

FİRMA YENİLİKÇİLİĞİNİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL ÖĞRENMENİN ARACI ROLÜ

MEDIATING ROLE OF SELF-EFFICACY IN THE RELATIONSHIP BETWEEN WORK ENGAGEMENT AND TASK PERFORMANCE

Erkan YAYLACI

Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü,
erkan.yaylaci@ist.aero
Kocaeli / Türkiye
ORCID: 0009-0009-0270-6086

Doç. Dr. Serhat ERAT

Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Strateji Bilimi Bölümü,
erat@gtu.edu.tr
Kocaeli / Türkiye
ORCID: 0000-0003-0227-8914

Dr. Yavuz Selim BALCIOĞLU

Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü,
ysbalcioglu@gtu.edu.tr
Kocaeli / Türkiye
ORCID: 0000-0001-7138-2972

Dr. Öğretim Üyesi Mustafa GÜNALAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü
Kahramanmaraş / Türkiye
ORCID: 0000-0002-1653-7801

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, firma yenilikçiliği, örgütsel öğrenme ve firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Ayrıca örgütsel öğrenmenin firma yenilikçiliğinin ile firma performansı ilişkisinde olası aracı rolüde araştırılmaktadır. Araştırmanın örneklemini, İstanbul ilinde ulaşım sektöründe çalışan 345 personel oluşturmaktadır. Veriler anket yöntemi ile online ve yüzyüze olarak toplanmış ve SPSS programı vasıtasıyla analiz edilmiştir.

Araştırma bulguları, hem firma yenilikçiliğinin hem de örgütsel öğrenmenin firma performansını artırmada önemli rolleri olduğunu göstermiştir. Ayrıca, firma yenilikçiliğinin firma performansı üzerindeki etkisinde örgütsel öğrenmenin aracı bir rolü olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlar ışığında firmalarının performansını yükseltmek arzusunda olan yöneticilerin ve uygulayıcıların, çalışanlarının gerek yenilikçi kapasiteleri geliştirmeleri gerekse de öğrenme süreçleri üzerinde odaklanmalarının önemini kavramalı ve bu unsurların göz önünde bulundurulmalıdır.

Anahtar kelimeler: Firma Yenilikçiliği, Örgütsel Öğrenme, Firma Performansı, Aracı Rol.

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the relationship between firm innovation, organizational learning and firm performance. In addition, the possible mediating role of organizational learning in the relationship between firm innovation and firm performance is also investigated. The sample of the research consists of 345 personnel working in the transportation sector in Istanbul. The data were collected online and face-to-face with the survey method and analyzed using the SPSS program. The research findings show that both firm innovation and organizational learning have important roles in increasing firm performance. In addition, it shows that organizational learning has a mediating role in the effect of firm innovation on firm performance. In light of the results obtained, managers and practitioners who want to increase the performance of their firms should understand the importance of their employees developing both innovative capacities and focusing on learning processes and should take these elements into consideration. Human resource practitioners seeking to improve firm performance must understand and consider the importance of both innovative capacity and learning processes when designing and evaluating selection and training process interventions

Keywords: Firm Innovativeness, Organizational Learning, Firm Performance, Mediating Role.

GİRİŞ

Örgütlerin başarıya ulaşabilmesi için yenilikçi faaliyetlerin önemini anlaması ve bu faaliyetleri etkin bir şekilde uygulaması gerekmektedir. Firma yenilikçiliği, örgütsel performansın artırılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Ancak, bu yenilikçi faaliyetlerin etkili bir şekilde performansa yansımaları, büyük ölçüde örgütsel öğrenme süreçlerine bağlıdır. Örgütsel öğrenme, firmaların bilgi edinme, paylaşma ve uygulama süreçlerini kapsar ve bu süreçler, firmaların yenilik kapasitelerini ve dolayısıyla performanslarını geliştirmede anahtar rol oynamaktadır.

Firma yenilikçiliği, günümüz rekabetçi iş ortamında firma performansının kritik bir belirleyicisi haline gelmiştir. Ancak, firma yenilikçiliği ile performansı arasındaki doğrudan ilişki, örgütsel öğrenmenin aracı rolünü göz ardı etmektedir. Örgütsel öğrenme, firmaların bilgi edinme, yayma ve uygulama süreci olarak tanımlanır ve bu süreç, firmaların yeteneklerini ve performanslarını geliştirmek için gereklidir. Bu giriş, firma yenilikçiliğinin firma performansına etkisinde örgütsel öğrenmenin aracı rolünü incelemeyi amaçlamaktadır.

Literatürde, örgütsel öğrenmenin firma performansı üzerindeki etkisini inceleyen çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Al-Juoori vd., (2021), örgütsel öğrenmenin, özellikle yenilik yeteneği aracılığıyla, Malezya'daki imalat KOBİ'lerinin performansını nasıl artırdığını vurgulamaktadır. Bu çalışma, Kaynak Tabanlı Görüş (RBV) teorisi kullanılarak geliştirilmiş kavramsal bir çerçeve sunmakta ve örgütsel öğrenme ile yenilik yeteneğinin kritik değerini ortaya koymaktadır.

Kocoglu vd., (2011) ise örgütsel öğrenmenin firma performansına etkisini, yenilik ve toplam kalite yönetimi (TQM) aracı rollerini de dikkate alarak incelemiştir. Çalışma, bilgi paylaşımı ve öğrenme taahhüdü gibi örgütsel öğrenme boyutlarının, yenilik ve TQM ile birleştiğinde pazar performansını ve çalışan memnuniyetini önemli ölçüde artırdığını göstermektedir.

Berraies ve Chaher (2014) tarafından yapılan bir başka çalışma, Tunus'taki ICT şirketlerinde bilgi yaratma süreçleri ile yenilik performansı arasındaki ilişkide örgütsel öğrenmenin kısmi aracı rolünü incelemiştir. Sonuçlar, örgütsel öğrenmenin yenilik performansını artırmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Jiménez-Jiménez ve Sanz-Valle (2011), İspanyol firmalarında örgütsel öğrenme ve yeniliğin birlikte iş performansına nasıl katkıda bulunduğunu araştırmışlardır. Çalışma, örgütsel öğrenmenin sadece performansı doğrudan etkilediğini değil, aynı zamanda yeniliği de artırarak firma performansını olumlu yönde etkilediğini bulmuştur.

Sonuç olarak, mevcut literatür, örgütsel öğrenmenin firma yenilikçiliği ve performansı arasındaki ilişkide kritik bir aracı rol oynadığını ortaya koymaktadır. Firmaların sürekli öğrenme ve bilgi paylaşımı kültürünü teşvik etmeleri, yenilik kapasitelerini ve genel performanslarını artırmada büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, yöneticilerin, sürdürülebilir rekabet avantajı ve üstün firma performansı elde etmek için örgütsel öğrenmeye yatırım yapmaları ve bu süreci etkin bir şekilde yönetmeleri gerekmektedir.

TEORİK ÇERÇEVE

Firma Yenilikçiliği

Yenilik, kuruluşların müşterilerine nihai ürün veya hizmetlerinde benzersiz çözümler sunduğu bir farklılaşma stratejisi benimseyerek performanslarını iyileştirmelerine yardımcı olur. Farklılaşmaya sahip kuruluşlar, mevcut alternatif ürün ve hizmetlerden daha yüksek fiyatlar talep edebilir ve bu da organizasyonel performansı iyileştirebilir (Parnell ve Brady, 2019).

Firma yenilikçiliği, bir işletmenin yenilik yapma yeteneği ve istekliliği olarak tanımlanmaktadır. Yenilikçi firmalar, piyasada rekabet avantajı sağlamak ve sürdürülebilir büyümeyi desteklemek amacıyla yeni ürünler, hizmetler veya süreçler geliştirmektedirler. Firma yenilikçiliği, örgütlerin dinamik bir çevrede hayatta kalmasını ve başarılı olmasını sağlayan kritik bir faktördür. Yenilikçi çabalar, sadece fiziksel kaynakları değil, aynı zamanda bilişsel ve duygusal enerjiyi de gerektirir (Ashforth ve Humphrey, 1995). Bir firma, gerek rekabet unsurları gerekse de değişen çevre koşullarına adaptasyonunu sağlamak ve hayatını devam ettirebilmek için yenilikçi olma zorundadır (Calantone, vd., 2002). Firmalar yapacakları yenilikçilikle birlikte gerek mevcut portföylerini koruyarak diğer firmalara yönelmelerini kısıtlayabilir gerekse de yeni yeni müşteriler kazanabilir. (Bakaouros ve Samara 2010).

Genel olarak, firma yenilikçiliği yeni bir fikir sonucu bir davranışa yöneltmeyi veya benimsemeyi ifade eder (Damanpour, 1996; Abbas vd., 2020). Bu da yeni bir fırsat yaratmayı veya mevcut bir fırsatı en iyi kullanmayı ve organizasyonun etkinliği ile rekabet gücüne katkıda bulunmayı amaçlar. Dolayısıyla yenilik, bir firmaya entegre edildiğinde daha etkili hale gelir (Lii ve Kuo, 2016; Tidd ve Bessant, 2020).

Örgütsel Öğrenme

Örgütsel öğrenme, organizasyonların bilgi edinme, paylaşma ve bu bilgiyi etkin bir şekilde uygulama süreçlerini içeren temel bir süreçtir (Huber, 1991). Bu süreç, organizasyonların çevresel değişikliklere uyum sağlama kapasitelerini artırarak uzun vadeli rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur. Örgütsel öğrenme, organizasyonların iç ve dış çevreden gelen bilgileri sistematik olarak toplaması, analiz etmesi ve bunları stratejik kararlar için kullanması yoluyla gerçekleşir (Cohen ve Levinthal, 1990).

Örgütsel öğrenmenin temel amacı, organizasyonların yenilikçilik kapasitelerini artırarak performanslarını iyileştirmektir. Bu bağlamda, örgütsel öğrenme, hem bireysel düzeyde hem de örgütsel düzeyde bilgi yaratma ve bu bilginin organizasyon genelinde yayılması süreçlerini kapsar (Crossan, Lane, and White, 1999). Bu da organizasyonların daha bilinçli ve stratejik kararlar almasını sağlar.

Ayrıca, örgütsel öğrenme, organizasyonların sürdürülebilir büyüme ve gelişim sağlamasında kritik bir rol oynar. Örneğin, Fiol ve Lyles (1985), örgütsel öğrenmenin, organizasyonların belirsizliklere karşı daha esnek ve dayanıklı hale gelmesini sağladığını belirtmektedir. Bu nedenle, organizasyonlar, öğrenme süreçlerine yatırım yaparak sadece mevcut performanslarını artırmakla kalmaz, aynı zamanda gelecekteki zorluklara karşı da hazırlıklı olurlar. Sonuç olarak, örgütsel öğrenme, organizasyonların rekabetçi avantaj elde etmeleri ve bu avantajı sürdürmeleri için kritik bir faktördür. Yöneticilerin, örgütsel öğrenme süreçlerini stratejik bir yaklaşımla ele alması ve bu süreçleri etkin bir şekilde yönetmesi, organizasyonun genel başarısı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir.

Firma Performansı

Literatürde, firma performansının çeşitli tanımları bulunmaktadır. Firma performansı, bir organizasyonun hedeflerini ve amaçlarını iletme derecesidir (Tajvidi ve Karami, 2017). Rai vd., (2006)'ya göre firma performansı, "odak firmanın rekabetine göre üstün performans gösterme derecesi" anlamına gelir. Pratonno (2018), firma performansını bir şirket içindeki çalışanlar tarafından bir görev başarma prosedürü olarak tanımlamıştır.

Firmanın performansı, önceden belirlediği veya sonradan değiştirdiği belirli amaçları gerçekleştirmek için rekabet stratejilerini ve kaynaklarını birleştirerek elde ettiği sonuçlar veya uygulama sürecinde sağladığı kazanımlardır (Keskin vd., 2016). Yönetim alanı ile ilgilenen araştırmacılar, örgütlerin dinamik yapılarını ve esnek oluşlarını yitirmemeleri için performans ölçümlerinin gerekliliğini vurgulamaktadır (Uralcan, 2014). Bu, işletmelerin yeniliklerde ve gelişmelerde proaktif roller üstlenebilmesi için gereklidir. Literatürde şirket performansının genel olarak kabul görmüş bir ölçüsü yoktur, ancak muhasebe tabanlı veya finansal sonuçlar birçok ortaklık yapan şirketin nihai hedefleri olduğundan, bu çalışma özellikle finansal performansa odaklanmaktadır. Önceki ampirik çalışmalar, performansın birden fazla öğeyle ölçülmesi gereken çok boyutlu bir yapı olduğunu göstermektedir (Dess ve Robinson, 1984). Örneğin, Wamba vd., (2017) firma performansını iki bakış açısına, yani finansal ve piyasa performansına dayanarak ölçmüştür. Ayrıca, önceki araştırmalar firma performansını iki ayrı yapı ile ölçmüştür, bunlar piyasa performansı ve operasyonel performans olarak gösterilmiştir. (Gupta ve George, 2016; Gupta ve diğerleri, 2018). Tüm bu tanımlar ve göstergeler ışığında firma performansı, bir süreçteki faaliyetlerin veya bunların sonuçlarının belirli bir hedefe ulaşma derecesi olarak tanımlanabilir.

HİPOTEZ GELİŞTİRME

Firma Yenilikçiliği Firma Performansı İlişkisi

Günümüz rekabetçi iş dünyasında, firmaların sürdürülebilir başarı elde edebilmesi için yenilikçiliğin hayati bir unsur olduğu geniş bir literatürde vurgulanmaktadır. Firma yenilikçiliği, bir işletmenin yeni ürünler, hizmetler veya süreçler geliştirme kapasitesini ifade etmektedir ve bu kapasite, firmanın rekabet avantajını sürdürebilmesi için kritik bir öneme sahiptir. Yenilikçi firmalar, piyasa koşullarındaki değişikliklere hızlı bir şekilde uyum sağlayabilme yetenekleri sayesinde, daha yüksek performans seviyelerine ulaşabilmektedirler.

Yenilikçilik ile firma performansı arasındaki pozitif ilişki, çeşitli araştırmalarla desteklenmiştir. Örneğin, firmaların yenilikçi girişimlerinin, ürün kalitesini artırarak müşteri memnuniyetini sağladığı ve dolayısıyla finansal performansı olumlu yönde etkilediği belirtilmiştir (Erdem vd., 2013). Benzer şekilde, yenilikçi ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, firmaların pazarda farklılaşmasına olanak tanır ve bu da pazar payının artmasına ve dolayısıyla firmanın genel performansının iyileşmesine katkıda bulunur (Eren, 2014).

Bu bağlamda, bu araştırmada aşağıdaki hipotez öne sürülmektedir:

H₁: Firma Yenilikçiliği Firma Performansını Pozitif Yönde Etkiler.

Bu hipotez, firma yenilikçiliği ile firma performansı arasındaki doğrudan ve pozitif ilişkiyi test etmeyi amaçlamaktadır. Literatürdeki bulgular, yenilikçilik faaliyetlerinin firmanın finansal ve operasyonel performansını artırmada önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, firmaların yenilikçi kapasitelerini geliştirmeleri, sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmeleri için kritik bir strateji olarak değerlendirilebilir.

Firma Yenilikçiliği Ve Firma Performansı İlişkisinde Örgütsel Öğrenmenin Aracı Rolü

Firma yenilikçiliği, bir işletmenin performansını artırmada kritik bir faktör olarak kabul edilse de, bu yenilikçi faaliyetlerin etkili bir şekilde firma performansına yansiyabilmesi büyük ölçüde örgütsel öğrenme süreçlerine bağlıdır. Örgütsel öğrenme, bir organizasyonun bilgi edinme, paylaşma ve uygulama kapasitesini artırarak yenilikçiliğin başarıya ulaşmasında önemli bir rol oynar. Bu nedenle, örgütsel öğrenme, firma yenilikçiliği ve performansı arasındaki ilişkide aracı bir rol üstlenebilir.

Literatürde, örgütsel öğrenmenin firma performansı üzerindeki olumlu etkisini vurgulayan birçok çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Baykal vd. (2018), örgütsel öğrenmenin bilgi yaratma süreçleri ile yenilik performansı arasındaki ilişkide önemli bir aracı rol oynadığını belirtmiştir. Benzer şekilde, Gür (2008), örgütsel öğrenmenin sadece firma performansını doğrudan artırmakla kalmayıp, aynı zamanda yenilikçilik kapasitelerini de geliştirerek performansı olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Bu bulgular, örgütsel öğrenmenin yenilikçiliğin firma performansı üzerindeki etkisini güçlendiren önemli bir mekanizma olduğunu göstermektedir.

Bu bağlamda, örgütsel öğrenmenin firma yenilikçiliği ile firma performansı arasındaki ilişkide aracı rol oynadığına dair şu hipotezler geliştirilmiştir:

H₂: Örgütsel Öğrenme Firma Performansını Pozitif Yönde etkiler.

H₃: Örgütsel Öğrenme, Firma Yenilikçiliği ile Firma Performansı Arasındaki İlişkiye Aracılık Eder.

H₄: Firma Yenilikçiliği Örgütsel Öğrenmeyi Pozitif Yönde Etkiler.

Bu hipotezler, yenilikçiliğin firma performansı üzerindeki etkisini daha iyi anlamak amacıyla örgütsel öğrenmenin rolünü incelemektedir. Araştırma modeli, yenilikçilik ve performans arasındaki ilişkinin örgütsel öğrenme süreçleri tarafından nasıl şekillendirildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Firmaların, yenilikçi kapasitelerini tam anlamıyla kullanabilmeleri için öğrenme süreçlerine yatırım yapmaları ve bu süreçleri etkin bir şekilde yönetmeleri gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu, firmaların sadece mevcut rekabet ortamında değil, aynı zamanda gelecekteki belirsizliklere karşı da daha dayanıklı olmalarını sağlayacaktır.

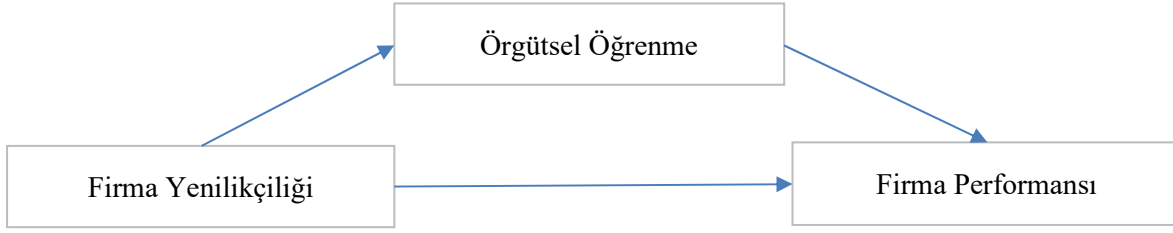
YÖNTEM

Ölçüm ve Örneklem

Araştırmada anket yönetmi ile veriler toplanmış ve ankette kullanılan ölçekler önceki çalışmalardan uyarlanmıştır. Firma yenilikçiliğini ölçmek için Calantone vd., (2002) tarafından geliştirilen 6 ifadeli firma yenilikçiliği ölçeği, Örgütsel öğrenme ölçeği için Garcia-Morales vd., (2012) kullandığı ve 4 ifadenin bulunduğu ölçek ve Firma performansını ölçmek için ise Wang vd., (2014) tarafından kullanılan ve 11 ifadeden oluşan firma performansı ölçeği kullanılmıştır. Tüm değişkenler 5'li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Araştırmanın örneklemini, İstanbul ilinde ulaşım sektöründe çalışan 345 personel oluşturmaktadır.

Araştırma Modeli

Literatür taraması sonucu geliştirilen araştırma modeli Şekil 1’de verilmektedir. Modelde Firma yenilikçiliğinin firma performansına etkisinde örgütsel öğrenmenin aracı rolü araştırılmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Ölçüm Geçerliliği ve Güvenilirliği

Veriler SPSS paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Öncelikle araştırma kapsamında 345 katılımcının sosyo-demografik özelliklerine bakılmıştır. Bu veriler ışığında katılımcıların cinsiyet durumuna bakıldığında, %78,8’i (272 kişi) erkek, %21,2’si (73 kişi) ise kadındır. Yaş bilgileri, %15,9’u 25 yaş ve altı, %38’i 26-32 yaş, %29,9’u 33-42 yaş ve %16,2’si ise 43 yaş ve üzeridir. Yine katılımcıların %79,7’si Lisans, %20,0’si Yüksek Lisans ve %0,3’ü ise Doktora mezunu olduğu görülmektedir. Çalışanların %55,9’u evli %44’i ise bekaardır. Çalışılan süre, %4,6’sı 1 yıldan az, %18,3’ü 1-5 yıl, %33,9’u 6-10 yıl, %16,2’si 11-15 yıl ve %27’si ise 15 yıldan fazla sektörde çalışmaktadır. Görev unvanı dağılımı ise, %64,1’i üst düzey yönetici/daire başkanı, %14,2’si müdür/yönetici, %2’si müdür yrd/şef/uzman ve %19,7’si ise diğer bölümlerde görev yapmaktadır.

Veri toplama süreci ile birlikte ölçüm geçerliliği ve güvenilirliği değerlendirilmiş ve SPSS programı ile Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ve Barlett küresellik değerine bakılmıştır. KMO değeri ile (0.958; >0.05) ve Barlett değeri ($X^2=7778,838$; $p<0.001$) anlamlı bulunmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır. Bu sonuca göre modele ait değişkenlerin ifadeleri, toplam variansın %75,573’ünü açıklayan üç faktöre ayrıldığı görülmektedir. Elde edilen Cronbach’s Alpha katsayılarının beklendiği gibi 0,70’in üzerinde olduğu (Nunnally, 1978) dolayısıyla kullanılan tüm ölçeklerin geçerlilik ile güvenilirliklerinin uygun olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Faktör Analizi ve Cronbach Alpha Değerleri

Değişken Adı	Faktör Yükleri	Cronbach Alpha
Firma Yenilikçiliği		
Firma Yenilikçiliği 1	,814	,854
Firma Yenilikçiliği 2	,745	
Firma Yenilikçiliği 3	,788	
Firma Yenilikçiliği 4	,715	
Firma Yenilikçiliği 5	,945	
Firma Yenilikçiliği 6	,843	
Örgütsel Öğrenme		
Örgütsel Öğrenme 1	,780	,920
Örgütsel Öğrenme 2	,826	
Örgütsel Öğrenme 3	,838	
Örgütsel Öğrenme 4	,804	
Firma Performansı		
Firma Performansı 1	,661	,955
Firma Performansı 2	,663	
Firma Performansı 3	,624	
Firma Performansı 4	,646	
Firma Performansı 5	,678	
Firma Performansı 6	,803	
Firma Performansı 7	,886	
Firma Performansı 8	,896	
Firma Performansı 9	,880	
Firma Performansı 10	,875	
Firma Performansı 11	,766	
Açıklanan Toplam Varyans %75,573		

Tablo 2’de araştırma değişkenleri olan firma yenilikçiliği, örgütsel öğrenme ve firma performansına ait ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayılarını içeren korelasyon analizi değerleri gösterilmektedir.

Tablo 2. Korelasyon Analizi Sonuçları

	Değişken Adı	Ort.	Std. Sapma	1	2
1	Firma Yenilikçiliği	4,04	,80	1	
2	Örgütsel Öğrenme	4,24	,83	,719**	1
3	Firma Performansı	4,37	,72	,690**	,638**

Firma yenilikçiliği ile örgütsel öğrenme ($\beta= 0,719$; $p<0,001$) ve firma performansı arasında ($\beta=0,690$; $p<0,001$) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. Örgütsel öğrenme ile firma performansı arasında ($\beta=0,638$; $p<0,001$) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Hipotez Testleri

Araştırma katılımcılarının firma yenilikçiliğinin firma performansına etkisinde, firma yenilikçiliğinin ara değişken rolünü test etmek için Hayes'in process macro eklentisi kullanılmıştır. Bootstrap yöntemi, geleneksel aracılık yöntemlerinde üstün olmakla birlikte dolaylı etkilerinin değişkenler arasında test edilmesi nedeniyle Sobel testinin bazı zayıflıklarını gidermekte dolayısıyla kıyasla daha güvenilir sonuçlar vermektedir (Hayes, 2013; Hayes, 2018; Gürbüz, 2019).

Regresyon analizine ait değerler Tablo 3'te görülmektedir. Buna göre örgütsel öğrenmenin firma performansı üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da örgütsel öğrenmenin firma yenilikçiliği ile firma performansı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiş ($\beta = 0,108$) ve %95 güven aralığının (5000 örneklem önyüklemesi) sıfır değerini içermediği (CI: 0,009 - 0,225) belirlenmiştir (MacKinnon, Lockwood ve Williams, 2004).

Tablo 3. Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

(Regresyon Modelleri)	Değişkenler	Katsayı β	Anlamlılık P	Bootstrapping		Model Değerleri
				LLCI	ULCI	
A yolu (Model 1)	Firma Yenilikçiliği (X) Örgütsel Öğrenme (M) X \rightarrow M	0,817 (0,791)	0,000**	0,750	0,884	R ² = 0,626 F=574,082 P= 0,000**
C yolu (Model 2)	Firma Yenilikçiliği (X) Firma Performansı (Y) X \rightarrow Y	0,712 (0,775)	0,000**	0,651	0,774	R ² = 0,601 F=516,714 P= 0,000**
C' yolu (Model 3)	Firma Yenilikçiliği (X) Firma Performansı (Y) X \rightarrow Y Örgütsel Öğrenme (M) Firma Performansı (Y) M \rightarrow Y	0,604 (0,658) 0,132 (0,149)	0,000** 0,003**	0,504 0,036	0,704 0,229	R ² = 0,609 F=266,665 P= 0,000**

	Etki	Bootstrapping Std. Hata	Bootstrapping LLCI	Bootstrapping ULCI
Dolaylı Etki	0,108	0,490	0,009	0,205

**p<0,001 (S.H.: Standart Hata) Not: Standardize edilmemiş beta katsayıları (b) raporlanmıştır.

Araştırmada ortaya koyulan hipotezlerin sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir. Yapılan analizler sonrasında tüm hipotezlerin desteklenmiştir.

Tablo 4. Hipotez Sonuçları

HİPOTEZLER		SONUÇ
H ₁	Firma Yenilikçiliği Firma performansını pozitif yönde etkiler.	Desteklendi
H ₂	Örgütsel Öğrenme Firma Performansını Pozitif Yönde etkiler.	Desteklendi
H ₃	Örgütsel Öğrenme, Firma Yenilikçiliği ile Firma Performansı Arasındaki İlişkiye Aracılık Eder.	Desteklendi
H ₄	Firma Yenilikçiliği Örgütsel Öğrenmeyi Pozitif Yönde Etkiler.	Desteklendi

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada firma yenilikçiliği, örgütsel öğrenme ve firma performansı arasındaki ilişkiler incelenmiş ve firma yenilikçiliğinin firma performansına etkisinde örgütsel öğrenmenin aracılık rolü araştırılmıştır.

Yapılan analizler sonrasında elde edilen bulgular, hem örgütsel öğrenmenin hem de firma yenilikçiliğinin firma performansı yükseltmede önemli etkileri olduğunu göstermektedir. Örgütsel öğrenme, firma yenilikçiliği ile firma performansı arasındaki ilişkide kritik bir aracılık rolü üstlenmiştir.

Araştırmanın bulguları, firma yenilikçiliğinin firma performansına olan etkisinde örgütsel öğrenmenin aracılık etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuç, literatürde örgütsel öğrenme ile firma performansı arasındaki ilişkinin, firma yenilikçiliği ile daha da güçlendiğini göstermektedir (Al-Juboori et al., 2021; Kocoglu et al., 2011; Berraies ve Chaher, 2014). Bu durum, firmaların yenilikçi kapasitelerini artırmada örgütsel öğrenmenin ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Literatürde, örgütsel öğrenmenin firma performansı üzerindeki olumlu etkileri sıklıkla vurgulanmıştır. Özellikle bilgi edinme, paylaşma ve uygulama süreçlerinin, firmaların rekabetçi avantaj elde etmelerinde ve bu avantajı sürdürmelerinde kritik olduğu belirtilmiştir (Jiménez-Jiménez ve Sanz-Valle, 2011; Fiol ve Lyles, 1985). Bu araştırma, örgütsel öğrenme süreçlerinin etkin yönetiminin, firma performansını artırmada merkezi bir rol oynadığını doğrulamaktadır.

Bu sonuçlar, insan kaynakları uygulayıcılarının firma yenilikçiliğini ve örgütsel öğrenme düzeylerini artırmak için eğitim ve mentörlük programları gibi uygulamaları dikkate almaları gerektiğini göstermektedir. Örgütsel öğrenme ve yenilikçilik, firmaların iş sonuçları üzerinde olumlu etkiler yaratmakta ve bu iki unsurun birlikte ele alınması, performansın artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Gelecek araştırmalar, örgütsel öğrenme ve firma yenilikçiliğinin performansa olan etkisini daha geniş örneklem ve boylamsal veriler ile inceleyerek sonuçların genellenebilirliğini artırabilir. Ayrıca, bu iki kavramın iş sonuçlarına olan etkilerinde diğer yönetimsel faktörlerin de dikkate alınması, literatürde yeni araştırma alanları açabilir.

KAYNAKLAR

Abbas, j., Zhang, O., Hussain, I., Akram, S., Afaq, A., Shad, M.A. (2020). Sustainable Innovation in Small Medium Enterprises: The Impact of Knowledge Management on Organizational Innovation Through a Mediation Analysis by Using SEM Approach, Sustainability 12.

Al-Juboori, Z. M. A., Singh, H., Mansor, N. N. A., Kakar, A. S., Zulfiqar, U., & Pitchy, A. L. B. A. (2021). The Impact of Organizational Learning, on Firm Performance in the Context of Manufacturing SMES In Malaysia, Mediating Role of Innovation Capability. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 11(5), 796-813.

Ashforth, B. E., & Humphrey, R. H. (1995). Emotion in the workplace: A reappraisal. Human Relations, 48(2), 97-125.

Bakaouros, Y. & Samara, E. (2010). Innovation Management Techniques: A Strategic Tool for SMEs in An Innovative Region. International Journal of Innovation Science, 2(2), 81-90.

Baykal, E., Zehir, C., ve Köle, M. (2018). Hizmetkar Liderlik Firma Performansı İlişkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracı Etkisi. Akademik Hassasiyetler, 5(9), 111-133.

Berraies, S., & Chaher, M. (2014). Knowledge Creation Process and Firms' Innovation Performance: Mediating Effect of Organizational Learning. International journal of human resource studies, 4(1), 204.

Calantone, R. J., Cavusgil, S. T. & Zhao, Y. (2002). Learning Orientation, Firm Innovation Capability and Firm Performance. Industrial Marketing Management, 31(6), 515-524.

Cohen, W. & Levinthal, D. (1990) Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. Administrative Science Quarterly, 35, 128-152

Crossan, M. M., Lane, H. W., & White, R. E. (1999). An Organizational Learning Framework: From Intuition to Institution. Academy of Management Review, 24(3), 522-537.

- Damanpour, F. (1996). Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models, *Manag. Sci.* 42.
- Dess, G. D., & Robinson. Jr. R. B. (1984). Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: The Case of the Privately Held Firm and Conglomerate Business Unit, *Strategic Management Journal*, 5(3), 265-273.
- Erdem, B., Gül, K., & Gül, M. (2013). Pazar yönlülük, Inovasyon Yönlülük ve Firma Performansı İlişkisi: Ankara'da Faaliyet Gösteren Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 5(2), 74-104.
- Eren, M. S. (2014). Jenerik Rekabet Stratejilerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 9(34), 5998-6022.
- Fiol, C. M., & Lyles, M. A. (1985). Organizational Learning *Academy of Management Review*, 10 (4), 803-813.
- García-Morales, V. J., Jiménez-Barrionuevo, M. M., & Gutiérrez-Gutiérrez, L. (2012). Transformational Leadership Influence on Organizational Performance Through Organizational Learning and Innovation. *Journal of Business Research*, 65(7), 1040-1050.
- Gupta, M. & George, J. F. (2016). Toward the Development of a Big Data Analytics Capability. *Information & Management*, 53(8), 1049-1064.
- Gupta, S., Kumar, S., Singh, S. K., Foropon, C., & Chandra, C. (2018). Role of Cloud ERP on the Performance of an Organization: Contingent Resource-Based View Perspective. *International Journal of Logistics Management*, 29(2), 659-675.
- Gür, M. D. (2008). Örgütsel Öğrenme Düzeyleri Arasındaki İlişkiler ve Örgütsel Öğrenmenin Performans Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Gürbüz, S. (2019). Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hayes, A. F. (2018). Partial, conditional, and moderated moderated mediation: Quantification, inference, and interpretation. *Communication Monographs*, 85(1), 4-40.
- Huber, G. P. (1991). Organizational learning: The contributing processes and the literatures. *Organization science*, 2(1), 88-115.
- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of business research*, 64(4), 408-417.
- Keskin, H., Zehir, S., & Ayar, H. (2016). Pazar Yönelimi ve Firma Performansı İlişkisi: Farklılaştırma Stratejisinin Aracı Rolü. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7(1), 111-127.
- Kocoglu, I., Imamoglu, S. Z., & İnce, H. (2011). The Relationship Between Organizational Learning and Firm Performance: The Mediating Roles of Innovation and TQM. *Journal of Global Strategic Management*, 9(3), 72-88.
- Lii, P., Kuo, F.I. (2016). Innovation-Oriented Supply Chain Integration for Combined Competitiveness and Firm Performance. *Int. J. Prod. Econ.* 174, 142-155.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., ve Williams, J. (2004). Confidence Limits for the Indirect Effect: Distribution of the Product and Resampling Methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99-128.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Parnell, J., & Brady, M. (2019). Capabilities, Strategies and Firm Performance in The United Kingdom, *Journal of Strategy and Management*, 12(1), 153-172.
- Pratono, A.H., (2018). From Social Network to Firm Performance. *Management Research Review*, 41(6), 680-700.
- Rai, A; Patnayakuni, R & Seth, N. (2006). Firm Performance Impacts of Digitally Enabled Supply Chain Integration Capabilities. *Mis Quarterly*, 30 (2), 225-246.
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2017). The Effect of Social Media on Firm Performance. *Computers in Human Behavior*, 115, Article ID: 105174.

Tidd, J., Bessant, J.R. (2020). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons

Uralcan, G. (2014). Sigorta Sektöründe Rigor Mortis (Ölüm Katiliği) ve Değişim Faaliyetlerinin Analizi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 3(5), 21-41.

Wamba, S. F., Gunasekaran, A., Akter, S., Ren, S. J. fan, Dubey, R., ve Childe, S. J. (2017b). Big Data Analytics and Firm Performance: Effects Of Dynamic Capabilities. *Journal of Business Research*, 70, 356–365. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.08.009>

Wang, Z., Wang, N., & Liang, H. (2014). Knowledge Sharing, İntellectual Capital and Firm Performance. *Management Decision*, 52(2), 230-258.