

ÖZEL OKUL YÖNETİCİLERİ İÇİN MÜZAKERE YÖNETİMİ

Prof. Dr. Murat ERDAL



Dijitalleşmenin Pazarlama Çalışanlarına Etkisi Üzerine Düşünceler

Prof. Dr. Emrah CENGİZ

Uygulamalı Gümrük ve Dış Ticaret Uzmanlığı Sertifika Programı Yeniden Başlıyor

ÜNSPED

**Aile İşletmelerinin Yönetiminde
Çevresel Dinamiklerin Etkisi ve Rolü**

Prof. Dr. Gönen İlkar DÜNDAR

**Tüketici Bilgisine
Ulaşmak...**

Dr. İrfan AKYÜZ

**ÜLKEMİZ EKONOMİ ARENASINDA
FAİZ VE DÖVİZ SARMALI**

Reşat BAĞCIOĞLU

BU SAYIDA

ŞUBAT 2022 YIL:10 SAYI:110

Özel Okul Yöneticileri İçin Müzakere Yönetimi Prof. Dr. Murat ERDAL	10-18
Dijitalleşmenin Pazarlama Çalışanlarına Etkisi Üzerine Düşünceler Prof. Dr. Emrah CENGİZ	19
Tüketici Bilgisine Ulaşmak... Ya Sonra? Dr. İrfan AKYÜZ	21
Kamu İhallerinde Güncel Gelişmeler Mehmet ATASEVER	23-24
Dış Ticaretteki Riskler - XXXV Reşat BAĞCIOĞLU	26-34
Tedarik Zincirinden Anladıklarımız... Utkan ULUÇAY	35-36
Yoğun Kar Yağışı Nedeniyle Çalışmayan ya da Çalıştırılmayan İşçiye Bu Bekleme Süresi İçinde Ücret Odenir mi? Lütfi İNCİROĞLU	37
Aile İşletmelerinin Yönetiminde Çevresel Dinamiklerin Etkisi ve Rolü Prof. Dr. Gönen İlkar DÜNDAR	39
Transit Ticaret M. Vefa TOROSLU	41-48
Bilginin Etkin Paylaşıldığı Kurumlarda Sosyal Sermayenin Artan Önemi Dr. Gözde MERT	50-51
Yüksek Teknoloji Seralar Dilek AŞAN	52
Kalite kültürüm ve Neden kalite... Mehmet Uğur ÖZDENİZ	54-56
Tedarik Zinciri Açında Optimum Verimlilik Yolu: Blockchain -1 Şafak TOMBAK	58-61
Girişimciler için Amerikan Vergi Sistemini Anlamak Samet OYNAMIŞ	63-64
2022 Yılında Global Tedarik Zincirini Etkileyecek Faktörler Gökhan DEMİRCİOĞLU	66-67
Satınalma ve Tedarik Zinciri Vakaları Ahmet CORA	69
Sağlık İşletmelerinde Lojistik Stok Yönetiminde V-C (Vitaly Critical) Önemi ve Stoksuz Malzeme Yönetimi Kadir HANÇER	70

İMTİYAZ SAHİBİ
TİNOVA BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ A.Ş.
ADINA
MURAT ERDAL

EDİTÖR
PROF. DR. MURAT ERDAL
murat.erdal@buyernetwork.net

KURUMSAL İLETİŞİM
ARŞ. GÖR. ADİL ÜNAL
adil.unal@buyernetwork.net

DİZGİ VE TASARIM
FİLİZ ÜNAL
filiz.unal@satinalmadergisi.com

REKLAM VE SPONSORLUK
reklam@satinalmadergisi.com
0 (212) 509 56 56

DANIŞMA KURULU
PROF. DR. EMRAH CENGİZ
PROF. DR. MAHMUT TEKİN
MURAT AKSOY
MEHMET ATASEVER
SEYHAN GENÇAĞ
REŞAT BAĞCIOĞLU
LÜTFİ İNCİROĞLU
DR. GÖZDE MERT

ABONELİK
abone@satinalmadergisi.com
www.satinalmadergisi.com/abonelik

YÖNETİM YERİ
TinoVA Bilişim Teknolojileri A.Ş.
İstanbul Teknokent No:37/1 B Blok
No: 105 34320 Avcılar / İstanbul
Tel (0212) 509 56 56
Tel (0546) 740 10 10
Web www.satinalmadergisi.com

YAYIN TÜRÜ: Yaygın, Süreli, Aylık

DİJİTAL DERGİ ABONELİĞİ
Dijital abonelik talepleriniz için abone@satinalmadergisi.com adresine e-posta gönderebilirsiniz.

Online Üyelik: <https://satinalmadergisi.com/dijital-islem-merkezi/>

Satınalma Dergisi T.C. yasalarına uygun olarak yayınlanmaktadır. Yayınlanan ilanların ve makalelerin sorumluluğu ilan ve makale sahiplerine aittir. Satınalma Dergisi basın meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder.



Dr. Öğr. Üyesi Gözde MERT
Nişantaşı Üniversitesi İşletme Bölüm Başkanı
& Gözde Araştırma Şirketi Kurucusu
gozde.mert@nisantasi.edu.tr
mertgozde@yahoo.com

BİLGİNİN ETKİN PAYLAŞILDIĞI KURUMLARDA SOSYAL SERMAYENİN ARTAN ÖNEMİ

“Bilgi, paylaşıldıkça artan bir hazinedir.”
Bhartrihari

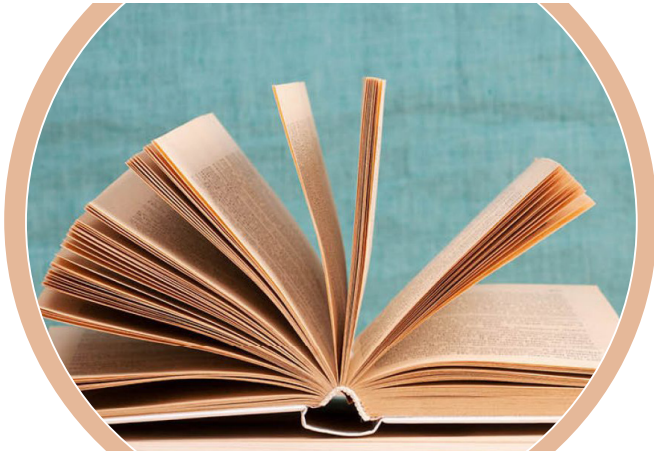
İşletmeler, mal ve/veya hizmet üretir ve bu amaçlarını gerçekleştirmek üzere, çeşitli kaynakları kullanırlar. Kaynak, kullanımının önemli olması kadar, bu kaynakların akılcı olarak kullanımı, verimlilik açısından da çok önemlidir. Çeşitli ve gelişmiş kaynaklara sahip olmak rekabetçi avantajı elde etmek için yeterli değildir. Bu **kaynakların, akılcı kullanımı yanında çalışanların bilgiyi paylaşması da önemi oldukça fazladır.**



Teknolojik yapı ve esneklik, yalınlık ve hız gibi etmenlerin işletme yapısına kazandırılması gerekliliği, çalışanlar veya işletmeler arasında iş birliğine dayalı ilişkilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bilginin sosyal etkileşimle çoğaldığını ortaya koyan araştırmalar, sosyal sermaye kavramının, örgüt boyutunda incelenmesine sebep olmaktadır.

Bilgi Paylaşımı

İşletmelerde, bilgi paylaşımının önemli bir etmeninin bireyler ve bireysel bilgi olduğu belirtilmektedir. Argyris (1993) çalışmasında bilgiyi; insanların ve işletmelerin amaçlarına yönelik eylemleri gerçekleştirmek için sahip olmaları gereken kapasite şeklinde tanımlamaktadır. **Bilgi**, çalışanlar ve birimler arasındaki bilgi paylaşımına bağlı olarak şekillenir ve örgütsel süreçlerde **paylaşma yoluyla değer kazanır.**



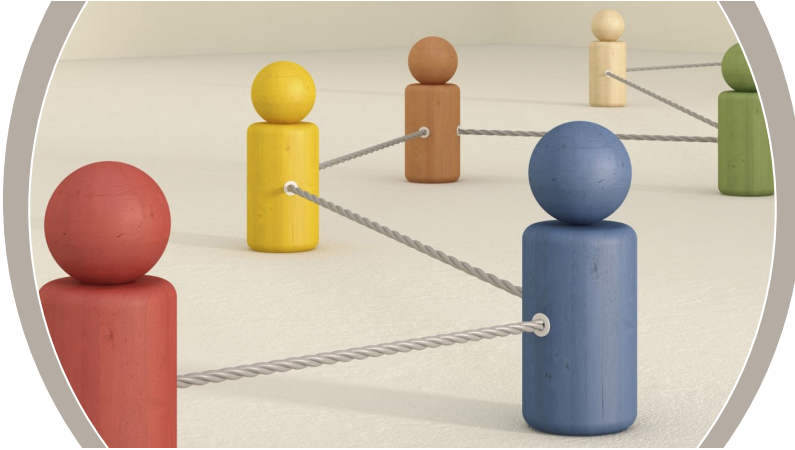
Sosyal sermaye; sosyal ilişkilerin, ekonomik faaliyetler üzerine olan etkisiyle ilgili olan bir kavramdır. Sosyal sermayenin “sosyal” kavramı, bunun tek başına bireylerde yer alamayacağını ifade eder. Sosyal sermayenin “sermaye” kavramı ise, insan sermayesinin finansal sermaye gibi verimliliğinin olduğunu ve diğer sermaye çeşitleriyle arasında karşılıklı bir etkileşimin olduğunu ifade etmekte olup, sosyal ilişkilerin kalitesi ve niteliğini belirler. Sosyal sermaye, **yarattığı iş birliği ve güven ortamıyla, toplumun gelişmesine ve ekonomik başarıya ulaşmasını sağlamaktadır.**



Her işletmede bilgi yönetimi kendi yapısına uygun olarak işlemektedir. Bu süreçlerin ortak noktası; bilginin paylaşımıdır. **Günümüzde işletmelerin başarısı ve avantajlı rekabet üstünlüğü için örgütlerde bilginin yaratılması ve paylaşımı kritik bir unsurdur.** Örgütün, amaçlarına ulaşmakta en büyük unsuru, bilgi paylaşımının sağlanmasıdır.

Sosyal Sermaye

Sosyal bilimler alanında ifade edilen sermaye türleri oldukça çeşitlilik kazanmıştır. Marx'ın klasik sermaye tanımlaması dışında, **entelektüel sermaye, beşerî sermaye, kültürel sermaye ve sembolik sermaye** olmak üzere birçok sermaye türü, literatürde ifade edilmektedir. İlk olarak sosyal sermaye, Hanifan tarafından 1916'da ortaya konulmuştur. Hanifan sosyal sermayeyi; **"Toplumu oluşturan bireyler ve aileler arasında iyi niyet, dostluk, sempati ve sosyal ilişkiler ile ortaya çıkan, bireylerin günlük yaşamlarında sahip oldukları somut bir değer"** olarak belirtmiştir. Özellikle 1980'lerden sonra sosyal sermaye, popüler bir kavram olarak birçok araştırmaya konu olmuştur. Sosyal sermaye, **bireylerin iş birliğini güçlendirme ve ortak sinerji yaratma** ile örgütsel yapıda önemli bir rol üstlenmektedir.



Nahapiet ve Ghoshal (1998) çalışmalarında sosyal sermayenin, işletmeler için değer yaratmakta kolaylaştırıcı bir rol oynadığına ilişkin teorik bir model ortaya koymuşlardır. Moran ve Ghoshal (1996), bilgi değişiminde, değer yaratma konusunun önemini belirtmişlerdir. Nahapiet ve Ghoshal (1998), Tsai ve Ghoshal (1998) sosyal sermayeyi; **yapısal, ilişkisel ve bilişsel** olarak üç ayrı boyutta ifade etmişlerdir.

• **Sosyal sermayenin yapısal boyutu**, sosyal organizasyonun çeşitli biçimleri ile ilişkilidir. Bunlar; **roller, prosedürler, kurallar, iş birliği ve temsiller** gibi unsurları içerir.

• **İlişkisel sosyal sermaye**; bireylerin diğer kişilerle olan ilişkilerinin türünü açıklar. İlişkisel sosyal sermaye kişilerin dostluk, saygı ve muhabbet gibi özel ilişkiler üzerine odaklanır. İlişkisel sosyal sermaye kişilere saygınlık, onay gibi sosyal unsurları kazandırır. **Güven, normlar ve özdeşleşme**; ilişkisel sosyal sermayeyi oluşturan etmenlerdir.

• **Sosyal sermayenin bilişsel boyutu**, özsel içerikli olup, genel kabul görmüş olan tutumlar ve davranış normları, paylaşılan değerler, güven gibi soyut unsurlara odaklanır. **Ortak dil, paylaşılan bir vizyon, hikayeler ve ortak kimlik** bu boyutun önemli unsurlarıdır.

Sosyal sermaye, işletmenin performansı ile direkt olarak ilişkilidir. Arslan (2012) tarafından, sosyal sermayenin, verimlilik ve performans etkisi üzerine yapılan araştırma sonuçlarına göre, insan unsurunun etkin ve uygun kullanımı ile bireylerin sosyal sermayelerinin, örgütsel verimlilik ve performansın sağlanmasında öncelikli bir husus olduğu ortaya konulmuştur.



Çalışanlar işletme içinde, sosyal bir ortamda faaliyetlerini sürdürmektedir. Dolayısıyla karşılıklı bir iletişim ve etkileşim halindedirler. Bilginin bir kişiden, gruptan ve örgütten diğer kişi, grup ve örgüte aktarılması ya da yayılması olarak tanımlanan bilgi paylaşımı; bireyler, gruplar ve işletmeler arasında aktif bağlantılar, samimi ilişki ve etkileşimler, yüksek düzeyde güven, aidiyet ve bağlılık gerektirmektedir. Bilgi paylaşımında bir ön koşul niteliğinde olan sosyal sermaye, bu süreçte önemli bir işlev yerine getirerek; **insan ilişkilerini, iş birliği, içtenlik ve açıklık yönünde şekillendirmektedir.**



Bilgi bilinçli olarak ya da farkında olmadan paylaşılmakta ve işletmede bilgi paylaşımı farklı seviyelerde gerçekleşmektedir. **Bilginin bilinçli bir şekilde paylaşılması, bireysel bilgiyi örgütsel bilgiye dönüştürmektedir.** Bu durum, **olası çalışan kayıplarında, bilgi kaybını önleyecek ve zarar en aza indirgeyecektir.** Bilginin dönüşümü ve paylaşımı, her işletmenin ve yöneticinin rekabet üstünlüğü yaratmak amacıyla istediği, önemli bir konudur.

Detaylı bilgiler için aşağıdaki kitabı okuyabilirsiniz.

Mert, G. (2016). **Bilgi Paylaşımı Ortamında Sosyal Sermayenin Firma Performansına Etkisi**, Yönetim Bilimleri Sempozyumu, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul. <https://www.gozdemert.com/eserler/eser5tr.pdf>