sonuçları Tablo 8' de gösterilmiştir.

Tablo 8: Sosyal İnovasyon Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Sosyal İnovasyon Ölçeği	KMO	Bartlett	Sig	df
	,871	725,205	,000	36
Sorular	Faktör Yüğü	Güvenilirlik Değeri (Cronbach Alpha)		Ortalama
Soru 1	,743	,851		4,00
Soru 2	,769			3,28
Soru 3	,776			3,67
Soru 4	,613			3,99
Soru 5	,780			3,88
Soru 6	,786			3,61
Soru 7	,418			3,95
Soru 8	,732			3,51
Soru 9	,383			4,54
Toplam Varyanstaki Değişim		58,431		

Yapılan Bartlett testi sonucunda ($p=0,000<0,01$) olduğundan değişkenler arasında ilişki olduğu kabul edilmiştir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığının anlaşılması için yapılan test sonucunda $KMO=0,871>0,50$ olduğundan örneklem büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal inovasyon ölçeği için yapılan faktör analizi sonucunda toplam varyansın %58,43'ünün açıklandığı görülmüştür.

Güvenilirlik analizi sonucuna göre α (Cronbach Alpha) katsayısının 0.851 olduğu ve oldukça yüksek bir güvenilirlik skoruna sahip olduğu görülmektedir.

Örgütsel Bağlılık Ölçeğine ait faktör yapısı ve güvenilirlik sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9 : Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Örgütsel Bağlılık Ölçeği	KMO	Bartlett	Sig	df	
		,873	1728,447	,000	153
Faktör Yüğü					
Sorular	Duygusal Bağlılık	Normatif Bağlılık	Devamlılık Bağlılığı	Güvenilirlik Değeri (Cronbach Alpha)	Ort.
Soru 1	,780			,856	4,07
Soru 2	,846				4,00
Soru 3	,665				3,99
Soru 4	,766				3,87
Soru 5	,701				3,82
Soru 6	,843				3,95
Soru 7		,709		,831	3,88
Soru 8		,914			3,68
Soru 9		,820			3,37
Soru 10		,538			4,05
Soru 11		,724			3,64
Soru 12			,586		3,81
Soru 13			,645	,777	2,60
Soru 14			,586		3,29
Soru 15			,659		2,91
Soru 16			,855		2,78
Soru 17			,779		3,01
Soru 18			,513		2,64
Toplam				,832	
Açıklanan Varyans	57,906	Toplam Varyanstaki Değişim		57,906	

Yapılan Bartlett testi sonucunda ($p=0,000<0,01$) olduğundan değişkenler arasında ilişki olduğu kabul edilmiştir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığının anlaşılması için yapılan test sonucunda $KMO=0,873 >0,50$ olduğundan örneklem büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Örgütsel bağlılık ölçeği için yapılan faktör analizi sonucunda 3 faktör belirlenmiş ve bu faktörlerin toplamı varyansın %57,91'ini açıkladığı görülmüştür. Toplam varyansın %33,56'sını birinci (duygusal bağlılık), %17,57'sini ikinci (normatif bağlılık) ve %6,77'sini üçüncü (devamlılık bağlılığı) faktör açıklamaktadır.

Faktör analizi uygulamasında “oblimin” yöntemi uygulanarak sonuçlar “Pattern Matrix” tablosundan bakılarak soru maddelerinin faktör yükleri ve binişik maddeler incelenmiştir. Faktör yükleri arasında binişik yüklerin olmaması nedeniyle çalışmadan herhangi bir sorunun çıkartılmaması sağlanmıştır.

Güvenilirlik analizi sonucuna göre α (Cronbach Alpha) katsayısının 0,832 olduğu görülmektedir. Kendi içinde bu değerler incelendiğinde duygusal bağlılık alt boyutuna yönelik 1-6 arasında yer alan sorulara karşılık gelen α (Cronbach Alpha) katsayısının 0,856, normatif bağlılık alt boyutuna yönelik 7-12 arasında yer alan sorular sorulmuş ve karşılık gelen α (Cronbach Alpha) katsayısının 0,831 ve devamlılık bağlılığı alt boyutuna yönelik 13-18 arasındaki sorular sorulmuş ve karşılık gelen α (Cronbach Alpha) katsayısının 0,777 olduğu görülmüştür. Örgütsel bağlılık ölçeğinin genel ve alt boyutlar bazında güvenilirliği incelendiğinde oldukça yüksek bir güvenilirlik skoruna sahip olduğu görülmektedir.

Psikolojik İyi Olma Hali Ölçeğine ait faktör yapısı ve güvenilirlik sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: İyi Olma Hali Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

İyi Olma Hali Ölçeği	KMO	Bartlett	Sig	df
	,896	1353,280	,000	91
Sorular	Faktör Yüğü	Güvenilirlik Değeri (Cronbach Alpha)		Ortalama
Soru 29	,595			3,79
Soru 30	,760			4,21

Soru 31	,611	,894	3,51
Soru 32	,554		4,07
Soru 33	,591		3,76
Soru 34	,673		4,09
Soru 35	,645		4,25
Soru 36	,737		4,13
Soru 37	,673		4,02
Soru 38	,744		4,47
Soru 39	,563		4,40
Soru 40	,685		4,24
Soru 41	,633		4,28
Soru 42	,747		3,98
Toplam Varyanstaki Değişim			60,905

Yapılan Bartlett testi sonucunda ($p=0,000<0,01$) olduğundan değişkenler arasında ilişki olduğu kabul edilmiştir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığının anlaşılması için yapılan test sonucunda $KMO=0.896>0,50$ olduğundan örneklem büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu anlaşılmaktadır. İyi olma hali ölçeği için yapılan faktör analizi sonucunda toplam varyansın %60,91'inin açıklandığı görülmüştür.

Güvenilirlik analizi sonucuna göre α (Cronbach Alpha) katsayısının 0.894 olduğu ve oldukça yüksek bir güvenilirlik skoruna sahip olduğu görülmektedir.

2.6.3 Sosyal İnovasyon, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İyi Olma Hali Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Analizi İle İncelenmesi

Tablo 11:Değişkenler Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Analizi ile İncelenmesi

	1	2	3	4
1 Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	-			
2 Sosyal İnovasyon	.41**	-		
3 Örgütsel Bağlılık	.41**	.31**	-	
4 Psikolojik İyi Olma Hali	.56**	.33**	.36**	-

Regresyon analizi öncesinde modele konu edilen değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü göstermek adına Pearson Korelasyon analizi yapılması uygun bulunmuştur. Tablo-11'de görüleceği üzere, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasında düşük düzeyde pozitif ilişki, sosyal inovasyon ile iyi

olma hali arasında düşük düzeyde pozitif ilişki, sosyal inovasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında orta düzeyde pozitif ilişki, iyi olma hali ile örgütsel bağlılık arasında düşük düzeyde pozitif ilişki, örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık arasında orta düzeyde pozitif ilişki ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile iyi olma hali arasında orta düzeyde pozitif ilişki bulunduğu görülmüştür. Çalışmada ankete konu edilen demografik veriler sadece katılımcıların profili hakkında bilgi vermek amaçlı toplanmış olup, demografik verilerin tamamının kategorik değişken olarak temin edilmesi sebebiyle Pearson Korelasyon Analizi'ne bu veriler dahil edilmemiştir.

2.6.4 Hipotez Testleri ve Sonuçları

Regresyon tekniği, aralarında ilişki (sebeup-sonuç) bulunan en az iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkinin matematiksel olarak açıklanmasında kullanılmaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişken ayrımının analizden önce yapılması gerekir. Bu araştırmanın modelinde bir bağımlı ve bir bağımsız değişken bulunması sebebiyle ilk 5 hipotez için basit regresyon tekniği kullanılmıştır.

Çalışmanın başında oluşturulan "H1: Sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır." hipotezinin sınanması amacıyla basit regresyon analizine başvurulmuştur.

Yapılan regresyon testinde sosyal inovasyon bağımsız değişken, örgütsel bağlılık ise bağımlı değişken olarak analizde yer almıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre:

Tablo 12: Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki

Model	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	2,506	,216		11,624	,000
Sosyal İnovasyon	,265	,056	,307	4,771	,000

$$F=22,759 \quad R^2 = ,095 \quad R=,307 \quad p < 0.01$$

Sosyal inovasyon değişkeni tek başına, örgütsel bağlılığın yaklaşık %10'luk

kısmını açıkladığı ve modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu bulgusu elde edilmiştir ($F=22,759$). Tabloya göre, sosyal inovasyonun, örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($\beta =.31$, $p <0.01$). Bu kapsamda, sosyal inovasyondaki 1 birimlik değişim, örgütsel bağlılıkta %30,7 oranında pozitif yönlü bir değişime neden olmaktadır.

- **Buradan hareketle, H1 hipotezi kabul edilmiştir.**

Sosyal inovasyonun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi bir diğer regresyon modeli ile incelenmiştir. Sosyal inovasyon bağımsız değişken, örgütsel vatandaşlık davranışı ise bağımlı değişken olarak analizde yer almıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre:

Tablo 13 :Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki

Model	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	3,235	,134		24,074	,000
Sosyal İnovasyon	,231	,035	,411	6,665	,000

$F=44,417$ $R^2 = ,169$ $R=.411$ $p < 0.01$

Sosyal inovasyon değişkeni tek başına, örgütsel vatandaşlık davranışının yaklaşık %17'lik kısmını açıkladığı ve modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu bulgusu elde edilmiştir ($F=44,417$). Tabloya göre, sosyal inovasyonun, örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($\beta =0,41$, $p <0.01$). Bu kapsamda, sosyal inovasyondaki 1 birimlik değişim, örgütsel vatandaşlık davranışında %41,1 oranında pozitif yönlü bir değişime neden olmaktadır.

- **Buradan hareketle, H2 hipotezi kabul edilmiştir.**

Aşağıdaki regresyon modelinde sosyal inovasyonun iyi olma hali üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sosyal inovasyon bağımsız değişken, iyi olma hali ise bağımlı değişken olarak analizde konumlandırılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre:

Tablo 14 :Sosyal İnovasyon ile İyi Olma Hali Arasındaki İlişki

Model	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	3,135	,187		16,746	,000
Sosyal İnovasyon	,248	,048	,329	5,148	,000

F=26,498 R² = ,108 R=,329 p< 0.01

Sosyal inovasyon değişkeni tek başına, iyi olma halinin yaklaşık %11'lik kısmını açıkladığı ve modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu bulgusu elde edilmiştir (F=26,498). Tabloya göre, sosyal inovasyonun, psikolojik iyi olma hali üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($\beta = 0,33$, $p < 0.01$). Bu kapsamda, sosyal inovasyondaki 1 birimlik değişim, iyi olma halinde %32,9 oranında pozitif yönlü bir değişime neden olmaktadır.

- **Buradan hareketle, H3 hipotezi kabul edilmiştir.**

Tablo 15'te örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi regresyon modeli ile incelenmiştir. Örgütsel vatandaşlık davranışı bağımsız değişken, örgütsel bağlılık ise bağımlı değişken olarak analizde yer almıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre:

Tablo 15: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki

Model	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	,924	,392		2,355	,019
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	,630	,095	,410	6,640	,000

F=44,095 R² = ,168 R=,410 p< 0.01

Örgütsel vatandaşlık davranışı değişkeninin tek başına, örgütsel bağlılığın yaklaşık %17'lik kısmını açıkladığı ve modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu bulgusu elde edilmiştir (F=44,095). Tabloya göre, örgütsel vatandaşlık davranışının, örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($\beta = 0,41$, $p < 0.01$). Bu kapsamda, örgütsel vatandaşlık davranışındaki 1 birimlik değişim örgütsel bağlılıkta %41 oranında pozitif yönlü bir değişime neden olmaktadır.

- **Buradan hareketle, H4 hipotezi kabul edilmiştir.**

Tablo 16’da iyi olma halinin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi regresyon modeli ile incelenmiştir. İyi olma hali bağımsız değişken, örgütsel bağlılık ise bağımlı değişken olarak analizde yer almıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre:

Tablo 16: İyi Olma Hali ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki

Model	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	1,828	,297		6,157	,000
İyi Olma Hali	,414	,072	,363	5,744	,000

F=32,993 R² =, 131 R=, 363 p< 0.01

İyi olma hali değişkeninin tek başına, örgütsel bağlılığın yaklaşık %13'lük kısmını açıkladığı ve modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu bulgusu elde edilmiştir (F=32,993). Tabloya göre, psikolojik iyi olma halinin, örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($\beta = .36$, $p < 0.01$). Bu kapsamda, psikolojik iyi olma halindeki 1 birimlik değişim, örgütsel bağlılıkta %36 oranında pozitif yönlü bir değişime neden olmaktadır.

- **Buradan hareketle, H5 hipotezi kabul edilmiştir.**

2.6.5 Sosyal İnovasyon ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide İyi Olma Hali ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Aracılık Etkileri

MacKinnon vd., (2007, s. 595) aracılığı 'bir değişkenin başka bir değişkeni etkileme sürecini açıklayabilmek için yararlanılan bir yol' olarak tanımlamıştır. Aracılık analizleri, örgütsel davranış ile ilgili çalışmalarda sıklıkla kullanılan bir yöntemdir.

Çalışmanın bu bölümünde, oluşturulan modelin ve aracılık etkisinin test edilebilmesi için Andrew F. Hayes tarafından SPSS programına entegre edilebilen bir makro-yazılım olan "Process V3.1" programından yararlanılmıştır. Çoklu regresyon modellerinin yanısıra aracı ve düzenleyici değişkenlerle oluşturulan modellerin de test edilmesine imkân sağlayan makro-yazılım, özellikle sosyal bilimlerde ve sağlık bilimlerinde sıklıkla kullanılmaktadır (Hayes, 2018). Bootstrap yönteminin aracılık çalışmaları için daha güvenilir bir

yöntem olduğu bilinmektedir. (Hayes vd., 2007). Bu doğrultuda, Process model 4 kullanılarak değişkenlerin 5000 bootstrap ve %95 güven aralığında etkisi bulunmuştur. Analizler sobel testi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde oluşturulan “H6: İyi olma hali, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide aracı rol oynamaktadır.” ve H7: Örgütsel vatandaşlık davranışı, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide aracı rol oynamaktadır.” hipotezlerinin katılımcıların ASİL üyesi olma ve ASİL üyesi olmama durumuna göre ayrı olarak incelenmesi sağlanmıştır. İlgili hipotezlerin sınanması amacıyla Process makrosundaki 4 no.'lu model üzerinden aracılık analizine başvurulmuştur.

ASİL üyeleri için birinci model incelendiğinde, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılığı istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir ($\beta = 0.28$, $p < .001$). İkinci modelde, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye iyi olma hali değişkeni aracı değişken olarak dahil edilmiştir. Kurulan modelde sosyal inovasyon ($\beta = 0.19$, $p < .05$) ve iyi olma hali ($\beta = 0.26$, $p < .05$) değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir. Aracı değişkenin modele dahil edilmesi sonrasında sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde düşüş gözlemlenmiş; fakat değişken modelde anlamlı etkisini sürdürmeye devam etmiştir. Böylelikle iyi olma halinin, sosyal inovasyon ve örgütsel bağlılık arasında kısmi aracı etkiye sahip olduğu görülmüştür. Modelin regresyon değerleri Tablo 17'de detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 17 :ASİL Üyeleri İçin İyi Olma Halinin, Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi

Bağımlı Değişken: Örgütsel Bağlılık								
Model 1								
R	R-Sqr (R ²)		MSE	F		df1	df2	p
,3248	,1055		,2554	12,7400		1,0000	108,0000	,0005
	N	Katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI	
Sabit		2,5053	,3228	7,7604	,0000	1,8654	3,1452	
Sosyal İnovasyon	110	,2785	,0780	2,5693	,0005	,1239	,4332	
Model 2								
R	R-Sqr (R ²)		MSE	F		df1	df2	p
,3830	,1467		,2459	9,1944		2,0000	107,0000	,0002
	N	Katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI	
Sabit		1,7964	,4447	4,0393	,0001	,9148	2,6780	
Sosyal İnovasyon		,1913	,0857	2,2334	,0276	,0325	,3612	
Psikolojik İyi Olma		,2554	,1125	2,2712	,0251	,0215	,4784	

Tablo 18:ASİL Üyesi Olmayanlar İçin İyi Olma Halinin, Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi

Bağımlı Değişken: Örgütsel Bağlılık

Model 1								
R	R-Sqr (R ²)		MSE	F		df1	df2	p
,1670	,0279		,3229	3,1001		1,0000	108,0000	,0811
	N	Katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI	
Sabit		2,8105	,3368	3,3458	,0000	2,1430	3,4780	
Sosyal İnovasyon	110	,1643	,0933	1,7607	,0811	-,0207	,3493	

Tablo 18'de ASİL üyesi olmayanlar için birinci model incelendiğinde, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmaması ($\beta = 0.16$, $p > .05$) nedeniyle çalışmada aracılık etkisine bakılamamıştır. Böylelikle söz konusu ASİL üyesi olmayanlar olduğunda, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde etkisinin olmadığı ve bundan dolayıdır ki iyi olma halinin aracı bir etkiye sahip olmadığı gözlemlenmiştir.

- Buradan hareketle, H6 hipotezi ASİL üyeleri için psikolojik iyi olma halinin aracılık etkisi olması nedeniyle kabul edilirken, ASİL üyesi olmayan grupta herhangi bir aracılık etkisi bulunmaması nedeniyle

reddedilmiştir.

ASİL üyeleri için birinci model incelendiğinde, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılığı istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir ($\beta = 0.28$, $p < .01$) İkinci modelde, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye örgütsel vatandaşlık davranışı değişkeni aracı değişken olarak dahil edilmiştir. Kurulan modelde sosyal inovasyon ($\beta = 0.19$, $p < .05$) ve örgütsel vatandaşlık davranışı ($\beta = 0.42$, $p < .01$) değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir. Aracı değişkenin modele dahil edilmesi sonrasında, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde düşüş gözlemlenmiş; fakat değişken modelde anlamlı etkisini sürdürmeye devam etmiştir. Bu nedenle örgütsel vatandaşlık davranışının, sosyal inovasyon ve örgütsel bağlılık arasında kısmi aracı etkisine sahip olduğu görülmüştür. Modelin regresyon değerleri Tablo 19’da detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 19:ASİL Üyeleri için Örgütsel Vatandaşlık Davranışının, Sosyal Inovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi

Bağımlı Değişken: Örgütsel Bağlılık							
Model 1							
R	R-Sqr (R ²)	MSE	F	df1	df2	p	
,3248	,1055	,2554	12,7400	1,0000	108,0000	,0005	
	N	Katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
Sabit		2,5053	,3228	7,7604	,0000	1,8654	3,1452
Sosyal İnovasyon	110	,2785	,0780	3,5693	,0005	,1239	,4332
Model 2							
R	R-Sqr (R ²)	MSE	F	df1	df2	p	
,4036	,1629	,2413	10,4114	2,0000	107,0000	,0001	
	N	Katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
Sabit		1,1012	,6060	1,8173	,0720	-,1001	2,3025
Sosyal İnovasyon		,1877	,0829	2,2628	,0257	,0233	,3521
Örgütsel Vatandaşlık		,4225	,1560	2,7084	,0079	,1133	,7317

Tablo 20’de ASİL üyesi olmayanlar için birinci model incelendiğinde, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmaması ($\beta = 0.16$, $p > .05$) nedeniyle çalışmada aracılık etkisine bakılamamıştır. Böylelikle söz konusu ASİL üyesi olmayanlar olduğunda, sosyal

inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde etkisinin olmadığı ve bundan dolayıdır ki örgütsel vatandaşlık davranışının modelde aracı bir etkiye sahip olmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 20:ASİL Üyesi Olmayanlar için Örgütsel Vatandaşlık Davranışının, Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Aracılık Etkisinin İncelenmesi

Bağımlı Değişken: Örgütsel Bağlılık

Model 1

R	R-Sqr (R ²)	MSE	F	df1	df2	p	
,1670	,0279	,3229	3,1001	1,0000	108,0000	,0811	
	N	Katsayı	se	t	p	LLCI	ULCI
Sabit		2,8105	,3368	8,3458	,0000	2,1430	3,4780
Sosyal İnovasyon	110	,1643	,0933	1,7607	,0811	-,0207	,3493

- Buradan hareketle, H7 hipotezi ASİL üyeleri için örgütsel vatandaşlık davranışının aracılık etkisi olması nedeniyle kabul edilirken, ASİL üyesi olmayan grupta herhangi bir aracılık etkisi bulunmaması nedeniyle reddedilmiştir.

Nihai olarak; Tablo 21’de hipotezlerin kabul edilme durumu özetlenmiştir. İlk 5 hipotez kabul edilirken, son 2 hipotez ASİL üyeleri için kabul edilirken, ASİL üyesi olmayanlar için kabul edilmemiştir.

Tablo 21: Hipotezlerin Kabul Durumu

Hipotez No	Kabul Durumu
H1	Kabul edildi.
H2	Kabul edildi.
H3	Kabul edildi.
H4	Kabul edildi.
H5	Kabul edildi.
H6	ASİL üyeleri için kabul edildi. ASİL üyesi olmayanlar için kabul edilmedi.
H7	ASİL üyeleri için kabul edildi. ASİL üyesi olmayanlar için kabul edilmedi.

Sosyal inovasyon, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi olma halinin katılımcıların ASİL üyesi olma ve ASİL üyesi olmama durumlarına göre etkisi t-testi ile incelenmiştir. Tablo 22’de görüleceği üzere, sosyal inovasyon

($t(218)=6,514$; $p<0,01$) , örgütsel bağlılık ($t(218)=3,337$; $p<0,01$), örgütsel vatandaşlık davranışı ($t(218)=3,525$; $p<0,01$) ve psikolojik iyi olma hali ($t(218)=2,635$; $p<0,01$) değişkenlerinin katılımcıların ASİL üyesi olup olmama durumuna göre gruplar bazında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yarattığı görülmüştür.

Tablo 22: ASİL Üyesi Olan ve ASİL Üyesi Olmayanlar Üzerinde Bağımsız Örneklem t-Testi ile Değişkenlerin Etkisinin İncelenmesi

Değişkenler	Asil Üye	N	\bar{x}	ss	t	p																														
Sosyal İnovasyon	Evet	110	4,09	0,62	6.514	.000**																														
	Hayır	110	3,56	0,58			Örgütsel Bağlılık	Evet	110	3,64	0,53	3.337	.001**	Hayır	110	3,40	0,57	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Evet	110	4,20	0,33	3.525	.001**	Hayır	110	4,03	0,39	Psikolojik İyi Olma Hali	Evet	110	4,17	0,47	2.635	.009**	Hayır
Örgütsel Bağlılık	Evet	110	3,64	0,53	3.337	.001**																														
	Hayır	110	3,40	0,57			Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Evet	110	4,20	0,33	3.525	.001**	Hayır	110	4,03	0,39	Psikolojik İyi Olma Hali	Evet	110	4,17	0,47	2.635	.009**	Hayır	110	3,99	0,50								
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	Evet	110	4,20	0,33	3.525	.001**																														
	Hayır	110	4,03	0,39			Psikolojik İyi Olma Hali	Evet	110	4,17	0,47	2.635	.009**	Hayır	110	3,99	0,50																			
Psikolojik İyi Olma Hali	Evet	110	4,17	0,47	2.635	.009**																														
	Hayır	110	3,99	0,50																																

** $p<0,01$ önem düzeyinde anlamlı

Farklılığın nedeni incelendiğinde, özellikle ASİL üyesi olan katılımcıların sosyal inovasyon, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve psikolojik iyi olma hali ile ilgili sorulara ASİL üyesi olmayanlara nazaran daha yüksek puan verdikleri ve daha olumlu görüşte buldukları görülmektedir.

3.BÖLÜM SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

3.1. TARTIŞMA VE SONUÇ

Sosyal inovasyonun örgütsel bağlılığı anlamlı olarak etkilemesinin altında yatan sebeplerin analiz edildiği bu çalışmada, bu ilişki üzerinde etkisi olabileceği düşünülen 'örgütsel vatandaşlık davranışı' ve 'iyi oluş halinin' rolü incelendi. Araştırma 220 ASELSAN çalışanından anket yöntemiyle veri toplanması yoluyla gerçekleştirildi. İstatistiksel analizler SPSS programı ve Hayes'in process makrosu kullanılarak gerçekleştirildi.

Sosyal inovasyon, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi olma halinin, çalışanların sosyal inovasyon faaliyetlerinin yürütülmesi için çalışma gruplarında yer alıp almama durumuna göre etkisinin incelenmesi sonucunda; sosyal inovasyon faaliyetlerine katılım sağlayan çalışanların yenilikçilik eğilimleri, iyi olma halleri, örgütsel vatandaşlık davranışları ve örgütsel bağlılıkları diğerlerine göre daha yüksek çıkmıştır, bu sonuç literatürü destekler niteliktedir.

Sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olup olmadığına (H1 hipotezi) yönelik yapılan analizde; açıklayıcılık oranı yüksek olmasa da sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Literatürde, sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebepten sosyal inovasyon ile ilişkili kavramlar olan kurumsal sosyal sorumluluk, yenilik kültürünün benimsenmesi ve inovasyon performansı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri araştıran çalışmalar incelenmiştir. Bayraktaroğlu vd. (2014)'nin çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algıları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algıları ile normatif bağlılık arasında herhangi bir ilişki olmadığı ancak bağlılığın diğer boyutlarıyla anlamlı ilişkiler bulunduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma haricinde incelenen diğer tüm çalışmalarda değişkenlerle örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve pozitif yönlü

ilişki bulunduğu görülmüştür (You vd., 2013; Zerenler ve Celep, 2011; İraz vd., 2018; Bayraktaroğlu vd., 2014; Ghasemi ve Nejati, 2013).

Sosyal inovasyonun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi olup olmadığına (H2 hipotezi) yönelik yapılan analizde, açıklayıcılık oranı yüksek olmasa da sosyal inovasyonun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Literatürde, sosyal inovasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır; ancak bu çalışmada incelenen ilişkinin tersine örgütsel vatandaşlık davranışının bağımsız değişken, sosyal inovasyon eğilimlerinin bağımlı değişken olarak incelendiği ve yenilikçilik ölçeği kullanılarak yapılan görgül çalışma mevcuttur. Bu çalışmada, örgütsel vatandaşlık davranışının boyutlarından olan 'özgecilik davranışının', bireylerin 'sosyal inovasyon yaratma eğilimlerini' pozitif yönde ve olumlu olarak etkilediği, bir diğer deyişle bireylerin özgecilik davranış seviyelerinin sosyal inovasyon eğilimlerinde belirleyici rolü olduğu tespit edilmiştir (Yeşilkaya ve Yıldız, 2018, s. 82). Ayrıca, birebir aynı olmasa bile literatürde kimi zaman sosyal inovasyon kavramı ile eş anlamlı olarak kullanılan (Hernandez ve Corciman, 2016; Westley ve Antadze, 2010, s.2) ve ilişkili kavramlardan olan sosyal girişimciliğin temelini bireylerin özgeci davranış eğilimlerine dayandığını belirten çalışmalar mevcuttur (Martin ve Osberg, 2007, s.34; Mair ve Martı ,2006, s. 38; Tan vd.,2005, s.358).

Sosyal inovasyonun iyi olma hali üzerinde anlamlı bir etkisi olup olmadığı konusunda (H3 hipotezi) yapılan analizde, açıklayıcılık oranı yüksek olmasa da sosyal inovasyonun iyi olma hali üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Literatürde, sosyal inovasyon ile iyi olma hali arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir görgül çalışmaya rastlanmamıştır Literatürde, sosyal inovasyon kavramının bireylerin, grupların veya toplulukların problemlerini çözerek yaşam koşullarını iyileştirmeyi ve refah seviyelerini yükseltmeyi amaçladığı yapılan çalışmaların neredeyse hepsinde yer almaktadır (Mulgan vd., 2007, s.8; Dawson ve Daniel ,2010, s.10; Pol ve Ville ,2009, s.878; Goldenberg, 2004; BEPA, 2010; Rüede ve Lurtz, 2012,

s.9).Dolayısıyla, çalışmada elde edilen bulgunun da literatürdeki bilgilerle uyumlu olduğu değerlendirilmektedir.

Örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi (H4 hipotezi) inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada açıklayıcılık oranı yüksek olmasa da örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Literatürde kabul gören duygusal bağlılığın ve normatif bağlılığın örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu yönde etkilediği, devam bağlılığının ise bu ilişkiyi düşük seviyede olumlu veya olumsuz etkileyebileceği şeklindedir. Örgütsel vatandaşlık davranışının aracı rolü olup olmadığını tespit etmek amaçlı incelenen bu ilişkinin bu çalışmadaki durumun aksine çoğu çalışmada örgütsel bağlılığın bağımsız değişken, örgütsel vatandaşlık davranışının ise bağımsız değişken olarak incelendiği ve bu iki kavram arasında olumlu ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit eden bir çok çalışmanın olduğu görülmüştür (Organ ve Ryan, 1995; Bolat vd.,2008, s.75; Aslan, 2008; Powell ve Meyer, 2004; Gürbüz, 2014; Dennis ve Katherine, 2006; Cohen, 2006) ancak bu çalışmadaki gibi örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel bağlılığın öncülü olarak incelendiği çalışmalar da az da olsa mevcuttur (Shore ve Wayne, 1993; Carmen ve Çolakoğlu, 2016, Scholl, 1981, s.590). Bu iki değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğuna dair tespit edilen bulgu ve yazındaki genel kabulün aksine; bu çalışma kapsamında incelenen Williams ve Anderson (1991, s.610) örgütsel vatandaşlık davranışı ile örgütsel bağlılık arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucuna varmıştır. Çalışmanın verilerinin çalışanlardan değil de çalışanların yöneticilerinden toplanmış olması sebebiyle bu sonucun çıktığı düşünülmektedir. Aslan (2008) ise normatif bağlılıkla örgütsel vatandaşlık davranışı arasında negatif bir ilişki olduğunu, örgüte bağlılığın diğer boyutlarıyla örgütsel vatandaşlık davranışı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını tespit etmiştir. Hemşireler üzerinde yapılan bu çalışmada, çalışanların mesleğe olan bağlılıklarının örgütsel vatandaşlık davranışını artırdığı tespit edilmiş olup bu sonucun, meslek grubu olarak hemşirelerin örgütlerinden çok mesleklerine bağlı olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

İyi olma halinin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olup olmadığı konusunda (H5 hipotezi) kısıtlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada, yazındaki bulgularla uyumlu olacak şekilde, iyi olma halinin örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Garg ve Rastogi,2009, Ağaçbacak,2019; Sevimli,2015). Panaccio ve Vanderberghe (2009), iyi olma hali ile sadece duygusal bağlılık arasında olumlu bir ilişki bulunduğunu, iyi olma hali ile devam bağlılığı arasında olumsuz bir ilişki bulunduğunu, iyi olma hali ile normatif bağlılık arasında herhangi bir ilişki bulunmadığını tespit etmiştir. Cohen ve Shamai (2010) ise polis memurları üzerinde yaptığı çalışmada, iyi olma hali ile örgütsel bağlılık arasında negatif bir ilişkinin bulunduğunu tespit etmiştir. Polise bağlılığın, kişinin hayattaki mutluluğunu azaltan bir değer olarak görülmesinden kaynaklı bu sonucun çıktığı düşünülmektedir. Bunların dışında araştırma esnasında erişilen tüm kaynaklarda belirtilen iyi olma halinin örgütsel bağlılığı olumlu yönde etkilediği yönündedir.

Sosyal inovasyonun örgütsel bağlılığı etkileme sürecini açıklamak adına bu iki değişken arasındaki ilişkiyi etkilediği düşünülen iyi olma hali ve örgütsel vatandaşlık davranışının aracılık etkisine (H6 ve H7 hipotezi) ilişkin yapılan analizlerde sosyal inovasyon faaliyetlerine katılım sağlayan ve bu faaliyetlerin yürütülmesine ilişkin çalışma grubunda bulunan çalışanlarda, sosyal inovasyon ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide iyi olma hali ve örgütsel vatandaşlık davranışının ayrı ayrı kısmi aracılık etkisinin olduğu tespit edildi. Bir başka deyişle, bu değişkenler ayrı ayrı modele eklendiğinde sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin azaldığı görüldü. Bu çalışanların sosyal inovasyon faaliyetleri kapsamında yer aldıkları grup içerisinde elde edinmiş oldukları sosyal kimlik ve bu sayede kazanılan itibar duygusunun elde edilmesi ile aitlik, özbenlik, sosyal ve saygı ihtiyaçlarını giderdikleri, bu durumda iyi olma hallerini olumlu etkilediği ve ihtiyaçların karşılanması sonrasında örgütlerine karşı olumlu tutumlar sergileyerek örgütsel vatandaşlık davranışı gösterme eğiliminde buldukları değerlendirilmiş olup, bu durumun örgütsel bağlılıkları üzerinde de olumlu etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, sosyal inovasyon faaliyetleri gibi 'başkalarına yararlı olma

düşüncesiyle' yapılan işler çalışanın yaptığı işi önemli ve değerli bulmasına ve işlerinden güçlü bir anlam, amaç ve değer elde etmesine sebep olur. Çalışanlar için güçlü bir içsel motivasyon unsuru olan bu durum çalışanların iyi olma hallerini ve bu doğrultuda örgütsel bağlılıklarını da yükseltir. Sosyal inovasyon faaliyetlerine ilişkin herhangi bir çalışma grubunda yer almayan çalışanlarda ise, sosyal inovasyonun örgütsel bağlılık üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı ve bu sebepten ötürü örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi olma halinin de modelde aracı bir etkiye sahip olmadığı gözlemlendi.

Son olarak; sosyal inovasyon, örgütlerde verimliliği ve karı artıran, pozitif kurum imajının yaratılmasını destekleyen, çalışanları örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemeye teşvik eden ve çalışanların iyi olma halini, motivasyonlarını ve örgüte olan bağlılıklarını olumlu etkileyen bir süreç olarak karşımıza çıkar. Tüm paydaşlar için fayda sağlayan bu sürece ilişkin farkındalığın artması örgütler açısından faydalı olacaktır.

3.2. ARAŞTIRMA SINIRLILIKLARI VE GELECEKTEKİ ARAŞTIRMACILARA ÖNERİLER

Bu çalışmadaki en büyük kısıt, literatürde sosyal inovasyon ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi doğrudan veya aracı değişkenlerle inceleyen bir çalışma bulunmamasıdır. Sosyal inovasyon kavramının dahil edildiği görgül çalışma sayısı çok sınırlıdır. Bu araştırmanın literatüre en büyük katkısı bu boşluğa katkı sunulmasıdır. Örgütler açısından çok önemli katkılar sunan sosyal inovasyon kavramının örgütlere olan etkilerinin ve bu etkilere sebep olan faktörlerin incelenmesi hem akademik dünya hem de iş dünyası için büyük katma değer yaratacaktır. ASELSAN tarafından başarı ile yürütülen sosyal inovasyon faaliyetlerinin özellikle kurumsal şirketler açısından 'en iyi uygulamalar (best practises)' niteliğinde yol gösterici olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca, aracı değişken olarak bu çalışmada analize dahil edilen örgütsel vatandaşlık davranışı ve iyi olma hali dışında farklı değişkenlerin de sosyal inovasyonla örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide rolü incelenebilir. Özellikle, özbenlik

değerlendirmesi, algılanan örgüt desteği ve dışsal prestij algısı birlikte veya ayrı ayrı bu ilişkiye değişken olarak eklenip, etkileri incelenebilir.

Literatürde, bireylerin sosyal inovasyon eğilimlerini değerlendirmek için bir ölçeğin mevcut olmaması sebebiyle bu çalışmada sosyal yenilikçilik ölçeği kullanılmıştır. Benzer çıktılar sağlamalarına ve her sosyal inovasyonun sosyal bir yenilik içermesine karşın, bu çalışmada da belirtildiği üzere sosyal inovasyon ve sosyal yenilikçilik farklı kavramlardır. Mevcut olan kurumsal sosyal inovasyon ölçeği (Esen, 2015), kurumların sosyal inovasyon eğilimlerini değerlendirir niteliktedir. Bireylerin sosyal inovasyon eğilimlerini değerlendirmek adına bir ölçeğin geliştirilmesi, sosyal inovasyon faaliyetlerinde yer alan bireylerin davranışlarını ve bu davranışların sonuçlarını anlamak adına fayda sağlayacaktır.

Araştırma sadece belirli bir sektör özelinde tek şirket çalışanlarını kapsayacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Bundan sonraki çalışmalar, farklı sektör ve daha fazla sayıda şirket dikkate alınarak gerçekleştirilebilir. Ayrıca anket katılımcıları sadece Ankara ve İstanbul'da yaşamakta olup, bulguların genelleştirilmesi için Türkiye'nin farklı şehirlerinden veri toplanması faydalı olacaktır. Ayrıca, kısıtlı bir örneklem üzerinde yapılan çalışma bulgularına istinaden genelleme yapılmaması adına bulguların farklı çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir.

Anket yöntemine başvurularak veri toplanmış olup, ilerleyen çalışmalarda nitel araştırma yöntemlerinden olan gözlem veya görüşmede kullanılabilir.

Literatürde genel olarak örgütsel bağlılığın, örgütsel vatandaşlık davranışının öncülü olarak değerlendirildiği ve bu yöndeki çalışma sayısının fazla olduğu görülmüştür; ancak bu çalışmada da tespit edildiği gibi örgütsel vatandaşlık davranışı örgütsel bağlılığın öncülü de olabilmektedir. Bu doğrultuda, özellikle örgütsel vatandaşlık davranışının boyutlarından olan özgeci davranış ve sivil erdem ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar yapılabilir.

3.3. YÖNETİCİLERE ÖNERİLER

Literatürde, bireylerin inovasyon yaratma becerileri konusunda genetik bir yatkınlığının olmadığı, aktif çaba gerektiren bir süreç olduğu ve bu süreçte bireylerin inovasyon yaratma konusunda istekli olup olmama durumlarının etkili olduğu belirtilmiştir. Bu sebepten ötürü, işe alım sürecinde adaylara uygulanan kişilik testlerinde, adayların inovasyon konusundaki isteklilik durumlarını test etmeyi sağlayan soruların yer alması uygun çalışanların örgüt bünyesine katılması anlamında yararlı olacaktır.

Bu çalışmada sıklıkla sosyal inovasyonun örgütlere olan önemli katkılarından bahsedilmiştir. Bilgiye erişimin kolaylaştığı ve teknolojinin hız kesmeden geliştiği günümüzde rekabet kaçınılmaz hale gelmiştir ve yöneticiler tarafından bilinmesi gereken husus 'Örgütler açısından, sosyal inovasyonun gerekli bir olgu haline geldiğidir'. Bu kapsamda, başarılı sosyal inovasyon projelerinin gerçekleştirilebilmesi için yöneticilere büyük görev düşmektedir. Christensen vd. (2011)'nin belirttiği gibi, inovasyon için çalışanların sadece beceriye sahip olmaları yeterli olmayıp, örgüt tarafından yönlendirilmeleri gerekmektedir. Esen (2015) tarafından gerçekleştirilen Kurumsal Sosyal İnovasyon Ölçeği Çalışmaları'nda sosyal inovasyon projelerinde başarı elde etmek isteyen örgütlerin 'sosyal değer yaratmada yenilikçilik, sosyal inovasyonu destekleyen örgüt yapısı, sosyal farkındalık ve sosyal inovasyona niyet' olmak üzere dört boyutta gelişim göstermeleri gerektiği ortaya konulmuştur. Literatürde yer alan sosyal inovasyon çalışmalarında da benzer hususlara yer verilmiş olup, örgütlerin sosyal inovasyon faaliyetleri gerçekleştirmeleri için

- Sosyal sorunların bilincinde olmaları,
- Yenilik yeteneklerini topluma fayda yaratma amacıyla kullanmaları,
- Üst yönetiminin konuya inanarak kendilerini konuyla özdeşleştirmeleri ve uygun bir kurum kültürünün oluşturulması, sosyal inovasyonun uygulanmasına olanak sağlayan süreçlerin oluşturulması ve uygun insan kaynağı ve finansal kaynağın bu sürece aktarılması,
- Toplumsal ve sosyal sorunları çözme konusunda istekli olmaları ve bu problemleri çözmeyi amaç edinmiş olmaları

gerekmektedir (Mulgan vd. 2007; BEPA, 2010; Googins, 2013; Hernandez, 2016; Şekerdil, 2017; Koç, 2010).

KAYNAKÇA

- AĞAÇBACAK, P. M. (2019). Pozitif Psikoloji Bağlamında Sınıf Öğretmenlerinin Psikolojik İyi Oluş Düzeyleri ile Özyeterlik İnançları ve Örgütsel Bağlılık Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi).
- AKÇİL, A. (2019). Sosyal İnovasyon Üzerine Bir Araştırma (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi).
- AKYÜZ, M. (2014). Örgütlerde İnovasyon ve Değişim Yönetimi Hakkında Nitel Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ALZAHAWI, S. (2016). Psychology of Corporate Social Responsibility: The Relationship Between Perceived CSR and Employee Attitudes, Behavior, and Happiness. MSc. Human Resource Management.
- ANTHONY, C., Tripsas, M. (2016). Organizational Identity&Innovation. The Oxford Handbook of Organizational Identity, 417-435. DOI: [10.1093/oxfordhb/9780199689576.013.20](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199689576.013.20).
- ASELSAN RESMİ WEBSİTESİ (<https://www.aselsan.com.tr>).
- ASİL DERNEĞİ WEBSİTESİ (<https://asildernegei.org.tr>).
- ASHFORTH, B. E. ve Mael, F. (1989). "Social Identity Theory and The Organization". The Academy of Management Review,14(1), 20–39. DOI:[10.2307/258189](https://doi.org/10.2307/258189)
- ASLAN, Ş. (2009). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Örgütsel Bağlılık ve Mesleğe Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Araştırılması. Celal Bayar Üniversitesi İİSF, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 15(2), 256-275.
- ATA, H. ve Ataman, G. (2020). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Algılanan Dışsal Prestij ve Örgütsel Bağlılık: Sosyal Kimlik Kuramı Bağlamında Bir Araştırma. Yönetim Bilimleri Dergisi, 18(36), 255-273.
- ATEŞ, M. (2018). Türkiye’de Sosyal İnovasyon Uygulamaları ve Genç Nüfusun Potansiyeli. Analiz, SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, 253, 7-31.
- ATEŞ, M. R. (2007). İnovasyon Hayat Kurtarır. Doğan Kitapçılık.
- BACKHAUS, K. B., Stone, B. A., & Heiner, K. (2002). Exploring the Relationship Between Corporate Social Performance and Employer Attractiveness. Business& Society, 41(3), 292-318. <https://doi.org/10.1177/0007650302041003003>.

- BALCI, A. (2003). *Örgütsel Sosyalleşme Kuram Strateji ve Taktikler*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- BASIM, H. N., Şeşen, H. (2006). *Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Uyarlama ve Karşılaştırma Çalışması*. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 61(4),83-101.
- BAŞAR, Mehmet. (2013). *Girişimcilik*, Ed.: Yılmaz Ürper, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- BAYRAKTAROĞLU, S., Yılmaz, S. E., & Can, M. (2014). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Siyaset Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 99-122.
- BEPA (Bureau of European Policy Advisers), (2010), *Empowering People, Driving Change: Social Innovation in the European Union, 2010*, ISBN 978-92-79- 19275-3.
- BERZIN S. C., Pitt-Catsouphes, M., & Peterson, C. (2014). Role Of State-Level Governments in Fostering Social Innovation. *Journal of Policy Practice*, 13(3), 135-155.
- BOLAT, O. İ., & Bolat, T. (2008). Otel İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(19), 75-94.
- BOMMER, W. H., Miles, E. W., and Grover, S. L. (2003). Does One Good Turn Deserve Another? Coworker Influences on Employee Citizenship. *Journal of Organizational Behavior*. 24(2): 181-196.
- BRADBURN, N. (1969). *The Structure of Psychological Well-being*, Chicago: Adline.
- CAJAIBA-SANTANA, G. (2013). Social Innovation: Moving the Field Forward. A Conceptual Framework. *Technological Forecasting & Social Change*. 82: 42–51.
- CARMELI, A., & Colakoglu, S. N. (n.d.). The Relationship Between Affective Commitment and Organizational Citizenship Behaviors: The Moderating Role of Emotional Intelligence. *The Effect of Affect in Organizational Settings*, 77–93. doi:10.1016/s1746-9791(05)01104-1.
- CARROLL, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- CAULIER-GRICE, J., Davies, A., Patrick, R., & Norman, W. (2012). *Defining Social Innovation. A Deliverable Of The Project: "The Theoretical, Empirical And Policy Foundations For Building Social Innovation In Europe" (Tepsi)*, European Commission–7th Framework Programme, Brussels: European Commission, Dg Research.

- CHRISTENSEN, C. M., Raynor, M. E., Dyer, J., & Gregersen, H. (2011). Disruptive Innovation: The Christensen Collection (The Innovator's Dilemma, The Innovator's Solution, The Innovator's DNA, and Harvard Business Review article "How Will You Measure Your Life?")(4 Items). Harvard Business Press.
- CHRISTENSEN C. ve Nair H. (2012). Yıkıcı İnovasyon Yapılması Gereken İşlere Odaklanmakla Başlar. *Turkishtime Dergisi*, Şubat 2012.
- CHU, C.I., and Hsu, Y.F. (2011), 'Hospital Nurse Job Attitudes and Performance: The Impact of Employment Status,' *Journal of Nursing Research*, 19, 53–60.
- COLE, M., Schaninger, W., and Harris, S. (2007), 'The Workplace Social Network Exchange: A Multilevel, Conceptual Examination,' *Group & Organization Management*, 27, 142–167.
- CORREIA, S. E. N., Oliveira, V., Gomez, C. R. P. (2017). Dimensions of Social Innovation and The Roles of Organizational Actor: The Proposition Of A Framework. *RAM. Revista De Administração Mackenzie*, 17(6), 102-133.
- CRETS, S., & Celer, J. (2013). The Interdependence of CSR And Social Innovation. In *Social Innovation* (P. 77-87). Springer, Berlin, Heidelberg.
- CUMMING, B. S. (1998). Innovation Overview and Future Challenges. *European Journal of Innovation Management*.
- ÇAKMUR, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme-Güvenilirlik-Geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11(3).
- ÇERÇİ, Ü. Özlem (2019). Sosyal İnovasyonun Kurumsal İmaja Etkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- ÇETİNDAMAR, D., Cetindamar, D., Baktır, E., & Baktır, E. (2009). İnovasyon Araç Kutusu: Yöneticiler İçin Teknikler. TÜSİAD.
- DAMANPOUR, F., Walker, R. M., Avellaneda, C. N. 2009. 'Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations', *Journal of Management Studies*, 46, 650-675.
- DAWSON, P. and Daniel, L. (2010) 'Understanding Social Innovation: A Provisional Framework', *Int. J. Technology Management*, Vol. 51, No. 1, pp.9–21.
- DECI, E. L. ve Ryan, R. M. (2000). Self-Determination Theory and The Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), 68. DOI:10.1037/0003-066X.55.1.68.

- DEMİRTAŞ, H. A. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar.
- DENNIS, W. Organ ve Katherine, Ryan, (2006), "A Meta-Analytic Review Of Attitudinal And Dispositional Predictors Of Organizational Citizenship Behavior", *Personnel Psychology*, 48 (4), 775 – 802.
- DIENER, E., & Seligman, M. E. (2004). Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being. *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1-31.
- DUMAN, Ş.A, Paşamehmetoğlu, A., Poyraz, A.B. (2013). Örgütsel Kimlik Algısı, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Business Economics and Political Science*, 2(4), s.75-89.
- EISENBERGER, R., Fasolo, P., & Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75(1), 51. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.75.1.51>.
- ELÇİ, Ş., & Karataylı, İ. (2008). İnovasyon Rehberi: Karlılık ve Rekabetin El Kitabı. Technopolis Group Türkiye.
- ER, P. H. (2013). Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 75-85.
- ERGENELİ, A. (2017). Örgütsel Davranış. Nobel Yayınları.
- ERSOY, B. A., & Şengül, C. M. (2008). Yenilikçiliğe Yönelik Devlet Uygulamaları ve AB Karşılaştırması. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 59-74.
- ESEN, A. (2015). Kurumsal Sosyal İnovasyon: Örgütlerde Sosyal İnovasyon Becerisinin Ölçümüne Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Projesi.
- EUROPEAN COMMISSION (EC) (2013). Guide to Social Innovation. Brussels.
- FREDRICKSON B. L. (1998), 'The Role of Positive Emotions in Positive Psychology: The Broaden-and-Build Theory of Positive Emotions', *American Psychologist*, Vol. 56, pp. 219-226.
- GABLE, L. S., & Haidt, J. (2005). What (and why) is Positive Psychology? *General Psychology*, 9(2),103-110.
- GARG, P., & Rastogi, R. (2009). Effect of Psychological Well-being on Organizational Commitment of Employees. *Journal of Organizational Behavior*, 8(2), 42-51.

- GHASEMI, S., Nejati M (2013). "Corporate Social Responsibility and Organizational Commitment", *Journal of Global Responsibility*, Vol. 4, No. 2, s. 263 – 275.
- GLIEM, J. A., & Gliem, R. R. (2003). Calculating, Interpreting, and Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient for Likert-Type Scales. *Midwest Research-To-Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education*.
- GOLDENBERG, M. (2004). *Social Innovation in Canada. How The Non-Profit Sector Serves Canadians And How It Can Serve Them Better*, 2.
- GOLEMAN, D. (2000). *İşbaşında Duygusal Zekâ*, İstanbul: Varlık Yayınları.
- GOOGINS, B. 2013. *Leading with Innovation: Transforming Corporate Social Innovation. Social Innovation: Solutions for a Sustainable Future*. Editörler: Osburg, T., Schmidpeter R. Berlin: Springer Berlin Heidelberg.
- GREENBERG, J., & Baron, R. A. (2000) *Behavior in Organizations: Managing the Human Side of Work*, Seventh Edition. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- GROOT A., Dankbaar B., (2014), *Does Social Innovation Require Social Entrepreneurship?*, *Technology Innovation Management Review*(www.timreview.ca), Aralık 2014.
- GÜRBÜZ, S., Ayhan, Ö., & Sert, M. (2014). Örgütsel vatandaşlık davranışı ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Türkiye'de yapılan araştırmalar üzerinden bir meta analizi. *İş ve İnsan Dergisi*, 1(1), 3-20.
- GÜRİŞ, S., & Astar, M. (2014). *Bilimsel Araştırmalarda SPSS ile İstatistik*.
- GÜRLEK, M. ve Tuna, M. (2018). Sosyal Kimlik Teorisi Açısından Örgütsel Özdeşleşmenin Teorik Temelleri. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, s.39-48. DOI: 10.29226/TR1001.2018.35
- HACKMAN, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of The Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159.
- HALAÇ, D. S., Hakan, E. R. E. N., & Bulut, Ç. (2014). Sosyal Yenilikçilik: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 165-190.
- HANCIOĞLU, Y., & ATAY, Ö. (2018). Dünya İnovasyon Lideri İsviçre Ve Türkiye Ulusal İnovasyon Sistemlerinin Karşılaştırmalı Bir Değerlendirmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(1), 51-88.

- HAYES, A. F. (2018). Partial, Conditional, and Moderated Moderated Mediation: Quantification, Inference, and Interpretation. *Communication Monographs*, 85(1), 4-40.
- HAYES, A. F. Preacher, K. J., Rucker, D. D. (2007), Addressing Moderated Mediation Hypotheses: Theory, Methods, And Prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185-227.
- HCT GROUP, <http://hctgroup.org/>, Erişim tarihi:16 Mart 2021
- HELLIWELL, J.F. ve Putnam, R. D. (2004). The Social Context of Well-Being. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 359(1449), 1435-1446.
- HELLRIEGEL, D., Slocum Jr, J. W., & Woodman, R. W. (1995). *Organizational Behavior*, New York: West Publishing Company.
- HERNANDEZ, Yaheli & Kathryn Cormican (2016) 'Towards the Effective Management of Social Innovation Projects: Insights from Project Management', *Procedia Computer Science*, 100, 237-243.
- HERRERA, M. E. B. (2015). Creating Competitive Advantage by Institutionalizing Corporate Social Innovation. *Journal Of Business Research*, 68(7), 1468-1474.
- İNOVASYON SEMPOZYUM BİLDİRİ KİTABI, 2017, https://inovatifhemsirelikdernegi.com/wp-content/uploads/2017/06/2017-inovasyon-sempozyum-Bildiri-Kitab_-1.doc;Erişim tarihi:17 Mart 2021.
- İRİZ, R., Kalfaoğlu, S. ve Kurnaz, G. (2018). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve İnovasyon Performansının Örgütsel Bağlılığa Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2, 393-406. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.444764>.
- KALAYCI, ř. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, 5. Baskı, s.322.
- KANTER, R. M. (2012). How Great Companies Think Differently? *NHRD Network Journal*, 5(1), 1-12.
- KATZ, D. (1964), 'The Motivational Basis of Organisational Behavior,' *Behavioural Science*, 9,131–133.
- KELDAL, G. (2015). Warwick-Edinburgh Mental İyi Oluş Ölçeği'nin Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3(1), 103-115.

- KING, N., & Anderson, N. (2002). *Managing Innovation and Change*. Thomson.
- KOÇ, O. (2010). *Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal Inovasyon ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi*.
- KÖSE, S. (2013), "Sürdürülebilirlik Perspektifi İçinde Sosyal Devlet Yaklaşımı: STK 'ların Sosyal İnovasyon Rolü ve Yoksullukla Mücadelede Son Modeli", Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- LEUNG, W.M. (2013). *The Effect of Value Congruence on Work Related Attitudes and Behaviors*. (Unpublished Master's Thesis). Chattanooga, Tennessee: University of Tennessee at Chattanooga.
- LITTLE, Arthur D. (2003). "The Business Case for Corporate Responsibility", *Business in the Community*.
- LORCU, F. (2015), *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı, Detay Yayıncılık, Ankara*.
- MACKENZIE, Scott, B., Podsakoff, Philip, M. ve Richard, Fetter, (1993), "The Impact of Organizational Citizenship Behavior on Evaluations of Salesperson Performance", *Journal of Marketing*, 57 (1), 70-80.
- MACKINNON, D. P., Fairchild, A. J., & Fritz, M. S. (2007). *Mediation Analysis*. *Annu. Rev. Psychol.*, 58, 593-614.
- MAGIC BUS, <https://www.magicbus.org/about-us>, Erişim tarihi:08 Mart 2021.
- MAIGNAN, I., Ferrell, O. C., & Hult, G. T. M. (1999). *Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits*. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 27(4), 455–469.
- MAIR, Johanna & Ignasi Martı (2006) "Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight", *Journal Of World Business*, 41, 36-44.
- MARCINELLI, S.A. (1997). "Exploring Links Between Creativity and Leadership in Organizations Stressing Innovation", Doctor of Philosophy Thesis, The Graduate Faculty of Political and Social Science of the New School for Social Research.
- MARTIN Roger L. & Sally Osberg (2007) "Social Entrepreneurship: The Case for Definition", *Stanford Social Innovation Review*, Spring, 28-39.
- MASLOW, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- MATTERA, M., & Baena, V. (2012). *Corporate Reputation and Its Social Responsibility: A Comprehensive Vision*. *Cuadernos De Estudios Empresariales*, 22, 129.

- MEYER, J. P., Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1: 61-98.
- MOULAERT, F., Sekia, F. (2003). Territorial Innovation Models: A Critical Survey. *Regional Studies*, 37(3), 289-302.
- MOULAERT, F. (Ed.). (2013). *The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*. Edward Elgar Publishing.
- MULGAN, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). *Social Innovation: What It Is, Why It Matters, How It Can Be Accelerated*.
- MULLER, D., Judd, C. M., Yzerbyt, V. Y. (2005). When Moderation Is Mediated And Mediation is Moderated. *Journal of Personality And Social Psychology*, 89(6), 852.
- MURRAY, Robin; Caulier-Grice, Julie ve Mulgan, Geoff (2010). *The Open Book of Social Innovation*, NESTA: London. ss:3.
- MURRAY, R., J. Caulier-Grice and G. Mulgan (2008), *How To Innovate: The Tools For Social Innovation*, London: NESTA.
- NAKTİYOK, S. ve İşcan, Ö. F. (2019). Örgütsel Desteğin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisinde Örgütsel Güven Algısının Aracı Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 1029-1043.
- NGUYEN, T. D. ve Nguyen, V. T. (2017). Promoting Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behaviours in Vietnamese Enterprises: The Influence of Corporate Reputation. *The 4th International Conferences on Finance and Economics*. 365-374.
- ONARAN, O. (1981). Çalışma Yaşamında GÜdülenme Kuramları. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 470, 100. Doğum Yılında Atatürk'e Armağan Dizisi: 13, Ankara: Sevinç Matbaası.
- O'REILLY, C. A., & Chatman, J. (1986). Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects Of Compliance, Identification, and Internalization On Prosocial Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 492.
- ORGAN, D. W. (1988), *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome* (Lexington, England: Lexington Books).
- ORGAN, D. W., Ryan, K. (1995). A Meta-Analytic Review of Attitudinal and Dispositional Predictors of Organizational Citizenship Behavior. *Personnel Psychology*. 48(4): 775-802.

- ORGAN, D. W., Podsakoff, P. M., and MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents, and Consequences*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- OSBURG, T., & Schmidpeter, R. (2013). *Social Innovation. Solutions For a Sustainable Future*.
- OSLO Kılavuzu. (2005). 3. baskı. Ankara: TÜBİTAK.
- ÖZSOY, A.S. (2004). Bir Yükseköğretim Çalışanlarının Kuruma Bağlılık Durumlarının İncelenmesi, Cilt. 6. Sayı:2. S:13-19.
- PANACCIO, A., Vandenberghe, C. (2009). Perceived Organizational Support, Organizational Commitment and Psychological Well-Being: A Longitudinal Study. *Journal of Vocational Behavior*, Sayı:75, 224-236.
- PHILLS, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- PODSAKOFF, Philip M., Mackenzie, S.B., Paine, J.B. ve D.G., Bachrach (2000), "Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of The Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research", *Journal of Management*, 26 (3), 513–563.
- PODSAKOFF, N.P., Whiting, S.W., Podsakoff, P.M., and Blume, B.D. (2009), 'Individual- and Organizational-Level Consequences of Organizational Citizenship Behaviors: A Meta-Analysis,' *Journal of Applied Psychology*, 94, 122–141.
- POL, E. ve Ville, S. (2009). "Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term?". *Journal of Socio-Economics*, 38(6): 878-885.
- POLAT, S. ve Arslan, Y. (2015). *Örgütsel Yaşamda İmaj: İmaj Geliştirme ve Yönetimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- PORTER, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59, 603–609.
- PORTER, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. (1982). *Employee Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*. New York: Academic Press.
- PORTER, M., Kramer, M. 2011. "Creating Shared Value", *Harvard Business Review*, 89, 62-77.
- POWELL, D., M. ve Meyer, J. P. (2004), "Side-Bet Theory and The Three-Component Model of Organizational Commitment", *Journal of Vocational Behavior*, 65, 157-177.

- RANDALL, M.L. (1999), Cropanzano, R., Bormann, C.A., and Birjulin, A. Organizational Politics and Organizational Support as Predictors of Work Attitudes, Job Performance, and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Organizational Behavior*. 20(2): 159–174.
- ROTHSCHILD, J. (2009). Workers' Cooperatives and Social Enterprise: A Forgotten Route to Social Equity and Democracy. *American Behavioral Scientist*, 52, 1023-1041.
- RÜEDE, D., Lurtz, K. (2012). Mapping The Various Meanings Of Social Innovation: Towards A Differentiated Understanding Of An Emerging Concept. *EBS Business School Research Paper*, (12-03).
- RYAN, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and The Facilitation Of Intrinsic Motivation, Social Development and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- RYFF, C. D. (1989). Happiness Is Everything, Or Is It? Explorations On the Meaning Of Psychological Well-Being. *Journal of Personality And Social Psychology*, 57(6), 1069.
- RYFF, C.D. & Keyes, C.L.M. (1995). The Structure Of Psychological Well-Being Revisited. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 69: 719-727.
- SAGIV, L., Schwartz, S.H. (2000). "Value Priority and Subjective Well-Being: Direct Relations and Congruity Effects", *European Journal of Social Psychology*, Vol. 30, Pp. 177-98.
- SCHAARSCHMIDT, M., Walsh, G., and Ivens, S. (2015). Perceived External Reputation as a Driver of Organizational Citizenship Behavior: Replication and Extension. *Corporate Reputation Review*. 18(4): 314-336.
- SCHAPPE, S.P. (1998). The influence of Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Fairness Perceptions on Organizational Citizenship Behavior. *The Journal of Psychology*. 132(3): 277-290.
- SCHMID, K., Muldoon, O. T. (2015). Perceived Threat, Social Identification, and Psychological Well-being: The Effects of Political Conflict Exposure. *Political Psychology*, 36 (1), 75-92.
- SCHOLL, R. W. (1981). Differentiating Organizational Commitment From Expectancy As A Motivating Force. *Academy Of Management Review*, 6, 589-599. <https://doi.org/10.2307/257637>.
- SCHUMPETER, J. (1934), "The Theory of Economic Development", Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- SEÇER, İ. (2015), SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi, 2. Baskı, Anı Yayıncılık, Ankara.

- SELIGMAN, M.E.P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An Introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- SEVİMLİ, H. (2015). Örgütsel Bağlılık ile Psikolojik İyi Hali Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (Doktora Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Psikoloji Anabilim Dalı/Endüstri ve Örgüt Psikolojisi Bilim Dalı).
- SHORE, L. M., Wayne, J. Sandy (1993), "Commitment and Employee Behavior: Comparison of Affective Commitment and Continuance Commitment with Perceived Organizational Support", *Journal of Applied Psychology*, 78 (5), 774–780.
- ŞLEDZIK, K. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. *Management Trends In Theory And Practice*, (Ed.) Stefan Hittmar, Faculty Of Management Science And Informatics, University Of Zilina & Institute Of Management By University Of Zilina.
- SOYLU, A. (2011). "AB 2020" ve "Vizyon 2023" Stratejilerinde İnovasyon Hedeflerinin Karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 105-122.
- STEBBINS, Robert A. (2015) *Leisure and Motive Volunteer: Theories of Serious, Casual, and Project-Based Leisure*, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- STEVENSON, J., & Kaafarani, B. (2012). Breaking Away: A New Model for Innovation. *Leader to leader*, 2012(64), 44-50.
- ŞANAL, M. (2013). Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İşletmeler Açısından Önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 529-538.
- ŞEKERDİL, R. (2017). İç Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyal İnovasyon Üzerine Etkisi: İzmir İlinde Özel Banka Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi).
- ŞİMŞEK, M., & Akın, H. (2003). *Teknoloji Yönetimi ve Örgütsel Değişim*. Konya: Çizgi Yayınları.
- TABACHNICK, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using Multivariate Statistics* (Vol. 6, Pp. 481-498). Boston, MA: Pearson.
- TABAK, A., Sığı, Ü., & Türköz, T. (2013). Öz Liderlik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması Çalışması. *Bilig*, 67, 213.
- TAJFEL, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56(65), 9780203505984-16.
- TDK, 'Sözlükler', <http://tdk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 17.05.2020.

- TELEF, B. (2013). Psikolojik iyi Oluş Ölçeği: Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 28(3), 374-384.
- TEMPO TIME CREDITS, <https://wearetempo.org>, Erişim tarihi:20.04.2021.
- TENNANT, R., Hiller, L., Fishwick, R., Platt, S., Joseph, S., Weich, S., Parkinson, J., Secker, J., & Stewart-Brown, S. (2007). The Warwick-Edinburgh Mental Well-Being Scale (WEMWBS): Development and UK Validation. *Health and Quality of Life Outcomes*, 5(1), 50-63. doi:10.1186/1477-7525-5-63.
- THE LIONS BARBER COLLECTIVE, <https://www.thelionsbarbercollective.com/>, Erişim tarihi: 16 Mart 2021.
- TİMUR, A., & Behram, N. K. (2021). İşveren Markası ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracı Rolü: Sosyal Kimlik Kuramı Bağlamında Bir Araştırma. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 135-150.
- TINNESAND, B. (1973). *Towards A General Theory of Innovation*. University of Wisconsin, Madison, WI (Doctoral Dissertation, Phd Thesis, 258).
- TOI, M. ve Batson, C. D. (1982). More Evidence That Empathy Is a Source of Altruistic Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(2), 281-292.
- TOPSAKAL, Y., Yüzbaşıoğlu, N. (2017). Sosyal İnovasyon Kavramsal Model Önerisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 13, Sayı 3, 2017.
- TURNER, J. (1987). *Rediscovering the Social Group: A Self Categorization Theory*. Oxford: Basil Blackwell.
- TÜRKER, D. (2009). How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.
- VAN KNIPPENBERG, D., Sleebos, E. (2006). Organizational Identification Versus Organizational Commitment: Self-Definition, Social Exchange, and Job Attitudes. *Journal of Organizational Behavior*, 27(5), 571-584.
- WANG, C. C., & Wang, C. H. (2008). Helping Others in Online Games: Prosocial Behavior In Cyberspace. *Cyber Psychology & Behavior*, 11(3), 344-346.
- WASTI, S. A. (2000). Meyer ve Allen'in Üç Boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi. 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 401410.

- WESTLEY F., Antadze N., (2010), Making a Difference: Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, Vol. 15(2), (2010), Article 2, SIG(Social Innovation Generation), University of Waterloo.
- WILLIAMS, L. J., & Anderson, S. E. (1991). Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors Of Organizational Citizenship And In-Role Behaviors. *Journal of Management*, 17(3), 601-617.
- XERRİ, M. J., & Brunetto, Y. (2013). Fostering Innovative Behaviour: The Importance Of Employee Commitment And Organisational Citizenship Behaviour. *The International Journal Of Human Resource Management*, 24(16), 3163-3177.
- YEŞİLKAYA, M., & Yıldız, T. (2018). Özgeci Davranış Ekseninde Sosyal Inovasyon Eğiliminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 81-97.
- YILDIRIM N., Aşkun O.B., (2017), Humble but Proud: A Comparative Case Study on Social Innovations in Turkey, 7th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management, *The European Proceedings of Social& Behavioural Sciences (EpSBS)*, Future Academy, 2017, ISSN- 2357-1330.
- YİĞİT, S. (2014). Kültür, Örgüt Kültürü ve İnovasyon İlişkisi Bağlamında "İnovasyon Kültürü". *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(2), 1-7.
- YOU, C. S., Huang, C. C., Wang, H. B., Liu, K. N., Lin, C. H. and Tseng, J. S. (2013). The Relationship Between Corporate Social Responsibility, Job Satisfaction And Organizational Commitment. *International Journal Of Organizational Innovation*, Volume:5, Number:4. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.040>.
- ZAPF, W. (1991). The Role of Innovations in Modernization Theory. *International Review of Sociology*, 2(3), 83-94.
- ZERENLER, M. ve Celep, E (2011). Örgütlerde İnovasyon Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Konya Otomotiv Yan Sanayiinde Bir Araştırma. XI. Üretim Araştırmaları Sempozyumu, 23-24 Haziran 2011.

EK-1 ETİK KURUL KARARI

T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
Rektörlük



Sayı : 35853172-300
Konu : Duygu SARISAÇLI (Etik Komisyon İzni)

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 26.06.2020 tarihli ve 12908312-300/00001132703 sayılı yazımız.

Enstitümüz İşletme (Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış) Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencilerinden Duygu SARISAÇLI'nın Prof. Dr. Azize ERGENELİ danışmanlığında hazırladığı "Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İyi Oluş Halinin Rolü" başlıklı tez çalışması Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun 14 Temmuz 2020 tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini saygılarımla rica ederim.

e-imzalıdır
Prof. Dr. Ahmet SERPER
Rektör Yardımcısı

Evrakın elektronik imzalı suretine <https://belgedogrulama.hacettepe.edu.tr> adresinden 543976f7-d7e8-42b7-90aa-0823ddad43be kodu ile erişebilirsiniz.
Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'na uygun olarak Güvenli Elektronik İmza ile imzalanmıştır.

Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara
Telefon:0 (312) 305 3001-3002 Faks:0 (312) 311 9992 E-posta: yazimz@hacettepe.edu.tr İnternet
Adresi: www.hacettepe.edu.tr

Sevda TOPA1



EK-2 TEZ ÇALIŞMASININ ORJİNALLİK RAPORU



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih:11/07/2021

Tez Başlığı : Sosyal İnovasyon ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve İyi Oluş Halinin Rolü

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 103 sayfalık kısmına ilişkin, 11/07/2021 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 11 'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç
- 4- Alıntılar dâhil
- 5- 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Tarih ve İmza
11.07.2021

Adı Soyadı: Duygu ERKAYA
Öğrenci No: N17236515
Anabilim Dalı: İşletme
Programı: Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

Prof. Dr. Azize ERGENELİ



**HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
MASTER'S THESIS ORIGINALITY REPORT**

**HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
MANAGEMENT DEPARTMENT**

Date:11/07/2021

Thesis Title : The Role of Organizational Citizenship Behaviour and Well-Being On The Relationship Between Social Innovation and Organizational Commitment

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 11/07/2021 for the total of 103 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled as above, the similarity index of my thesis is 11%.

Filtering options applied:

1. Approval and Declaration sections excluded
2. Bibliography/Works Cited excluded
3. Quotes excluded
4. Quotes included
5. Match size up to 5 words excluded

I declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports; that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

I respectfully submit this for approval.

Date and Signature

Name Surname: Duygu Erkaya _____
Student No: N17236515 _____
Department: Management _____
Program: Management and Organisational Behaviour _____

ADVISOR APPROVAL

APPROVED.

 Prof. Dr. Azize ERGENELİ