

## BİLGİ PAYLAŞIMI ORTAMINDA SOSYAL SERMAYENİN FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ

Gözde MERT<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sıraselviler / İstanbul, mertgozde@yahoo.com

### Özet

*İşletmeler, mal ve/veya hizmet üretirler. İşletmeler, 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 etmekte yeterli değildir. Bu kaynakların, akılcı kullanımı yanında çalışanların bilgiyi paylaşması da önemi oldukça fazladır. Bu çalışma ile sosyal sermayenin, firma performansına olan etkisi yanında bilgi paylaşımının, aracılık rolü araştırılmıştır. Çalışmada, değişkenler arası ilişkiler ve etkileri, yapısal eşitlik modeli kullanılarak ortaya konulmuştur.*

Anahtar Sözcükler: Bilgi paylaşımı, firma performansı, sosyal sermaye

### 1. GİRİŞ

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 etmektedir. Sosyal sermaye sosyal ilişkilerin kalitesi ve niteliğini belirler. Sosyal sermaye, yarattığı işbirliği ve güven ortamıyla, toplumun gelişmesine ve ekonomik başarıya ulaşmasını sağlamaktadır. Teknolojik yapı ve esneklik, yalınlık, hız gibi etmenlerin firma yapısına kazandırılması gerekliliği, çalışanlar veya işletmeler arasında işbirliğine dayalı ilişkilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bilginin sosyal etkileşimle çoğaldığını ortaya koyan araştırmalar, sosyal sermaye kavramının, örgüt boyutunda incelenmesine sebep olmaktadır.

Sosyal sermaye, literatürde farklı bakış açılarından ele alınmıştır [1; 2]. Bu çalışmada ise, sosyal sermayenin, örgüt içerisinde, diğer bireyler ile bilgi paylaşımını sağlayacağı [3; 4; 5], bunun ise firma

performansına olumlu bir etkisinin olacağı iddia edilmiştir.

### 2. BİLGİ PAYLAŞIMI

İşletmelerde, bilgi paylaşımının önemli bir etmeninin bireyler ve bireysel bilgi olduğu belirtilmektedir [6]. Argyris (1993) [7] 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 [8]. Bilgi, örgütsel süreçlerde paylaşma yoluyla değer kazanır.

Her işletmede bilgi yönetimi kendi yapısına uygun olarak işlemektedir. Bu süreçlerin ortak noktası bilginin paylaşımıdır. Günümüzde firmaların başarısı ve avantajlı rekabet üstünlüğü için örgütlerde bilginin yaratılması ve paylaşımı kritik bir unsurdur. Örgütün, amaçlarına ulaşmakta en büyük unsuru, bilgi paylaşımının sağlanmasıdır. Firmaların bilgi paylaşım düzeyi ile firma performansları arasında önemli bir ilişki mevcuttur [9].

### 3. SOSYAL SERMAYE

Sosyal bilimler alanında ifade edilen sermaye türleri, oldukça çeşitlilik kazanmıştır. Marx'ın klasik sermaye tanımlaması dışında, entelektüel sermaye [10], beşeri sermaye [11], kültürel sermaye [12] ve sembolik sermaye [13] 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” [14] olarak belirtmiştir. Özellikle 1980'lerden sonra sosyal sermaye, popüler bir kavram olarak birçok araştırmaya konu olmuştur [15]. Sosyal sermaye, bireylerin işbirliğini güçlendirme ve ortak sinerji yaratma ile örgütsel yapıda önemli bir rol üstlenmektedir [16; 17].

Nahapiet ve Ghoshal (1998) çalışmalarında sosyal sermayenin, firmalar için değer yaratmakta kolaylaştırıcı bir rol oynadığına ilişkin teorik bir modeli 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 [18].

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 unsurlar kazandırır. Güven, normlar ve özdeşleşme; ilişkisel sosyal sermayeyi oluşturan etmenlerdir [19; 20; 21; 22; 23].

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 [19].

#### 4. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Sosyal sermaye, firma performansı ile direkt olarak ilişkilidir [24; 25]. Arslan (2012) [26] 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. Bu sonuçtan hareketle, aşağıdaki hipotez ortaya konulabilir.

**H<sub>1</sub>:** Sosyal sermayenin artması, firma performansını pozitif yönde etkilemektedir.

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 (Yazıcı, 2001) [27] 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, işbirliği, içtenlik ve açıklık yönünde şekillendirmektedir. Bununla birlikte sosyal sermaye-bilgi paylaşımı ilişkisini ele alan yeterli çalışma yapılmamıştır [28]. Bu ilişkiyi incelemek amacıyla aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>2</sub>:** Sosyal sermayenin artması, bilgi paylaşımı davranışını pozitif yönde etkilemektedir.

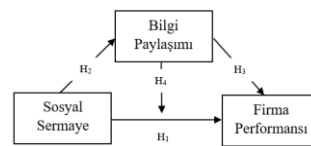
Bilgi bilinçli olarak ya da farkında olmadan paylaşılmakta ve firmada bilgi paylaşımı farklı seviyelerde gerçekleşmektedir. Firmada bilginin bilinçli bir şekilde paylaşılması, bireysel bilgiyi örgütsel bilgiye dönüştürmektedir. Bu durum, olası çalışan kayıplarında, bilgi kaybını önleyecek ve firma zararını en aza indirecektir. Bilginin dönüşümü ve paylaşımı, her işletmenin ve yöneticinin rekabet üstünlüğü yaratmak amacıyla istediği, önemli bir konudur [29]. Demirel 2007 [30] yılında bankacılık sektöründe yaptığı çalışmada, bilgi paylaşımının örgüt performansını, pozitif yönde etkilediğini saptamıştır. Ayrıca bilgi paylaşımının, firma performansını doğrudan etkilediğini belirtmiştir. Bu bilgiler ışığında, aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>3</sub>:** Örgütte bilgi paylaşımının yaygınlaşması, firma performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Sosyal sermayenin önemli sonuçlarından biri de; grup içinde birarada çalışan bireyler arasındaki bilgi paylaşımıdır. Lin (2006) [31] bilgi paylaşımını kolaylaştırmakta, çalışanlar arası güven, örgütsel destek ve örgütsel aidiyet ve grup yapısının önemli unsurlar olduğunu belirtmiştir. Israel, Beulieu ve Hartless (2001) [32] sosyal sermayenin örgüt performansı üzerinde önemli olduğunu saptamışlardır. Bu bilgiler ile aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>4</sub>:** Sosyal sermayenin firma performansına etkisinde, bilgi paylaşımı unsurunun aracılık etkisi vardır.

Geliştirilen hipotezler çerçevesinde oluşturulan araştırma modeli Şekil.1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

## 5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmada önce, ölçek ve örneklem konusunda bilgiler belirtilmiştir. Örneklemeden elde edilen bilgiler ve oluşturulan modellere, analizler yapılmıştır. Teorik çerçevede oluşturulan yapısal eşitlik modeli ile toplu halde, uyum iyiliği testleri uygulanmıştır. Analizler sonucunda elde edilen bulgular literatürle karşılaştırılarak, yönetici ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

### 5.1 Evren ve Örneklem

Araştırmannın evrenini, İstanbul'da imalat sektöründe faaliyet gösteren firma çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmanın evreni, son derece dinamik olduğundan dolayı, tam olarak belirlenememektedir. Bu nedenle, kasti örnekleme metodu uygulanmıştır. Kasti örnekleme metodunda; araştırmacı, araştırdığı konudaki sorularına cevap alacağı kişilere ulaşmaya çalışır. Bu metotta denekler, rassal olarak değil, araştırmacının ön yargısına bağlı olarak seçilir. Evren büyüklüğü bilinmediği durumlarda, örneklem büyüklüğünü saptamak için aşağıdaki formül (1) kullanılmıştır [33].

$$n = \frac{(t_{(1-\alpha)^2} (p \cdot q))^2}{S^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2} = 384 \text{ kişi}$$

Araştırmannın verilerini elde etmek amacıyla 114 firma ile görüşülmüştür. Anket çalışması Ağustos-Eylül 2016 tarihleri arasında yapılmıştır. Anket çalışması sırasında her firmadan en az 2, en fazla 5 katılımcı seçilmiştir. Katılımcılar firmalarında anahtar personel durumundaki kişilerden oluşmaktadır. Çalışmada toplam 411 katılımcıya ulaşılmıştır. Eksik ve hatalı doldurulan anketler tespit edilerek değerlendirme dışı bırakılmış ve 398 kişilik bir örneklem büyüklüğü ile analiz işlemleri gerçekleştirilmiştir. Örneklem için demografik özellikler Tablo 1.'de sunulmuştur.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Özellik	Kategori	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	193	48.5
	Erkek	205	51.5

Ürün / Proje Mdr.	101	25.4	
Unvan	Bölüm Mdr.	98	24.6
	Mühendis / Teknisyen	199	50.0
	5 yıl ve altı	152	38.2
Firma Yaşı	6 – 10 yıl	135	33.9
	11 yıl ve üzeri	111	27.9
	50 ve altı	150	37.7
Firmada Çalışan Sayısı	51 – 100	178	44.7
	101 ve üzeri	70	17.6

## 5.2 Araştırmada Kullanılan Ölçekler

### Örgütsel Sosyal Sermaye Ölçeği

Sosyal sermaye ölçeği olarak Göksel, Aydın ve Bingöl (2010) tarafından; Nahapiet ve Ghoshal (1998), Moran ve Ghoshal (1996) ve Tsai ve Ghoshal (1998) çalışmalarından derlenerek hazırlanan ölçek kullanılmıştır. Turgut (2013) tarafından, hastanelerde uygulanan ölçeğin güvenilirliği 0.94 olarak saptanmıştır [34]. Kırel vd. [34] 2016 yılında yaptıkları çalışmada, ölçeğin yapısal geçerliliğini, doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile tespit etmişlerdir. DFA sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerlerinin, iyi seviyede olduğu belirtilmektedir ( $\chi^2 (296, N=299) = 1082,99$   $p < .01$ ;  $\chi^2/sd=3,65$ ;  $RMSEA=.094$  ( $RMSEA$  için %90 güven aralığı=0,088-0,10);  $SRMR=.066$ ;  $CFI=.97$ ;  $NFI=.96$ ;  $NNFI=.97$ ). Ölçek 26 maddeden oluşmaktadır. Örgütsel sosyal sermaye ölçeği olarak 5'li Likert tipi (5=Her Zaman, Çok Fazla; 4=Genellikle, Çokça; 3=Ara Sıra, Ortalama; 2=Çok Nadir, Çok Az; 1=Hiçbir Zaman, Hiç) değerlendirme kriteri kullanılmıştır.

### Bilgi Paylaşma Tutumu Ölçeği

Bilgi paylaşma tutumu ölçeği olarak, Turan (2014) [35] tarafından Yu vd. (2004), Back ve Kim (2002) ve Parkhe (1993) çalışmalarından derlenerek hazırlanan ölçek kullanılmıştır. Ölçek 19 ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin, açıklayıcı faktör analizinde (AFA) fırsatçı davranma boyutunun son ifadesi birbirine yakın faktör yükü içermesinden dolayı elendiği ve tekrar yapılan faktör analizi ile anketin 4 faktöre ayrıldığı ve toplam açıklanan varyansın %70

olduğu belirtilmiştir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.89 olarak belirtilmiştir. Bilgi paylaşma tutumu ölçeğinde 5'li Likert (5=Kesinlikle Katılıyorum; 4=Katılıyorum; 3=Kararsızım; 2=Katılmıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum) kullanılmıştır.

### Firma Performansı Ölçeği

Firma performansı ölçeği olarak, Ustasüleyman (2011) [36] tarafından Chehall (1997), Kaynak ve Hartley (2008), Kannan ve Tan (2005) çalışmalarından derlenerek hazırlanan sorular kullanılmıştır. Ölçek 5 sorudan oluşmakta olup; yıllık satışlardaki artış, ürün kalitesinde artış, verimlilikte artış, pazar payında artış ve müşteri hizmetleri seviyesinin yükselmesi konuları incelenmiştir. Firma performansı ölçeğinde 5'li Likert (5=Kesinlikle Katılıyorum; 4=Katılıyorum; 3=Kararsızım; 2=Katılmıyorum; 1= Kesinlikle Katılmıyorum) kullanılmıştır.

## 6. BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen veriler; SPSS v23 ve AMOS v21 programları kullanılarak analiz edilmiştir. Modelde yer alan örtük değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde, değişkenler arası korelasyon değerleri incelenmiştir.

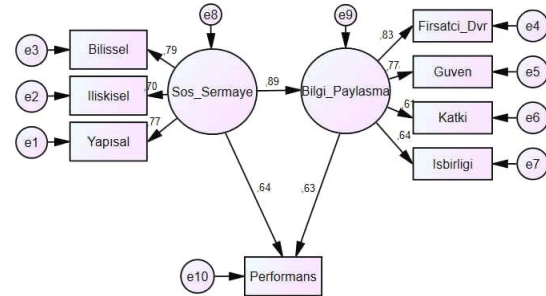
Tablo 2. Korelasyon Analizi

Değişkenler	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1.Sosyal Sermaye	1									
2.Bilişsel	0.790**	1								
3.İlişkisel	0.705**	0.758**	1							
4.Yapısal	0.771**	0.609**	0.755**	1						
5.Bilgi Paylaşma	0.802**	0.746**	0.805**	0.704**	1					
6.Fırsatçı Davranış	0.811**	0.785**	0.645**	0.651**	0.830**	1				
7.Güven Beklentisi	0.753**	0.631**	0.630**	0.607**	0.767**	0.890**	1			
8.Katkıda Bulunma	0.842**	0.648**	0.608**	0.600**	0.609**	0.755**	0.846**	1		
9. İşbirliği Beklentisi	0.801**	0.751**	0.712**	0.590**	0.640**	0.805**	0.843**	0.789**	1	
9.Firma Performansı	0.890**	0.705**	0.853**	0.819**	0.632**	0.741**	0.890**	0.802**	0.905**	1

\*\* p<0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analizi ile bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında, 0.01 anlamlılık düzeyinde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modelinde yol analizi yapılarak, bilgi paylaşımının aracılık etkisi ile modelin uyum iyiliği değerleri araştırılmıştır. Sosyal sermaye ile firma performansı ( $r=0.71$ ,  $p<0.01$ ) ve bilgi paylaşımı tutumu ( $r=0.92$ ,  $p<0.01$ ) arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bilgi paylaşımı tutumunun modele dahil edilmesiyle kurulan yolların, istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ( $r=0.63$ ,  $p<0.01$ ). Analiz sonucunda,

modele ait uyum iyiliği değerleri  $\chi^2(18)=57.027$   $p<0.01$ ;  $\chi^2/sd=3.16$ ;  $RMSEA=0.024$ ;  $CFI=0.97$ ;  $GFI=0.91$ ;  $NFI=0.95$  olarak bulunmuştur. Bu değerler verinin, iyi uyum gösterdiğini ve oluşturulan yapısal eşitlik modelinin kabul edilebilir olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda aracılık kriterleri dikkate alındığında, sosyal sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide, bilgi paylaşımının kısmi aracılık etkisine sahip olduğu ifade edilebilir. Çünkü sosyal sermaye ile firma performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuç,  $H_4$  hipotezini desteklemektedir.



Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli

Bu sonuçlar, sosyal sermaye ile bilgi paylaşımı ve firma performansı arasında pozitif yönde ve doğrudan bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bu sonuç  $H_1$  ve  $H_2$  hipotezleri desteklendiğini göstermektedir. Aynı zamanda, bilgi paylaşımı ile firma performansı arasında, pozitif yönde ve doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Böylece  $H_3$  hipotezi de kabul edilmektedir.

## 7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma ile İstanbul'da imalat sektöründe faaliyet gösteren firma çalışanlarının sosyal sermayelerinin, firma performansına etkisinde, bilgi paylaşımının aracılık etkisi araştırılmıştır. Etkileri belirlemek amacıyla yapısal eşitlik modeli kurgulanmış ve hipotezler oluşturularak, test edilmiştir.

Analiz sonuçları incelendiğinde, kurulan modelin verilerle uyum gösterdiği ve modelin doğrulandığı tespit edilmiştir. Öncelikle sosyal sermayenin, firma performansını nasıl etkilediği, sonrasında ise bilgi paylaşımının araya girmesi ile etkinin devam edip etmediği incelenmiştir. Sosyal sermaye, firma performansını 0.71 düzeyinde etkilemektedir. Bu etki, yüksek düzeyde bir etkidir. Yapılan analizlerde, bağımsız değişken olan sosyal sermayenin, bağımlı

değişken olan firma performansı ile arasına, aracı değişken olarak bilgi paylaşımı girmiştir. Buna rağmen hem direk hem de aracı değişken üzerinde sosyal sermayenin ilişkisi devam etmektedir. Bu nedenle bilgi paylaşımının kısmi aracılık rolü olduğunu ifade edebiliriz. Sosyal sermaye, firma performansını doğrudan etkilediği gibi bilgi paylaşımı üzerinden de firma performansını dolaylı olarak etkilemektedir.

Bu çalışma ile ulaşılan bulgu ve sonuçlara göre sonradan yapılacak olan araştırmalarda, araştırmacılar için bazı öneriler sunulabilir. Bu çalışmada, sosyal sermaye ve firma performansı arasında, bilgi paylaşımı tutumunun kısmi aracılık rolü olduğu saptanmıştır. Sosyal sermayenin ve bilgi paylaşımının boyutları üzerinden, tek tek ve ayrıntılı olarak elde edilen sonuçlar araştırılabilir. Sosyal sermaye ve firma performansı arasında, başka aracı değişkenler (motivasyon, örgütsel bağlılık vb.) modele dahil edilebilir ve sosyal sermaye ile örgütsel verimlilik ya da yenilikçilik vb. bağımlı değişkenler de incelenebilir. Farklı bağımlı ve aracı değişkenler konularak farklı modeller oluşturulabilir. Ayrıca imalat sektöründe uygulanan bu çalışmanın, farklı sektörlerde benzer araştırmaları yapılabilir. Elde edilen bulgular yanında çalışma bazı sınırlılıklar içermektedir. Araştırmanın katılımcıları, İstanbul'da imalat sektöründeki çalışanlar ile sınırlıdır. Aynı şekilde elde edilen bulgular da katılımcıların özellikleri ile sınırlıdır. O yüzden farklı örneklemeler alınarak model test edilebilir. Ele alınan değişkenler zaman içinde değişeceğinden dolayı elde edilen bulgular, uygulandığı zaman dönemi ile sınırlıdır.

## 8. KAYNAKLAR

- [1] Coleman, J. S., (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- [2] Burt, R. S., (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Harvard, Amerika Birleşik Devletleri: Harvard University Press.
- [3] Hau Y.S., Kim B., Lee H. & Kim Y.G., (2012). The Effects of Individual Motivations and Social Capital on Employees Tacit and Explicit Knowledge Sharing Intentions, *International Journal of Information Management*, 33 (2), 243-418.
- [4] Chang, H. H. & Chuang, S. S., (2011). Social Capital and Individual Motivations on Knowledge

Sharing: Participant Involvement as a Moderator. *Information & Management*, 48(1), 9-18.

[5] Wasko, M. M. & Faraj, S., (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS Quarterly*, 29(1), 35-57.

[6] Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge Creating Company*, Oxford University Press, NewYork.

[7] Argyris, C., (1993). *On organizational learning*. Cambridge: Blackwell Publishers Inc.

[8] Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2000). Knowledge management's social dimension: Lessons from nucor steel. *Sloan Management Review*, 42 (1), 71-80.

[9] Mesmer, J.R. & DeChurc, L.A. (2009). Information Sharing and Team Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 94, No. 2, pp.535-546.

[10] Stewart, T. A., (1997). *Intellectual capital*. New York: Doubleday-Currency.

[11] Becker, G. S., (1985). Human capital, effort and sexual division of labor. *Journal of Labor Economics*, 3 (1), 33-58.

[12] Bourdieu, P., (1986). The forms of capital. In John G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.

[13] Bourdieu, P., (1989). Social space and symbolic power. *Sociological Theory*, 7 (1), 14-25.

[14] Erselcan, F. (2009). Disiplinlerarası Ortak Bir Çalışma Alanı Olarak Sosyal Sermaye. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt 35, sayı 2, 248-256.

[15] Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research and policy. *World Bank Research Observer*, 15 (2), 225-249.

[16] Fukuyama, F. (2005). *Güven: Sosyal erdemler ve refahın yaratılması* (çev. A. Buğdaycı). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- [17] Putnam, R. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. New York: Simon and Schuster.
- [18] Uphoff, N., (1999). Understanding Social Capital: Learning from the Analysis and Experience of Participation. Institutional Analysis, (215-253), Social Capital: A Multifaceted Perspective, Edited by Ismail Serageldin, Washington, DC, World Bank, ABD, 218.
- [19] Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and The Organizational Advantage. Academy of Management Review, 23(2), 244.
- [20] Tsai, W. & S. Ghoshal. (1998). Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks. Academy of Management Journal, 41(4):464-476.
- [21] Chua, A., (2002). The Influence of Social Interaction on Knowledge Creation. Journal of Intellectual Capital, 3(4): 375-392.
- [22] Huysman M. & De Wit, D., (2004). Practices of Managing Knowledge Sharing: Towards A Second Wave Of Knowledge Management, Knowledge and Process Management, 11(2):81-92.
- [23] Hooff, B. & Huysman, M. (2009). Managing Knowledge Sharing: Emergent And Engineering Approaches. Information & Management. 46:1-8.
- [24] Collins, C. J. & Clark, K. D. (2003). Strategic Human Resource Practices, Top Management Team Social Networks and Firm Performance: The Role of Human Resource Practices in Creating Organizational Competitive Advantage. Academy of Management Journal 46 (6), 740-751.
- [25] Edvinsson, L. & Malone, M. S. (1997). Intellectual Capital: Realizing your Company's True Value by Finding its Hidden Brain Power. New York, NY: Harper Business.
- [26] Arslan, A. (2012). Beşeri-Sosyal Sermayenin Uygun Kullanımının Kurumsal Verimliliğe ve Performansa Etkisi: Sakarya PTT Başmüdürlüğü Çalışanları ile Uygulamalı Bir Çalışma. Akademik İncelemeler Dergisi, 7 (1), 227-254.
- [27] Yazıcı, S. (2001). Öğrenen organizasyonlar. İstanbul: Alfa Yayınları.
- [28] Widen-Wulff, G., & Ginman, M. (2004). Explaining knowledge sharing in organizations through the dimensions of social capital. Journal of Information Science, 30 (5), 448-458.
- [29] Demirel, Y. & Durna, U. (2006). Türk Bankacılık Sektöründe İşletme İçi Koşulların Bilgi Paylaşımına Yönelik Engellere Etkisi. 5. Uluslararası Bilgi, Ekonomi Ve Yönetim Kongresi, (11), Kocaeli., 999-1014.
- [30] Demirel, Y. (2007). Müşteri İlişkileri ve Yönetimi. 2. Baskı, IQ Kültür ve Sanat Yayıncılık, İstanbul, 227-238.
- [31] Lin, H. F. (2006). Impact of organizational support on organizational intention to facilitate knowledge sharing. Knowledge Management Research Practice, 4, 26-35.
- [32] Israel, G. D., Beaulieu, L., & J. Hartless, G. (2001). The influence of family and social capital on educational achievement. Rural Sociology, 66 (1), 43-68.
- [33] Özdamar, K. (2003). Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Kaan Kitabevi
- [34] Kirel, A. Ç., Topgül, S. & Altıok, A., (2016). Bankacılık Sektöründe Sosyal Sermaye, Motivasyon ve Performans Yönetimi Arasındaki İlişkinin Analizi, "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt:18, Sayı:2, 21-37.
- [35] Turan, A., (2014). Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşma Tutumuna Etkisinde Motivasyonun Rolü: Telekomünikasyon Sektöründe Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, İşletme İktisadi Enstitüsü, Sayı:76.
- [36] Ustasüleyman, T., (2011). Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Firma Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye'nin 500 Büyük Firmasına Yönelik Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13/2, 67-96

## 9. ÖZGEÇMİŞ

Beykent Üniversitesi'nde İşletme Yönetimi anabilim dalında doktora öğrencisidir. Kurumsal duygusal hafıza konusunda doktora çalışmalarını sürdürmektedir. İşletme yönetimi, bilgi yönetimi, liderlik ve pazarlama konusunda çalışmalar yapmaktadır.