

İdeal Çalışanın Oluşmasında Sosyal Sermaye, Hizmet İnovasyonu ve Bilgi Paylaşımının Önemi: “İşe Bağlılık Değişkeninin Aracılık Rolü”

Zişan Duygu ALİOĞULLARI*

Geliş Tarihi (Received): 26.07.2020 – Kabul Tarihi (Accepted): 24.09.2020

Öz

Bu çalışmada çalışanların sosyal sermayelerinin onların hizmet inovasyonu ve bilgi paylaşımı değişkenleri ile ilişkisi belirlenmeye çalışılmış, bu etkide işe bağlılık değişkeninin söz konusu değişkenler arasında aracılık rolü olup olmadığı incelenmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında öncelikle ele alınan değişkenler arasındaki ilişkilerden hareketle araştırma modeli oluşturulmuş ve hipotezler geliştirilmiştir. Daha sonra hipotezlerin test edilmesi için Erzurum ilinde perakendecilik Sektöründe faaliyette bulunan bir işletmedeki 147 çalışandan anket yoluyla veriler toplanmıştır. Veriler korelasyon analizi ve yapısal eşitlik modellemesi (YEM) analizi ile test edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda, sosyal sermayenin işe bağlılık ve hizmet inovasyonu değişkenine olumlu yönde etkisi olduğu ve işe bağlılık değişkeninin sosyal sermaye ve hizmet inovasyonu değişkenleri arasında aracılık rolü oynadığı tespit edilmiştir. İşe bağlılık değişkeninin ise bilgi paylaşımı değişkeni üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür. Elde edilen bulgular ışığında uygulamaya ve yazına yönelik öneriler ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye, İşe Bağlılık, Bilgi Paylaşımı, Hizmet İnovasyonu.

The Importance Of Social Capital, Service Innovation And Knowledge Sharing In The Creation Of The Ideal Employee: “Mediating Role Of Work Commitment”

Abstract

The aim of the study was to identify employees social capital service innovation and knowledge sharing and to investigate the mediator role of work commitment among the variables in this affect. In the empirical part of this study, firstly the research model based on the relationships among the variables addressed was established and hypotheses were formulated. Then data were gathered through question forms from a total of 147 employees of a retailing sector firm in Erzurum. The data were analyzed via analysis of correlation and structural equations modeling. According to the results of the analyses, social capital had a positive effect on work commitment and service innovation and work commitment variable has a mediation effect in the relationship between social capital and service innovation. The work commitment variable has no effect on the service innovation variable. In light of the findings of the current study, practical and theoretical implications were discussed.

Keywords: Social Capital, Work Commitment, Knowledge Sharing, Service Innovation.

* Dr. Öğr. Üyesi, Erzurum Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Yönetim Organizasyon Anabilim Dalı,
zisan.aliogullari@erzurum.edu.tr

Giriş

Değişen koşullar ve küreselleşme, örgütlerin işleyişlerini ve önceliklerini büyük ölçüde değiştirerek insanın ve bilginin önemli olduğu yeni bir dünya düzeni oluşturmuştur. Artık yeni dünyada rekabet üstünlüğünün fiziksel kaynaklardan ziyade nitelikli insan kaynağına sahip olmakla elde edildiği bilinmektedir. Örgütlerin, amaç ve hedeflerini gerçekleştirebilmeleri ve rekabet şartlarında ayakta kalabilmeleri çoğunlukla sahip olduğu insan kaynağının nitelikli olabilmesi ve işlerinde etkin ve verimli olmalarına bağlı olmaktadır. Bu yüzden çalışanların işlerine bağlı olması, çalışanın motivasyonunun sağlanmasında etkinlik ve verimliliklerinin artmasında önemli bir kavram olup işletmelerde sergilenmesi gereken bir davranıştır. Bununla birlikte bilginin oluşması, paylaşılması ve uygulanması da işletme çevresinde rekabet avantajı sağlayacak en önemli unsurdur. Dolayısıyla örgütler, çalışanlarının işlerine bağlı olmasını istemelerinin yanında günümüzde en önemli rekabet avantajı olan bilgiyi çevreleri ile paylaşmalarını ve işletme yararına olacak inovatif (yenilikçi) davranışlar sergilemelerini de beklemektedir. Ülkelerin ekonomik büyüme göstergelerinden biri haline gelen hizmet sektöründe ise sürekli değişen müşteri taleplerinin karşılanabilmesi çalışanlarının işletme içerisinde yenilik yapmaları ile mümkün hale gelmiştir.

Bilginin hizmet sektöründeki işletmelerde doğrudan aktarılması, uygulanması; inovatif davranışların sergilenmesi ve değer yaratması çalışanların sosyal sermayeye sahip olması ile mümkün olduğu bilinmektedir (Tang, Wang ve Tang, 2015; Nahapiet ve Ghoshal, 1998). Sosyal sermaye insanlar ve birimler arasında daha fazla bağlantının ve koordinasyonun oluşmasını sağlayan önemli bir unsurdur. Günümüzde sosyal sermayeye sahip çalışanlar diğer çalışanlara göre işlerine bağlı, bilgi paylaşımını teşvik eden ve inovatif davranışlar sergileyen çalışanlar olmaktadır. Bu yüzden işletmelerin başarılı ya da başarısız olmasında çalışanların sosyal sermayeye sahip olmaları önem taşımaktadır. Yapılan literatür taramasında söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Buradan hareketle bu değişkenler arasındaki ilişkilerin ne şekilde olduğunu araştıran bu çalışma önem taşımaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

Bu çalışmada öncül değişken olarak sosyal sermaye, işe bağlılık, bilgi paylaşımı ve hizmet inovasyon kavramları ele alınarak açıklanacaktır.

1.1. Sosyal Sermaye Oluşumu

Nahapiet ve Ghoshal (1998) sosyal sermayeyi “bir kişi ya da grubun sahip olduğu tüm bağlantılar sonucuyla elde ettiği gerçek ve potansiyel kaynaklarının toplamı” şeklinde tanımlamıştır. Print ve Coleman (2003) ise, bireylerin ilişkilerini güven temelinde sosyal süreçlerde kullanılmalarını sosyal sermaye olarak tanımlamıştır. Sosyal sermaye kavramı; karşı

tarafa güven duygusunu veren sosyal ve ekonomik bir ifade olan sermaye kelimelerinden oluşmaktadır. Sosyal sermaye; bireyler arasında güvene dayalı sosyal ilişkilerin niteliğini, düzeyini ve şeklini belirleyen kurumlar, iletişim ağı ve kurallar bütünüdür. Dolayısıyla toplumların gelişmesine ve ilerlemesine büyük katkı sağlamaktadırlar (Eser ve Gökmen, 2009). Cohen ve Prusak (2001) tarafından örgütsel ve toplumsal alandaki zenginlik olarak adlandırılan sosyal sermaye kavramı, bireyler arası güven, anlayış ve paylaşılan pozitif değerlerin toplamı olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla bireyler sahip oldukları bu birikimle istedikleri hedeflere ulaşabileceklerdir. Sosyal sermayenin çalışanların yaratıcılık (Gu, Zhang ve Liu, 2014), yenilik (Kaasa, 2009), vatandaşlık davranışı (Amintojjar, Shekari ve Zabihi, 2015) ve verimliliğe (Greve, Benassi ve Sti, 2010) olumlu katkısı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla günümüzde sosyal sermayeye sahip bireylerin diğer bireylere göre daha avantajlı olduğu, bireylerin ve örgütlerin eylemlerini bu kaynağı elde etmede ve geliştirmede önem vermesi gerektiği sonucuna ulaşılabilir. Sosyal sermaye ilişkisel, bilişsel ve yapısal sermaye olarak üç boyuttan oluşmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998).

İlişkisel sosyal sermaye boyutu: İlişkisel sosyal sermaye, bireylerin diğer insanlarla kurdukları dostluk, muhabbet, saygı gibi bireysel ilişkileri içeren sosyal süreçlere dayanmaktadır. Bu boyutta bireylerin oluşturdukları ilişkiler sosyal bağlar, güven ilişkisi ve değerler sistemi ile açıklanmaktadır. Tsai ve Ghosal (1998) sosyal sermayenin bu boyutunun bireylerin psikolojik, sosyal ve ekonomik amaçlara ulaşmak için kurdukları ilişkiler kapsamında oluşan güven ve güvenilirlik gibi kavramlarla özdeşleştiğini belirtmektedir. Çalışanlar arkadaşları ve çevreleri ile güven temelinde ilişkiler oluşturdukça işletme ile özdeşleşme düzeyleri o kadar artacaktır. Örgütü ve arkadaşları ile özdeşleşen bireylerin bilgi paylaşımı ve ortak faaliyetlere katılımı artmaktadır (Baum ve Ziersch, 2003; Tekin, 2019, s. 138).

Bilişsel sosyal sermaye boyutu: Sosyal sermayenin bilişsel boyutu bireyler arasında paylaşılan normlar ve değerleri kapsamaktadır (Berman, Down ve Hill, 2002; Tsai ve Ghoshal, 1998). Berger ve Luckmann (1996) sosyal sermayenin bilişsel boyutunun bireyler arasında kullanılan ortak dil, değerler, başarı hikâyeleri, paylaşılan temsiller, yorumlar ve anlam sistemlerinden oluştuğunu ifade etmiştir. Bireylerin tek başlarına gerçekleştirmekte zorlandıkları hedefleri ve eylemleri oluşturdukları sosyal ağlar sayesinde ortak dil, norm, inanç ve değer paylaşan bireylerle işbirlikleri kurarak daha kolay gerçekleştirmektedir (Krishna ve Uphoff, 1999; Tsai ve Ghoshal, 1998).

Yapısal sosyal sermaye boyutu: Sosyal sermayenin yapısal boyutu insanlar ve birimler arasındaki ilişki özelliklerine odaklanarak bireyler arasındaki genel bağlantı kalıplarını, sosyal

etkileşimi ve bunlara ulaşılma biçimlerini açıklamaktadır (Burt, 1992; King, 2004). Yapısal boyut, kişi ve kişiler arasındaki iletişimi, başka bir deyişle sosyal ağları ifade etmektedir. Sosyal sermayenin yapısal boyutu, sosyal sermayenin kullanılması ve geliştirilmesi için gerekli olmakla beraber diğer aktörlere, kişilere ve gruplara nasıl ulaştıklarını içeren bağlantı kalıplarını da açıklamaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Widen-Wuulf ve Ginman, 2004).

1.2. İşe Bağlılık

İşe bağlılık değişkeninin örgüt içerisinde pek çok olumlu davranışın oluşmasına sebep olduğu bilinmektedir. Schaufeli vd. (2002) işe bağlılığı, çalışanın işi özümsemesi ve zihinsel olarak canlı, pozitif ve özverili hissetme durumu olarak tanımlamışlardır. Çalışanların kendilerini işlerine bağlı hissetmeleri işletmelerde kısaca iş tutkusu ya da işe adanma olarak adlandırılmaktadır. Bu anlamda işe bağlılık düzeyi yüksek çalışanlar çevrelerine olumlu enerji yayan, yaptıkları işi özverili şekilde yapan bireylerdir (Cook, 2008, 3). Peng vd. (2009) çalışanın işine adapte olmasında ve işte aktif bir biçimde rol almasında ortaya koyduğu kaynak ve çaba miktarını işe bağlılık olarak tanımlamıştır. İşinde aktif rol alan ve işine karşı coşku duyan çalışan saygınlık, itibar, özsaygı ve onur duyma ihtiyaçlarını işi ile karşılayacaktır. Çalışanın ihtiyaçları yerine getirdiği işi vasıtasıyla karşılanıyorsa, bireyin işine duyduğu bağlılık düzeyi de artacaktır (Saleh ve Hosek, 1976). Çalışanların işe bağlılık düzeyinin yüksek olması bireyin işini anlamlı bulmasına; böylelikle çalışanın işinde verimli ve başarılı olmasına katkı sağladığı tespit edilmiştir (Brown, 1996). Yapılan çalışmalarda çalışanların işe bağlılıkları ile psikolojik iyi oluşları arasında olumlu bir ilişki olduğu (Bakker ve Oerlemans, 2011), işe bağlı çalışanın işyerinde pozitif tutum ve davranışlar gösterdikleri görülmüştür (Carson, Carson & Bedeian, 1995). Kahn (1990) işe bağlılıkla çalışanın güvenlik ve ulaşılabilirlik koşullarının olumlu yönde ilişkisi olduğunu tespit etmiş; May, Gilson ve Harter (2004) yaptıkları çalışma ile bu ilişkiyi doğrulamışlardır.

1.3. Bilgi Paylaşımı

Günümüzde bilginin işletme nezdindeki değeri, finansal varlıkların değerinden daha yüksektir. İşletmelerin bilgi üretimine ortam hazırlaması ve çalışanların da bilgilerini paylaşabilecekleri bir ortamının varlığı önemli arz etmektedir. İşletmelerde bulunan bilgi paylaşımı kavramı, çalışanların örgüt ortamında gerekli bilgilere ulaşmaları, bireysel olarak kendi bilgi ağlarını kurmaları ve bunları çevrelerindeki kişilerle paylaşmaları anlayışını içermektedir (Hogel, Parboteeah ve Munson, 2003). Bilgi paylaşımı “ekip üyelerinin işte oluşan sorunlarla ilgili fikirlerini, bilgilerini, deneyimlerini ve çözüm önerilerini meslektaşlarıyla paylaştığı” bir ekip süreci olarak tanımlanır (Srivastava vd., 2006; Kankanhalli vd., 2005). Bilgi paylaşımı ile kurumlarda çalışanların ekip olarak çalışabilirliği artmış olacaktır. Bu yüzden

yöneticiler, bilginin üretilmesini desteklemek, bilgi paylaşım kültürü oluşturmak ve sürdürmek için çalışmaları yapmalıdır (Şahin, 2009). Yöneticiler çalışanlarının bilgi paylaşımlarını istiyorsa bilgi paylaşımını engelleyen örgütsel kısıtları belirlemeli ve ortadan kaldırmalı; bilgi paylaşımının ön koşulu olan sosyal etkileşimi, güveni ve paylaşılan vizyonu ise artırmalıdır. Örgütlerde sosyal etkileşim sosyal sermayenin güçlü olması ile oluşmaktadır; çünkü sosyal etkileşim içerisindeki çalışanlar birbirlerini aktif olarak desteklemeleri gerektiğini; birbirleri ile bilgi paylaşımları gerektiğini bilmektedirler (Mu vd., 2008; Chang vd., 2012; Doğan ve Kılıç, 2009). Yapılan çalışmalarda bilgi paylaşımının çalışanların yaratıcılığı ve yenilikçi davranışları üzerinde pozitif ve anlamlı etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir (Akgül, 2019). Mura ve arkadaşları (2012) entelektüel sermayenin yenilikçi iş davranışı üzerindeki pozitif ve anlamlı etkisinde bilgi paylaşımını aracı değişken olduğunu bulmuşlardır.

1.4. Hizmet İnovasyonu

Günümüz işletmelerinde artık ürünün üretiminden müşteriye teslim sürecine kadar tüm süreçlerde sürekli yenilik yapmak var olmanın koşulu olmuştur. Dünyanın tek pazar haline dönüştüğü günümüzde işletmeler sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmak ve müşteri tatminini artırmak için belirli süreçlerde yenilik meydana getirmek zorundadır (Kindström vd., 2013; Chen vd., 2011). İnovasyon kavramı, genel olarak yeni olan bir ürünü, fikri, süreci, stratejiyi ya da yönetim tekniğini ifade etmede kullanılmaktadır (Avcı ve Ulu, 2014). İnovatif iş davranışı kavramı ise örgüt performansını daha da artırmak için artı değer yaratan her türlü yenilik faaliyetinin yapılması ve uygulanmasıdır (West ve Farr, 1990).

Hizmet inovasyonu, işletmenin mevcut hizmetlere yeni fikir veya fonksiyonlar ilave ederek hizmetin sunulması sürecinde gerçekleştirdiği faaliyetlerdir. Bu süreç problemin teşhisi ve ortaya konulması ile başlar, problemin çözülmesi için ortaya yeni fikirlerin atılması ile devam eder (Scott ve Bruce, 1994; Lowe ve Marriott, 2006). Ayrıca, hizmet inovasyonu farklı ve yeni hizmetler geliştirmek ve bunları müşteriler için daha çekici hale getirmek için müşterilerden, rakiplerden ve işletmenin kendi koordinasyon yeteneklerinden edinilen bilgileri kullanma olarak da tanımlanmaktadır. Hizmet sektöründe müşteri hizmetleri ve ürün kalitesi bakımından sürekli inovasyona ihtiyaç vardır (Faria ve Gomes, 2016; Oke, 2004).

Yapılan araştırmalarda hizmet inovasyonunun müşteri, işletme ve işgören bağlılığı olmak üzere üç önemli unsuru olduğunu tespit edilmiştir. Bu unsurlar inovasyon yapacak olan işletmeler tarafından göz önünde bulundurulması gereken temel yapıtaşlarıdır. Hizmet inovasyonu, müşteri ve çalışan arasındaki ilişkiye odaklanarak karşılıklı etkileşimi vurgulayan, müşterilerden ilham alarak yenilik anlayışını harekete geçiren, deneyimlere ve hizmetlerin özelliklerine ağırlık veren farklılaşma yaklaşımı temeline dayanmaktadır (Özsungur, 2019;

Hollebeek vd., 2018). Wong ve He (2005) yaptıkları çalışmada Singapur'da hizmet sektöründe bulunan işletmeler ile üretim sektöründe bulunan işletmelerin inovasyon oranını karşılaştırmışlardır. Çalışma sonucunda, hizmet sektöründeki işletmelerin üretim sektöründe bulunan işletmelere göre daha yüksek bir inovasyon oranına sahip olduğu görülmüştür. Buna göre hizmet sektörü yeni gelişmeler ve yeni fikirlere daha açık olup, hizmeti müşteriler için daha çekici kılmak için daha fazla çaba harcamaktadır.

Bilindiği üzere sosyal sermaye toplum veya örgütler arasında oluşan ilişkiler ağı olarak tanımlanmıştır. Sosyal sermayenin örgütler açısından en önemli yararı; bireylerin davranışlarını ve başkalarıyla oluşturacakları işbirliklerini belirli normlar çerçevesinde düzenlemek ve bu işbirlikleri sonucunda güven ortamının oluşmasına katkı sağlamaktır (Putnam, Leonardi ve Nanetti, 1993, 169). Yararlı pek çok davranışın oluşmasına önemli katkılar sağlayan sosyal sermaye olgusunun, çalışanların işe bağlılık düzeyini de olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu konuda, Hsu vd.'nin 2011 yılında hemşireler üzerinde yaptıkları çalışmada; hemşirelerin çevreleri ile oluşturduğu etkileşim sonucunda sahip oldukları sosyal sermayenin örgüte duydukları bağlılık üzerinde olumlu yönde etkisi olduğu görülmüştür. Buna göre çalışanların sosyal sermaye düzeylerinin örgütlerine duydukları bağlılığı olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Yamaguchi (2013) ise çok farklı örgüt kültürüne sahip olan Amerikan ve Japon örgütlerinde yaptığı çalışmada, hem Amerikan hem de Japon işletmelerindeki çalışanların sahip oldukları sosyal sermayenin örgüte duydukları bağlılığı olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Ayrıca bu firmalardaki çalışanların sosyal sermaye düzeylerinin iş tatmini ve örgüte bağlılıkları arasında aracı rol oynadığı da görülmüştür. Yapılan literatür taramasında sosyal sermaye ve işe bağlılık arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmanın olmadığı görülmüş, sosyal sermayenin örgütsel bağlılık üzerinde olumlu yönde etkisi olduğu tespit edilmiştir (Yamaguchi, 2013). Bu çalışmalar temel alınarak; sosyal sermayenin işe bağlılık değişkeni üzerinde de olumlu yönde etkili olması, çalışanların sosyal sermaye düzeyleri arttıkça işe bağlılık düzeylerinin de artması beklenmektedir. Bu beklentiden yola çıkılarak oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H1: Sosyal sermaye (SS) ile çalışanların işe bağlılık düzeyleri (İB) arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Hizmet inovasyonu, hizmet sektöründe bulunan çalışanların işleri veya örgütleri ile geliştirdikleri yenilikçi ve yaratıcı davranışlarını ifade etmektedir (Antoncic ve Hisrich, 2001, 499). İşlerine bağlı bireylerin inovatif davranışlar gibi (Chen, 2011) örgüt yararına olacak pek çok olumlu davranışı sergilemeleri beklenmektedir. Yapılan araştırmalar da işe bağlılığın, hizmet inovasyon davranışını pozitif yönde etkilediği görülmüştür (Garg ve Dhar, 2017). Buna

göre yeni ürün veya hizmetin oluşturulmasında ve uygulanmasında çalışanların işlerine duydukları bağlılık düzeyi kilit rol oynamaktadır. Agarwal'ın (2014) Hindistan'daki üretim ve ilaç işletmelerinde çalışan 323 yönetici ile yapmış olduğu araştırmasında; çalışanların işlerine duydukları bağlılık düzeyinin onların inovatif davranışlarını olumlu yönde etkisi olduğu görülmüştür. Özsungur (2019) ise, Türkiye'deki ticaret ve sanayi odası çalışanları üzerine yaptığı tez çalışmasında; işe bağlılık değişkeninin hizmet inovasyon davranışı üzerinde olumlu etkisi olduğunu tespit etmiştir. Farklı örgüt kültürüne sahip işletmelerde yapılan bu çalışmalar; çalışanın işine duyduğu bağlılık düzeyi arttıkça hizmet temelinde daha fazla inovatif davranış sergilediğini göstermektedir. Yapılan araştırmaların bulgularından hareketle oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H₂: Çalışanların işe bağlılık düzeyleri (İB) ile hizmet inovasyonu (HI) arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal sermayeye kavramı, bireyin verimliliği, motivasyonu ve performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Ul-Hassan vd., 2012; Young, 1992). Dolayısıyla, örgüt amaçlarının gerçekleşmesinde kilit rolü bulunan inovasyonun; yeni fikir üretilmesinde ve bunun uygulanmasında örgüt çalışanlarının sahip olduğu sosyal sermayenin olumlu yönde etkisi olması beklenmektedir. Tsai ve Ghoshal (1998) yaptıkları çalışmada, sosyal sermayenin örgüt içerisindeki inovasyona olumlu etki ettiğini bulgulamıştır. Kısaca, örgütteki diğer çalışanlarla kurulan etkileşimden yüksek derecede faydalar elde etmede yardımcı olan sosyal sermaye, çalışanların inovatif davranışlar sergilemelerine yardım etmektedir. Shalley ve Gilson (2004) da çalışanların sergiledikleri inovatif davranışların, sadece sahip oldukları bilişsel yeteneklerinden kaynaklanmadığını, aynı zamanda sahip oldukları sosyal sermaye düzeyinden de etkilendiğini belirtmiştir. Tsai (2001), sosyal sermayenin işletmelerde inovatif davranışların oluşmasını teşvik ettiğini ve bu davranışları desteklemek için çalışanların çeşitli bilgi paylaşım kanallarını kullanabileceklerini savunmuştur. Yapılan araştırmaların bulgularından hareketle oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H₃: Sosyal sermaye (SS) ile çalışanların hizmet inovasyonu (HI) arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Pozitif örgütsel bir davranış kavramı olan işe bağlılık, çalışanların davranışının oluşmasında ve yönlendirilmesinde önemli etkiye sahiptir (Luthans, 2002, 59). Bu doğrultuda çalışanların örgüt içindeki bilgi paylaşım isteklerinin işe bağlılık düzeyleri ile olumlu yönde ilişkisi olduğu düşünülmektedir. Chen, Zhang ve Vogel (2011) çalışmasında, çalışanların işe bağlılık düzeyleri ile örgüt içindeki bilgi paylaşım düzeyleri arasında olumlu yönde bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Kim ve Park (2017), Kore'de faaliyet gösteren işletme çalışanlarıyla

yaptığı çalışma ile çalışanların işlerine duydukları bağlılığın bilgi paylaşma seviyeleri üzerine olumlu yönde etkisi olduğunu tespit etmiştir. Hem Ansari ve Talan (2017) hem de Tamta ve Rao (2017) çalışmalarında benzer bulgular elde ederek işe bağlılığın bilgi paylaşımı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca Tamta ve Rao (2017), örgütsel adalet ve boyutları ile bilgi paylaşımı arasındaki ilişkide işe bağlılığın kısmi arabulucu rolü üstlendiği elde ettikleri sonuçlar arasındadır. Yapılan çalışmaların sonuçlarından hareketle, çalışanların işe bağlılık düzeyleri arttıkça örgüt içindeki bilgi paylaşım isteklerinin de olumlu yönde artması beklenmektedir. Bu beklentiden yola çıkılarak oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H4: Çalışanların işe bağlılık (İB) ile bilgi paylaşım düzeyleri (BP) arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Bir bireyin sahip olduğu kaynakların ve ilişkiler ağı toplamı olarak tanımlanan sosyal sermayenin (Nahapiet ve Ghoshal, 1998) örgüt içerisinde kişilerarası bilgi paylaşım düzeyini ve kalitesini artırması beklenmektedir. Bu konuda Nahapiet ve Ghoshal (1998) ve Aydıntan, Göksel ve Bingöl (2010) yaptıkları çalışmalarda, sosyal sermayenin bilgi paylaşımı üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu tespit etmişlerdir. Lefebvre vd. (2016), Wasko ve Faraj (2005) ve Chiu, Hsu ve Wang (2006) ise çalışmalarında, sosyal sermaye ve alt boyutlarının çalışanların bilgi paylaşım düzeyini arttırdığını bulgulamıştır. Ayrıca, Kim vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada, çalışanların sosyal sermayelerinin çevrelerinden edindikleri bilgileri diğer çalışanlarla paylaşmalarının örgüt performansını arttırdığı görülmüştür. Yapılan araştırmalar sonuçlarına göre, çalışanlar sahip oldukları sosyal ağlar ile birbirleri ile yüksek düzeyde etkileşim gerçekleştirebilir, böylelikle karşılıklı bilgi alışverişinde bulunabilirler. Çalışanlar sahip oldukları sosyal sermayenin yüksek kaliteli olması, çalışanların edinecekleri bilginin kalitesini de arttırabilir. Bu araştırmalar ışığında aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H5: Çalışanların sosyal sermaye düzeyi (SS) ile bilgi paylaşımı (BP) düzeyleri arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal sermaye, çalışanların çevreleriyle ilişkilerini düzenlemesinde ve olumlu bir bağ kurmasında bireylere yardımcı olmaktadır (Print ve Coleman, 2003). Yüksek düzeyde olan sosyal sermayenin çalışanlara sağladığı kazanımlar, onların işlerine ve iş yerlerine karşı olumlu duygular hissetmelerine neden olmakta, sonuçta işlerine daha fazla bağlanmalarını sağlamaktadır (Yamaguchi, 2013). İşlerine bağlı çalışanlar, geliştirdikleri yenilikçi iş fikirleri ve yaratıcı düşünceler ile örgütleri için daha fazla katkı sunmak isteyecektir. Dolayısıyla, sosyal sermaye ve hizmet inovasyonu arasındaki ilişkide işe bağlılığın aracılık rolünün olabileceği öngörülmektedir. Tang, Wang ve Tang'ın (2015) hizmet sektöründe faaliyet gösteren otel çalışanları üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin hizmet inovasyonu üzerindeki

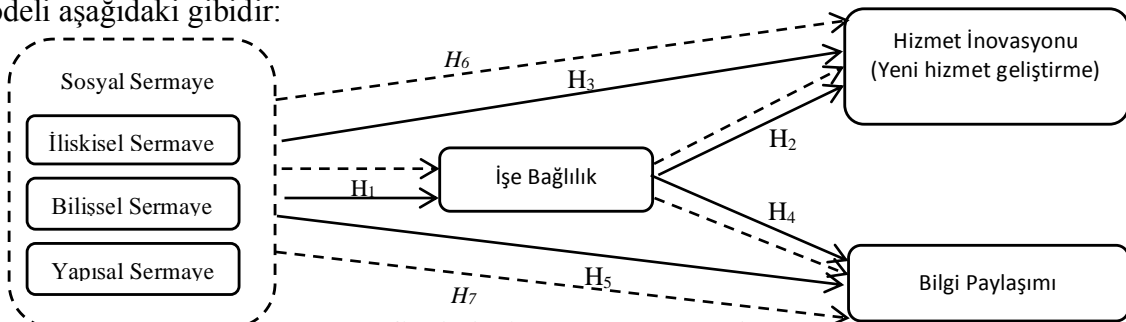
etkisinde bilgi paylaşımı değişkeninin aracı rolü olduğu tespit edilmiştir. Hu ve Randel (2014) ise, sosyal sermaye ve alt boyutlarının örgütteki takım üyelerinin inovatif davranışları üzerindeki etkisinde bilgi paylaşma değişkenini aracılık rolü oynadığını bulmuştur. Özetle, sosyal sermayeye sahip çalışanların daha fazla iş ilişkisine ve daha iyi hizmet davranışına sahip oldukları; işe bağlılığın, sosyal sermaye ve hizmet davranışı arasında aracılık rolüne sahip olduğunu görülmüştür. Yapılan araştırmaların bulgularından hareketle oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H₆: Sosyal sermayenin (SS) hizmet inovasyonu (Hİ) değişkeni üzerindeki etkisinde işe bağlılık (İB) değişkeninin aracılık rolü vardır.

Yüksek düzeyde sosyal sermayeye sahip olmanın getirdiği sinerji ile çalışanlar, işlerini sevip işlerine daha bağlı olacaklardır. İşlerine bağlı çalışanlar, örgütleri için daha fazla efor sergilemek isteyecek, bu yüzden de sahip oldukları tüm deneyim, tecrübe ve bilgilerini çevreleriyle paylaşma isteği duyacaklardır. Yu vd. (2013) Çin’de 43 takımın 343 üyesiyle yaptığı araştırmada, sosyal sermayelerinin çalışanların bilgi paylaşma düzeylerini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Bununla birlikte, çalışanların takımlarına bağlılık düzeylerinin onların çevreleri ile bilgi paylaşma düzeylerini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Willem ve Scarbrough (2006), çalışanların sahip oldukları sosyal sermayenin, politik konular dışındaki işlerin gelişiminde çevreleri ile bilgi paylaşmalarını arttırdığı görülmüştür. Söz konusu bulgulardan hareketle aşağıdaki hipotez önerilmiştir:

H₇: Sosyal sermayenin (SS) bilgi paylaşım (BP) değişkeni üzerindeki etkisinde işe bağlılık (İB) değişkeninin aracılık rolü vardır.

Sonuç olarak yapılan bu araştırmada, çalışanların sosyal sermaye (ve alt boyutları) düzeyinin, bilgi paylaşımı ve hizmet inovasyonu üzerindeki etkisinde işe bağlılık değişkeninin aracılık rolünün bulunup bulunmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Literatür taraması yapıldığında ele alınan tüm değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara rastlanmamıştır. Çalışmanın bu yönüyle, sektörde çalışanlara, akademisyenlere ve yöneticilere yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Araştırma amaçları doğrultusunda geliştirilen araştırma modeli aşağıdaki gibidir:



Şekil 1: Araştırma Modeli

2. Araştırma Yöntemi

2.1. Örneklem ve Ölçekler

Perakendecilik sektöründeki işletmeler, müşteri odaklı bir yaklaşımı benimseyerek müşteri istek ve ihtiyaçlarını en uygun hizmet davranışıyla, doğru yer ve zamanda gidermelidirler. Bu durumda perakendecilik sektöründeki çalışanların; müşteriler ve iş arkadaşları ile iyi iletişim kuran, sosyal sermayesi yüksek, örgüt kültürünü benimsemiş, işe ve örgüte bağlılığı üst seviyede olan bireyler olması beklenmektedir. Diğer yandan çalışanların perakendecilik sektöründeki problemlere yönelik yenilikçi öneriler sunması, bunları çözüme ulaştırması ve problemin çözümünde kullanılan bilgiyi meslektaşları ile paylaşmaları da gerekmektedir. Hizmet sektöründeki işletmelerin göstermiş oldukları performansta inovasyon kültürünün etkisi fazladır. Bu ifadeler doğrultusunda mevcut araştırmanın perakendecilik sektöründeki işletme çalışanlarından elde edilen bilgiler doğrultusunda gerçekleştirilmesi uygun görülmüştür.

Bu araştırmanın ana kütesini, Erzurum il merkezinde perakendecilik sektöründe faaliyet gösteren ve 11 şubesi bulunan yerel bir işletmenin tüm çalışanları oluşturmaktadır. Firma yöneticilerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda; toplam 200 çalışanı bulunan firmanın tüm çalışanlarına anket dağıtılmış olup içerisinde boş ve eksik doldurulan anketler çıkartıldığında toplamda 147 adet değerlendirmeye alınmıştır. Katılımcılardan anket formundaki soruları bağlı buldukları üst birimdeki yöneticilerini göz önünde bulundurarak cevaplandırmaları ve ölçeklerdeki maddelere katılma derecelerini belirtmeleri istenmiştir. Anket formunda yer alan ifadeler mümkün olduğunca daha önceki araştırmalarda kullanılmış, yüksek güvenilirlik ve geçerlilik sergilemiş ifadeler arasından seçilmiştir.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm 6 sorudan oluşmakta olup, çalışanların demografik bilgilerini belirlemeye yöneliktir. İkinci bölümde ise, çalışanın içsel sosyal sermayesi, işe bağlılık, hizmet inovasyon ve bilgi paylaşım düzeyi ile ilgili sorular yer almaktadır. Ölçekteki ifadeler “kesinlikle katılmıyorum” ile “kesinlikle katılıyorum” arasında derecelendirilen 5’li Likert tipi ölçeği kullanılmaktadır.

Sosyal sermaye. Çalışanların içsel sosyal sermayelerini ölçmeye yönelik Pastoriza vd. (2015) tarafından oluşturulan üç boyutlu 16 maddelik bir ölçek kullanılmıştır (örnek madde: çalıştığım işyerinde çalışanlar birbirleriyle açık ve dürüst bir etkileşim içindedirler). Ölçek yapısal sermaye, ilişkisel sermaye ve bilişsel sermaye boyutlarını içermektedir. Yapısal sermaye 4 maddeyle, ilişkisel sermaye 6 madde ve bilişsel sermaye 6 madde ile ölçülmektedir. Daha önceki çalışmalarda ölçek özgün İngilizce dilindeki formatından Türkçe diline çevrilmiştir. Sosyal sermaye ölçeğine yapılan birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi

sonucunda ilişkisel sermaye ölçeğine ait “bu işyerindeki çalışanlar arasında takım ruhu yoktur” maddesinin anlamlı olmadığı görülerek analizden çıkartılmıştır ($p= 0,064$; $p<0,05$). Tekrarlanan analizde ölçeğe ait uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmamasından dolayı maddeler arasında modifikasyon yapılmıştır. Yapılan modifikasyon sonrasında uyum değerlerinin istenilen aralıkta olmadığı görülerek ikinci düzey faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda “SS” olarak isimlendirilen üç faktörlü sosyal sermaye ölçeği tek faktöre bağlanmış ve maddeler arası modifikasyonlar yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerlerinin (CMIN/DF: 1,940; GFI: ,873; CFI: ,952; NFI: ,908; TLI: ,940; RMSEA: ,080) kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı .94 olarak hesaplanmış olup Tablo 1’de sunulmuştur.

İşe bağlılık. Çalışanların işe bağlılık düzeyini ölçmek amacıyla Schaufeli ve Bakker (2003) tarafından geliştirilen ve Özkalp ve Meydan (2015) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılan tek boyutlu 9 maddeli (örnek madde: işimle ilgili konularda coşkuluuyumdur) “İşe Bağlılık Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçeğe yapılan birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda “çalışırken her şeyi unuturum” maddesinin faktör yükünün (0,40) değerinden düşük olması sebebiyle analizden çıkartılmıştır. “BAĞ” olarak isimlendirilen işe bağlılık ölçeğine ait uyum iyiliği değerlerinin istenilen aralıkta olmadığı görülmüş, program tarafından önerilen modifikasyonlar yapılmıştır. Analiz sonucunda işe bağlılık ölçeğinin tek faktörlü yapıda olduğu ve ölçeğe ait uyum indeksi değerlerinin (CMIN/DF: 1,604; GFI: ,952; CFI: ,987; NFI: ,966; TLI: ,979; RMSEA: ,064) kabul edilebilir düzeyde tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı .92 olarak hesaplanmış olup Tablo 1’de sunulmuştur.

Hizmet inovasyon davranışı. Hu, Horng ve Sun (2009) tarafından geliştirilen ve 14 maddeden oluşan ölçek; “çalışan hizmet inovasyon davranışı (6 md.)” ve “yeni hizmet geliştirme boyutu (8 md.)” olmak üzere iki boyuttan oluşturmaktadır. Çalışmada, çalışanların işlerinde sergiledikleri inovatif davranışları ölçmeye yönelik Türkçeye uyarlaması yapılmış olan 6 maddelik hizmet inovasyon davranışı (örnek madde: bu işyerinde yenilikçi ve yaratıcı fikirler üretirim) ölçeği kullanılmıştır. Hizmet inovasyonu ölçeğine yapılan birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda madde faktör ağırlık değerleri tüm maddelerin anlamlı olduğu görülmüştür ($p<0,05$). “Hİ” olarak isimlendirilen hizmet inovasyon ölçeğinin bu haliyle uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde tespit edilmiştir (CMIN/DF: 1,643; GFI: ,968; CFI: ,987; NFI: ,969; TLI: ,979; RMSEA: ,066). Ölçeğin güvenilirlik katsayısı .89 olarak hesaplanmış olup Tablo 1’de sunulmuştur.

Bilgi paylaşımı. Çalışanların bilgi paylaşımı düzeylerini ölçmeye yönelik Oliveira vd.'nin (2015) geliştirdiği ve Türkçeye uyarlaması yapılmış tek boyutlu bilgi paylaşımı ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 7 maddeden (örnek madde: işimle ilgili bilgilerimi iş arkadaşlarımla aktif şekilde paylaşırım) oluşmuş olup, çalışanlardan çevreleri ne derece bilgi paylaştıklarını değerlendirmeleri istenmiştir. Bilgi paylaşımı ölçeğine yapılan birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda madde faktör ağırlık tüm maddelerin anlamlı olduğu görülmüştür ($p < 0,05$). “BP” olarak isimlendirilen bilgi paylaşımı ölçeğine ait uyum iyiliği değerlerinin istenilen aralıkta olmadığı görülerek program tarafından önerilen gerekli modifikasyonlar yapılmıştır. Analiz sonucunda ölçeğin tek faktörlü yapıda olduğu ve ölçeğe ait uyum iyiliği değerlerinin (CMIN/DF: 1,376; GFI: ,971; CFI: ,992; NFI: ,973; TLI: ,986; RMSEA: ,051) kabul edilebilir düzeyde tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenirlik katsayısı .88 olarak hesaplanmış olup Tablo-1’de sunulmuştur.

2.2. İşlem ve Analizler

Çalışmada toplanan veriler SPSS-21 ve AMOS 21 paket programı kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırmada toplanan anket cevapları öncelikle AMOS paket programıyla maddelerin çarpıklık ve basıklık derecelerine bakılmıştır. Kline’e (2011) göre yapısal eşitlik modelleme çalışmalarında basıklık indeksinin 3’ün altında, çarpıklık indeksinin ise 10’un altında olması durumunda verilerin normal dağıldığına işaret etmektedir (Akt: Gürbüz ve Şahin, 2016, s.332-333). Sonuçta test sonuçlarının anlamlı çıkmasıyla araştırmadaki verilerin normal dağılıma uyduğu ifade edilmektedir. Araştırmada kullanılan her bir ölçek literatür defalarca test edilmiş ve faktör grupları belirlenmiş ölçekler olduğundan yeniden açıklayıcı (keşifsel) faktör analizi yapılmamış olup, doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Literatürde bir maddenin faktör yükünün en az 0,30 olarak alınması için örneklem büyüklüğünün 350; faktör yükünün 0,40 olarak alınması için ise örneklem büyüklüğünün en az 200 olması gerektiği yönünde görüşler vardır (Hair vd., 2006, s.112; Çokluk vd., 2010, s.194). Çalışmamızda faktör yükü alt değeri 0,40 olarak alınmış ve bu değerden düşük maddeler faktör analizinden çıkarılmıştır.

Sosyal sermayenin, hizmet inovasyonu ve bilgi paylaşma davranışı üzerindeki etkisinde işe bağlılığın aracılık rolünün belirlenmesinde, Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen aracı değişken analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yönteme göre aracılık testinin yapılabilmesi için bazı kriterlerin bulunması gerekmektedir. Bu kriterler şöyledir:

1-Bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmalıdır.

2-Bağımsız değişkenler ile aracı değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmalıdır.

3-Aracı değişken ile bağımlı değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmalıdır.

4-Bağımsız değişken ile aracı değişken birlikte modele dâhil edildiğinde, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında anlamlı olmayan ilişki çıkarsa “tam aracılık” etkisi meydana gelmektedir. Şayet bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkide azalma meydana geliyorsa bu durum “kısmi aracılık” şeklinde adlandırılmaktadır (Baron ve Kenny, 1986; Akaike, 1987).

Analizlerde ayrıca korelasyon analizi, ANOVA ve yapısal eşitlik modellemesi (YEM) kullanılmıştır. Verilerin normal dağılım koşuluna uyması sebebiyle YEM’de maksimum olabilirlik yöntemi kullanılmıştır.

3. Bulgular

Katılımcıların bireysel özellikleri incelendiğinde, yaklaşık % 40’ı 30 yaş altında olup, 32-45 yaş grubundakiler örneklemin büyük kısmını oluşturmaktadır (%42). Çalışanların yarısını orta yaş grubundaki çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışanların %25’ini kadın çalışanlar, % 75’ini ise erkek çalışanlar oluşturmaktadır. Eğitim derecesine ilişkin bilgiler incelendiğinde, ön lisans mezunlarının örneklemin neredeyse yarısını oluşturduğu görülmüştür (%49). Üniversite mezunları ise örneklemin %28’ini oluşturmaktadır. Evli çalışanların %74 gibi yüksek bir oranla büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Çalışanların buldukları işletmedeki çalışma sürelerine bakılacak olunursa, yaklaşık %40’ının 15 yıl ve üstü bir çalışma süresine sahip olduğu görülmektedir. 1 yıldan az çalışma süresine sahip çalışanların oranı ise %10’dur. Bu sonuca göre araştırmaya katılan katılımcıların şu an buldukları işletmede uzun süredir buldukları görülmekte, işletmedeki iş devir oranının ise düşük olduğu öngörülmektedir. Son olarak %82 gibi yüksek bir oranla çalışanların idari göreve sahip olmadıkları görülür. Katılımcıların çoğunun üst yönetimde yer almadığı bilgisine ulaşılmaktadır.

3.1. Güvenilirlik ve Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan değişkenlere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri, değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ve değişkenleri oluşturan boyutlara ait cronbach alfa güvenilirlik katsayıları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler, Korelasyon ve Güvenilirlik ve Ayrışma Geçerliliği Değerleri

No	Değişken	Ortalama	S. S.	1	2	3	4
1	Sosyal Sermaye	3,677	,846	(0,920)			
2	İşe Bağlılık	4,096	,764	,419**	(0,772)		
3	Hizmet İnovasyonu	3,981	,764	,534**	,616**	(0,770)	
4	Bilgi Paylaşımı	4,065	756	,527**	,337**	,291**	(0,713)
Güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa)				0,948	0,922	0,896	0,880
Birleşik Güvenilirlik (CR)				0,943	0,921	0,897	0,876
Açıklanan Ortalama Varyans Değeri (AVE)				0,847	0,596	0,593	0,509

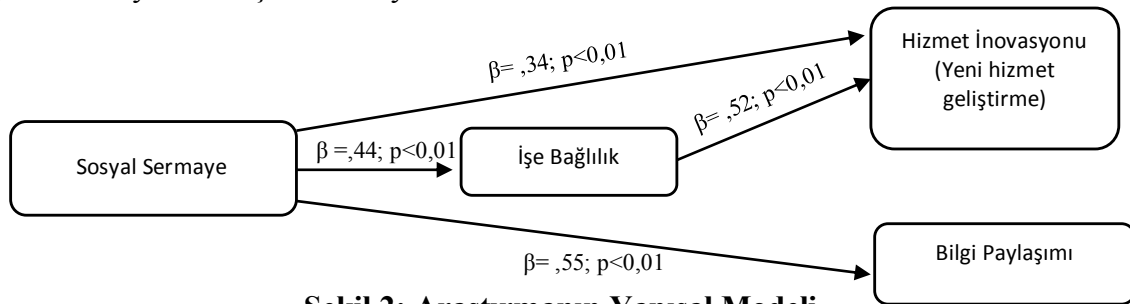
*p<0,05; **p<0,01.

Not: Parantez içerisinde gösterilen değerler ölçek için hesaplanan AVE'nin karekök değerleridir.

Tablo 1'e göre çalışanlar yüksek düzeyde sosyal sermayeye sahiptir (ort=3,677). Aynı zamanda işe bağlılık düzeylerinin yüksek düzeyde (ort= 4,096) olduğu görülmektedir. Çalışanların yüksek düzeyde bilgi paylaşımı (ort=3,981) ve hizmet inovasyonuna (ort=3,981) sahip olduğu da söylenebilir. Tablo 1'de görüldüğü gibi sosyal sermaye ile işe bağlılık (r= ,419) arasında %99 önem seviyesinde anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır. Sosyal sermaye ile hizmet inovasyonu (r= ,534) arasında da anlamlı, pozitif yönlü ve çok güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal sermaye ile bilgi paylaşımı (r= ,527) arasında da anlamlı, pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal sermayenin hizmet inovasyonu değişkeni ile ilişkisi, işe bağlılık ve bilgi paylaşımı değişkenleri ile ilişkisine nazaran daha güçlü olduğu görülmüştür. Tablo 1'e göre işe bağlılık ile hizmet inovasyonu (r= ,616) arasında da anlamlı, pozitif yönlü ve çok güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanın işine duyduğu bağlılık düzeyi arttıkça hizmet temelinde daha fazla inovatif davranış sergilediğini göstermektedir. Aynı zamanda işe bağlılık ile bilgi paylaşımı değişkeni (r= ,337) arasında %99 önem seviyesinde doğru yönlü bir ilişki vardır. Son olarak, hizmet inovasyonu değişkeni ile bilgi paylaşımı değişkeni (r= ,291) arasında %99 önem seviyesinde doğru yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür.

Tablo 1'e göre tüm değişkenler için ortalama açıklanan varyans değerleri 0,50'nin üstünde (AVE>0,50) bulunduğundan yakınsama geçerliliği için gerekli şart sağlanmıştır. CR değerlerinin ise AVE değerlerinden daha fazla olması gerekmektedir (Hair vd., 2006). Bununla birlikte AVE değerlerinin karekök değerleri hem faktörler arası korelasyondan hem de 0,50'den yüksek olmalıdır (Fornell ve Larcker, 1981). Dolayısıyla Tablo 1'e göre her bir ölçeğin yakınsama ve ayrışma geçerliliğini sağladığı görülmüştür.

Yapılan yapısal eşitlik analizi kapsamında değişkenler arasındaki ilişkiler tam aracılık modeline göre test edilmiştir. Analiz sonucunda işe bağlılık değişkeninin bilgi paylaşımı değişkeni üzerindeki yol katsayı değerinin anlamlı olmadığı görülmüştür ($p=.09$; $p<0,01$). Modelde anlamsız bulunan yollar çıkarılarak tekrarlanan analizde elde edilen uyum değerlerinden bazıları kabul değerleri içerisinde yer almakta olup, diğer uyum indeksi sonuçları ise kabul değerlerinin dışında yer alsa da referans değerlerine oldukça yakındır (X^2/sd : 1,882; GFI: ,735; CFI: ,874; NFI: ,767; TLI: ,862; RMSEA: ,078; SRMR: ,69). X^2/sd , RMSEA ve SRMR değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde olup; CFI, GFI, NFI değerleri kabul edilebilir sınırların dışında yer almaktadır. Mediatör aracılığın ölçüldüğü modellerde modelde anlamsız ($p>0.05$) parametreler bulunacağından modelin kabul sınırları dâhilinde olmaması beklenen bir durumdur. Yapılan araştırmalarda, RMSEA ve SRMR uyum indeksi değerlerinin, küçük örnekleme ($N<250$) sahip analizlerde daha büyük değerler ürettiğini tespit etmiştir. Küçük örnekleme sahip araştırmalarda RMSEA değerinin raporlanması daha az tercih edilmektedir. 250 örneklem sayısından az olan çalışmalarda; X^2/sd , RMSEA ve SRMR uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmasının yeterli olduğu belirtilmiştir (Gürbüz, 2019, 36-37). Dolayısıyla model değerleri kabul edilebilir düzeydedir. Modelde yer alan etki değerlerinin ayrıntıları Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2: Araştırmanın Yapısal Modeli

Kullanılan her bir uyum indeksinin güçlü ve zayıf yönlerinin bulunduğu, test edilen modelin doğrulanıp doğrulanmadığına yalnızca tek bir uyum indeksine bakılarak karar verilmesinin yanlış olacağına işaret etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016, s.337). Burada değişkenlerin yordama gücünün istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı da incelenip bu doğrultuda karar verilmelidir. Bu değerler ilişkisiz modele göre daha iyi uyum göstermektedir (Meydan ve Şeşen, 2015, s.37). Tablo 2’de yapısal modele ilişkin standart yol katsayıları sunulmuştur.

Şekil 2’ye göre sosyal sermayenin, işe bağlılık değişkenine giden yol katsayısı anlamlı olduğu görülmüştür ($\beta=.44$; $p<.01$). Baron ve Kenny’nin (1986) *ikinci koşulu* olan bağımsız değişkenin aracı değişkeni istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkileyip etkilemediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, **H₁ hipotezi** desteklenmiştir.

Tablo 2: Yapısal Modelin Kestirim Sonuçları

Yordanan Değişken	Etki	Yordayan Değişken	β	S. β .	C.R.	P
BAĞ	<---	SS	,380	,073	5,169	***
YSS	<---	SS	,758	,075	10,080	***
İSS	<---	SS	,908	,073	12,384	***
BSS	<---	SS	,818	,073	11,187	***
Hİ	<---	BAĞ	,424	,066	6,388	***
Hİ	<---	SS	,239	,056	4,289	***
BP	<---	SS	,445	,075	5,947	***

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Baron ve Kenny'nin (1986) *birinci koşulu* olan bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkileyip etkilemediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Sosyal sermayenin hizmet inovasyonu değişkenine giden yol katsayısı anlamlı ($\beta = .34$; $p < .01$) olduğundan dolayı ***H₃ hipotezi*** desteklenmiştir. Bunun yanında, sosyal sermaye değişkeninden bilgi paylaşımı değişkenine giden yol katsayıları da anlamlı bulunmuştur ($\beta = .55$; $p < .01$). Dolayısıyla ***H₅ hipotezi*** desteklenmiştir.

İşe bağlılık değişkeninden hizmet inovasyonu değişkenine giden yol katsayıları da anlamlı olduğu bulunmuştur ($\beta = .52$; $p < .01$). Dolayısıyla ***H₂ hipotezi*** desteklenmiştir. Bununla birlikte işe bağlılık değişkeninden bilgi paylaşımı değişkenine giden yol katsayıları da anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla ***H₄ hipotezi*** reddedilmiştir. Baron ve Kenny'nin (1986) *üçüncü koşulu* araştırmada test edilmiştir.

Baron ve Kenny'nin (1986) ilk üç koşulunun yerine getirildiği görülerek *dördüncü koşulu* olan aracı değişkenin tam aracılık veya kısmi aracılık etkisinin olup olmadığı da test edilmiştir. Yapısal model incelendiğinde (bkz. Tablo 2), işe bağlılık değişkeninin, sosyal sermaye ve hizmet inovasyonu arasında kısmi aracılık rolü bulunduğu belirlenmiştir ($\beta = .23$; $p < .01$). Aracılık modelindeki, dolaylı ve doğrudan etkiler daha ayrıntılı incelendiğinde, sosyal sermayenin hem doğrudan ($\beta = .34$, $p < .01$) hem de işe bağlılık değişkeni vasıtasıyla dolaylı olarak (Dolaylı etki; $\beta = .161$) hizmet inovasyonu üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ***H₆ hipotezi*** desteklenmiştir. Sobel testi ile aracılık modelinin istatistiksel olarak anlamlılığı kontrol edilmiştir. Yapılan Sobel testi sonuçlarına göre ($z = 4,044$; $p < .001$) aracılık etkisi istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Sosyal sermayenin bilgi paylaşımına etkisinde işe bağlılık değişkeninin mediatör rol oynamadığı, bu yolun anlamlı olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla ***H₇ hipotezi*** reddedilmiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde örgütlerin başarıya ulaşmaları sadece çalışanların sergiledikleri çaba ve performansa bağlı olmamakta; çalışanların işlerine yönelik tutumları, inovatif davranışları ve bilgi paylaşma düzeyleri de örgütlerin rakiplerine karşı başarılı olmasında önemli rol oynamaktadır. İçerisinde bulunduğumuz çağın bilgi çağı olması; bilgi gücünü elinde bulunduran, bu bilgiyi birbirleri ile paylaşan, sahip oldukları bilgi ile örgütlerinin problemlerini çözmeye yenilikçi davranışlar geliştiren çalışanların olduğu örgütlerin başarılı olma ihtimali artmaktadır. Bununla birlikte, çalışanın işini önemsemesi ve yaptığı işi sevmesi onun daha yüksek performansta çalışmasına (Schaufeli vd., 2002), çözülemeyen pek çok soruna yenilikçi çözümler getirerek sorunları en kısa sürede çözmesine ve bu problemlerin çözümü için sahip olduğu bilgi ve tecrübelerini çevreleriyle paylaşmalarına katkı sağlamaktadır (Garg ve Dhar, 2017; Tamta ve Rao, 2017).

Bu araştırmada, çalışanın sosyal sermayeye sahip olmasının bilgi paylaşma düzeyleri ve hizmet inovasyonu davranışı üzerindeki etkisinde işe bağlılık değişkeninin aracılık rolünün bulunup bulunmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Değerlendirme sürecinden önce verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediklerini belirlemek amacıyla faktörlerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmış, sonuçta değerlerin normal dağıldığı görülmüştür. Sosyal sermaye ölçeğine yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda literatürde üç boyutlu yer alan ölçeğin tek boyutta toplandığı görülmüş olup; diğer değişkenler ise literatürde yer aldığı şekliyle tek boyut altında toplanmışlardır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesinin yanı sıra, ölçeklerin yakınsama ve ayrışma geçerliliği test edilerek ölçeklerin birbirlerinden ayrılmış olduğu görülmüştür.

Yapısal eşitlik modellemesi ile değerlendirilen araştırma modelinde, çalışanların sahip oldukları sosyal sermayenin işe bağlılık düzeylerini olumlu yönde etkili olduğu görülmüştür. Analiz sonucunda elde edilen bulguların önceki çalışmaların bulguları ile örtüştüğü görülmektedir (Yamaguchi, 2013; Hsu vd., 2011). Sosyal sermaye ile çalışanlar, kurdukları ilişkiler sayesinde kolaylıkla farklı ve özel kaynaklara erişim imkânına sahiptirler (Cohen ve Prusak, 2001). Buna göre, yüksek sosyal sermayeye sahip çalışanların, çevreleri ile oluşturdukları bağlantı ve öğrendikleri bilgiler sayesinde işlerini daha çok sevdikleri ve işlerine duydukları bağlılığın arttığı görülmüştür. Araştırmadan elde ettiğimiz bir diğer bulgu olan sosyal sermayenin çalışanın bilgi paylaşım düzeyini anlamlı ve pozitif etkilediği bulgusu; yapılan önceki çalışmaların bulguları ile örtüşmektedir (Nahapiet ve Ghoshal, 1998; Aydıntan, Göksel

ve Bingöl, 2010). Sosyal sermaye düzeyi yüksek çalışanların bağlantıları sayesinde ihtiyaç duydukları bilgiye ulaşmaları daha kısa sürmekte ve daha kolay olmaktadır. İhtiyacı olan bilgiye sahip çalışan, paylaşılan her bilginin yeni bilgiler meydana getireceğini bilmekte ve bu bilgiyi çevreleri ile paylaşmaktadır. Böylelikle işletme içerisinde öğrenen ve çalışanların öğrendikleri bilgiyi paylaştıkları bir kültür oluşacaktır. Ayrıca, sosyal sermayenin hizmet inovasyon davranışını olumlu yönde etkilediği bulgusunun da önceki çalışmaların bulguları ile örtüştüğü görülmüştür (Tsai ve Ghoshal, 1998). Hizmet sektöründe müşteriler ve çalışanlar arasındaki ilişkinin iyi olması çalışanların yenilikçi davranışlar (inovasyon davranışı) geliştirmesi ile mümkün olmaktadır. Sosyal sermaye ile kurulan ağlar yardımıyla çalışanlar gelişimlerini artıracak, müşterileriyle daha yakın ilişkiler kurmak için fikirler geliştirecektir. Dolayısıyla sosyal sermaye kavramı, çalışanların örgütte yenilikçi davranmalarını arttırmaktadır.

Araştırmadan elde edilen bir diğer bulguya göre, sadece sosyal sermayenin değil işe bağlılık değişkeninin de hizmet inovasyon davranışının öncülü olduğu ve değişken üzerinde olumlu yönde bir etki oluşturduğu görülmüştür. Bu bulgunun yapılan önceki çalışmaların bulguları ile örtüştüğü görülmüştür (Garg ve Dhar, 2017; Agarwal, 2014). Hizmetlerin üretiminden satışa sunulmasına kadarki süreçte, işine bağlı ve işini seven çalışanın davranış ve performansı, işine bağlı olmayan çalışana göre olumlu anlamda farklılık göstermektedir. Bu nedenle işine bağlı çalışanlar örgütlerindeki problemlerin çözümüne yönelik yenilikçi metotlar geliştirecektir. Bunun yanında, araştırmada çalışanların sosyal sermaye düzeyleri ile hizmet inovasyon davranışları arasında pozitif bir ilişki bulunduğu, söz konusu bu ilişkide işe bağlılık değişkeninin aracı rol oynadığı tespit edilmiştir. Araştırmada yer alan tüm değişkenlerin aralarındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışanlar, karşılaştıkları problemlere karşı geliştirdikleri çözümleri ve tecrübeleri paylaşabildikleri ve kurum hafızasını yeni çalışanlara aktarabildikleri bir iletişim ortamına ihtiyaç duymaktadırlar. Sosyal sermayeye sahip bireyler sahip oldukları iletişim kanallarını etkili kullanarak ihtiyaç duydukları şeylere kolayca erişebilirler. Bu yüzden bu çalışanlar, işlerini kendilerine yakın görüp, sahip oldukları olanaklarla işlerini kendilerine uyumlu hale getirebilir, daha fazla aidiyet ve bağlılık hissedebilirler. Dolayısıyla bu çalışanlar, işlerine yönelik hissettikleri olumlu duygularla ellerindeki bilgiyi çevreleriyle paylaşmaya ve işletmeleri için inovatif davranışlar geliştirmeye gayret etmektedir. Araştırmada son olarak, çalışanların işlerine bağlılık hissetmelerinin onların çevreleri ile bilgi paylaşma düzeyleri üzerinde herhangi bir etkisinin bulunmadığı, güçlü bir sosyal sermayeye sahip olmanın ise çalışanda çevreleriyle daha fazla bilgi paylaşma isteği

uyandırdığı; fakat işe bağlılık değişkeninin söz konusu değişkenler arasında aracı rol üstlenmediği tespit edilmiştir.

Araştırma değişkenleri ile daha önce yapılmış bir çalışmanın olmaması sebebiyle çalışma, alan yazınına önemli katkılar sunmaktadır. Yapılan literatür taramasında sosyal sermayenin hizmet inovasyonu ve bilgi paylaşımı üzerindeki etkilerinin incelendiği çalışmaların olduğu görülmüş (Tsai, 2001; Nahapiet ve Ghoshal, 1998), bu ilişkide önemli bir tutum olan işe bağlılık değişkeninin göz ardı edildiği tespit edilmiştir. Çalışmada, sosyal sermayenin, hizmet inovasyonu ve bilgi paylaşımı değişkenlerinin arasındaki ilişkilere ek olarak; örgüt açısından önemli bir sonuç olan işe bağlılık değişkeninin de araştırmaya konu edilerek bu değişkenler arasındaki aracı rol üstlendiği bulgusu ilgili alan yazınına önemli katkıda bulunmuştur.

Araştırma bulgularından yola çıkarak uygulamacılara yönelik de birtakım öneriler getirilebilir. Gelecek dönemde yapılacak olan çalışmalarda verilerin farklı kaynaklardan toplanmasının (örneğin kamu sektörü) ve boylamsal bir araştırma tasarımı yapılmasının elde edilecek olan bulguların geçerliğini artıracakları değerlendirilmektedir. Bununla birlikte çalışanların demografik özelliklerinin bu değişkenler üzerindeki etkisi ölçülebilir. Çalışma, sadece Erzurum ilindeki perakendecilik sektöründe faaliyet gösteren özel bir işletmede yapılmıştır. Benzer araştırmalar farklı coğrafi bölgelerde de yapılarak araştırma konusu açısından bölgesel farklılıklardan doğan sonuçlar karşılaştırılabilir. Çalışmada, araştırma konusunu oluşturan değişkenler çalışanlar açısından değerlendirilmiştir. Gelecek dönemde yapılacak olan çalışmalarda yöneticilerin algıları da çalışmaya dâhil edilerek sonuçlar daha da geliştirilebilir. Ayrıca araştırmanın hem özel sektör hem de kamu kurumlarında gerçekleştirilmesi ve oluşacak farklılıkların karşılaştırılması yapılarak elde edilen sonuçlar da literatüre önemli katkılar sağlayabilir.

Kaynakça

- Agarwal, U. A. (2014). Linking Justice, Trust and Innovative Work Behaviour to Work Engagement. *Personnel Review*, 43(1), 41-73.
- Akgül, İ. (2019). *Bilgi Paylaşımının Çalışan Yaratıcılığı ve Yenilik Yapma Davranışı Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracı Rolü: Bilişim Teknolojileri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma (Yayınlanmış Doktora Tezi)*. Erzincan: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.
- Amintojjar, H., Shekari, G. A., & Zabihi, M. R. (2015). The Effect of Social Capital on Organizational Citizenship Behavior: A Case Study of Employees in Mashhad Municipality. *International Journal of Organizational Leadership*, 4, 144-153.
- Ansari, A. H., & Talan, A. (2017). Emotional Intelligence and Work Engagement as Mediators of Big Five Personality and Knowledge Sharing. *Global Journal of Enterprise Information System*, 9(3), 16-25.
- Antoncic, B. & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Crosscultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 495-527.
- Avcı, N. & Ulu, G. G. (2014). İstanbul'da Faaliyet Gösteren Seyahat Acentelerinde Personel Güçlendirme ve İnovasyon İlişkisi. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 17(31), 327-344.
- Aydintan, B., Göksel, A. ve Bingöl, D. (2010). Örtülü bilgi Paylaşım Niyeti Üzerinde Sosyal Sermaye ve Denetim Merkezi Odaklılığının Rolü: Hekimlikte Bir Alan Araştırması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 1-26.
- Bakker, A. B., & Oerlemans, W. (2011). "Subjective Well-Being in Organizations". G. M. Spreitzer, & K. S. Cameron (Eds), İçinde: *The Oxford Handbook of Positive Organizational Scholarship* (s. 178-189). New York: Oxford University Press.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations. *Journal of Personality And Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Baum, F. E., & Ziersch, A. M. (2003). Social Capital. *Journal Epidemiol Community Health*, 57, 320-323.
- Berman, S. L., Down, J., & Hill, C. W. (2002). Tacit Knowledge as a Source of Competitive Advantage in the National Basketball Association. *Academy of Management Journal*, 45(1), 13-31.
- Brown, S. P. (1996). A Meta-Analysis and Review of Organizational Research on Job Involvement. *Psychological Bulletin*, 120(2), 235-255.
- Burt, R. (1992). *Structural Holes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carson, K. D., Carson, P. P., & Bedeian, A. G. (1995). Development and Construct Validation of a Career Entrenchment Measure. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 68(4), 301-320.
- Chang, C. W., Huang, H. C., Chiang, C. Y., Hsu, C. P., & Chang, C. C. (2012). Social Capital and Knowledge Sharing: Effects on Patient Safety. *Journal of Advanced Nursing*, 68(8), 1793-1803.

Chen, Z. J., Zhang, X. I., & Vogel, D. (2011). Exploring the Underlying Processes Between Conflict and Knowledge Sharing: A Work-Engagement Perspective 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(5), 1005-1033.

Chen, W. J. (2011). Innovation in Hotel Services: Culture and Personality. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 64-72.

Chiu, C. M., Hsu, M. H., & Wang, E. T. (2006). Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872-1888.

Cohen, D. ve Prusak, L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayeleri*. İstanbul: Mess Yayınları.

Cook, S. (2008). *The Essential Guide to Employee Engagement: Better Business Performance Through Staff Satisfaction*. Kogan Page Publishers.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.

Doğan, S., & Kiliç, S. (2009). Bilgi Yönetiminde Liderliğin Rolü Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 14(2), 87-111.

Eser, K. ve Gökmen, E. Ç. (2009). Beşeri Sermayenin Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkileri: Dünya Deneyimi ve Türkiye Üzerine Gözlemler. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 1(2), 41-56.

Faria, A. C. S., & Gomes, C. F. S. (2016). Service Innovation Performance Applied on Marketing Solution A Holistic Approach. https://www.researchgate.net/publication/311388907_SERVICE_INNOVATION_PERFORMANCE_APPLIED_ON_MARKETING_SOLUTION_A_HOLISTIC_APPROACH

Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Garg, S., Dhar, R. L. (2017). Employee Service Innovative Behavior: The Roles of Leader-Member Exchange (LMX), Work Engagement and Job Autonomy. *International Journal of Manpower*, 38(2), 242-258.

Greve, A., Benassi, M., & Sti, A. D. (2010). Exploring The Contributions of Human and Social Capital to Productivity. *International Review of Sociology*, 20(1), 35-58.

Gu, J., Zhang, Y., & Liu, H. (2014). Importance of Social Capital to Student Creativity Within Higher Education in China. *Thinking Skills and Creativity*, 12, 14-25.

Gürbüz, S. (2019). *Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hair, J. F., Black, W., Anderson, R., Babin, B. R. ve Tahtam, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis With Readings*. London: Mcmillan Book Company.

Hogel, M., Parboteeah, K. P. & Munson, C. L. (2003). Team-Level Antecedents of Individuals' Knowledge Networks. *Decision Sciences*, 34, 741-770.

- Hollebeek, L. D., Andreassen, T. W., Smith, D.L.G., Grönquist, D., Karahasanovic, A. & Márquez, Á. (2018). Epilogue-Service Innovation Actor Engagement: an Integrative Model. *Journal of Services Marketing*, 32(1), 95-100.
- Hsu, C. P., Chang, C. W., Huang, H. C., & Chiang, C. Y. (2011). The Relationships Among Social Capital, Organisational Commitment and Customer-Oriented Prosocial Behaviour of Hospital Nurses. *Journal of Clinical Nursing*, 20(9-10), 1383-1392.
- Hu, M. L. M., Horng, J. S. & Sun, Y. H. C. (2009). Hospitality Teams: Knowledge Sharing and Service Innovation Performance. *Tourism Management*, 30(1), 41-50.
- Hu, L. & Randel, A. E. (2014). Knowledge Sharing in Teams: Social Capital, Extrinsic Incentives, and Team Innovation. *Group & Organization Management*, 39(2), 213-243.
- Kaasa, A. (2009). Effects of Different Dimensions of Social Capital on Innovative Activity: Evidence From Europe At The Regional Level. *Technovation*, 29(3), 218-233.
- Kahn, W.A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement At Work. *Academy of Management Journal*, 33(3), 692-724.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C. Y., & Wei, K. K. (2005). Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation. *MIS Quarterly*, 29, 113-143.
- Kindström, D., Kowalkowski, C. & Sandberg, E. (2013). “Enabling Service Innovation: a Dynamic Capabilities Approach”. *Journal of Business Research*, 66(8), 1063-1073.
- Kim, T. T., Lee, G., Paek, S., & Lee, S. (2013). Social Capital, Knowledge Sharing and Organizational Performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25, 683-704.
- Kim, W., & Park, J. (2017). Examining Structural Relationships Between Work Engagement, Organizational Procedural Justice, Knowledge Sharing, and Innovative Work Behavior For Sustainable Organizations. *Sustainability*, 9(2), 205.
- King, N. K. (2004). Social Capital and Nonprofit Leaders. *Nonprofit Management and Leadership*, 14(4), 471-486.
- Krishna, A., & Uphoff, N. T. (1999). *Mapping and Measuring Social Capital: a Conceptual and Empirical Study of Collective Action for Conserving and Developing Watersheds in Rajasthan, India*. World Bank: Social Development Family, Environmentally and Socially Sustainable Development Network.
- Lefebvre, V. M., Sorenson, D., Henchion, M. ve Gellynck, X. (2016). Social Capital and Knowledge Sharing Performance of Learning Networks. *International Journal of Information Management*, 36(4), 570-579.
- Lowe, R., & Marriott, S. (2006). *Enterprise: Entrepreneurship and Innovation: Concepts, Contexts And Commercialization*. NY: Routledge.
- Luthans, F. (2002). The Need for and Meaning of Positive Organizational Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23(3), 695-706.
- May, D.R., Gilson, R.L. & Harter, L.M. (2004). The Psychological Conditions of Meaningfulness, Safety and Availability and The Engagement of The Human Spirit at Work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 11-37.

- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mura, M., Lettieri, E., Spiller, N., & Radaelli, G. (2012). Intellectual Capital and Innovative Work Behaviour: Opening The Black Box. *International Journal of Engineering Business Management*, 4, 4-39.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and The Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Oke, A. (2004). Barriers to Innovation Management in Service Companies. *Journal of Change Management*, 4(1), 31-44.
- Oliveira, M., Curado, C. M., Maçada, A. C. & Nodari, F. (2015). Using Alternative Scales to Measure Knowledge Sharing Behavior: Are There Any Differences?. *Computers in Human Behavior*, 44, 132-140.
- Özkalp, E. & Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker Tarafından Geliştirilmiş Olan İşe Angaje Olma Ölçeğinin Türkçe'de Güvenilirlik ve Geçerliliğinin Analizi. *Isguc: The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 17(3), 1-19.
- Özşungur, F. (2019). *Etik Liderliğin Hizmet İnovasyon Davranışı ve İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisinde, İşe Bağlılığın Aracılık Rolü: Türkiye'deki Ticaret ve Sanayi Odaları Örneği (Yayımlanmış Doktora Tezi)*. Aksaray: Aksaray Üniversitesi.
- Pastoriza, D., Arino, M. A., Ricart, J. E., & Canela, M. A. (2015). Does an Ethical Work Context Generate Internal Social Capital?. *Journal of Business Ethics*, 129(1), 77-92.
- Peng, K. Z., Ngo, H.Y., Shi, J. & Wong, C.S. (2009). "Gender Differences in The Work Commitment of Chinese Workers: An Investigation of Two Alternative Explanations. *Journal of World Business*, 44, 323-335.
- Pettigrew, A. (1987). Context and Action in The Transformation of The Firm". *Journal of Management Studies*, 24(6), 649-70.
- Print, M. & Coleman, D. (2003). Towards Understanding of Social Capital and Citizenship Education. *Cambridge Journal of Education*, 33(1), 123-149.
- Putnam, R., Leonardi, R., & Nanetti, R. (1993). *Making Democracy Work Princeton*. NJ: Princeton University Press.
- Saleh, S. D. & Hosek, J. (1976) Job Involvement: Concepts and Measurements. *Academy of Management Journal*. 19(2), 213-215.
- Schaufeli, W. & Bakker, A. (2003). *Utrecht Work Engagement Scale: Preliminary Manual*. Utrecht: Occupational Health Psychology Unit, Utrecht University.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: a Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal Of Happiness Studies*, 3(1), 71-92.
- Scott, S. G. & Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: a Path Model of Individual Innovation in The Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Shalley, C. E. & Gilson, L. L. (2004). What Leaders Need to Know: A Review of Social Andcontextual Factors That Can Foster or Hinder Creativity. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 33-53.

Srivastava, A., Bartol, K. M., & Locke, E. A. (2006). Empowering Leadership in Management Teams: Effects on Knowledge Sharing, Efficacy And Performance. *Academy of Management Journal*, 49(6), 1239-1251.

Şahin, M. (2009). *Örgüt Kültürü ile Bilgi Paylaşma Tutumu Arasındaki İlişki Üzerine Türk Katılım Bankacılığı Alanında Bir Araştırma (Yayımlanmış Doktora Tezi)*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Tamta, V., & Rao, M. K. (2017). The Effect of Organisational Justice on Knowledge Sharing Behaviour in Public Sector Banks in India: Mediating Role of Work Engagement. *International Journal of Business Excellence*, 12(1), 1-22.

Tang, T. W., Wang, M. C. H. ve Tang, Y. Y. (2015). Developing Service Innovation Capability in the Hotel Industry. *Service Business*, 9(1), 97-113.

Tekin, E. (2019). *Girişimcilik ve Sosyal Sermaye*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Tsai, W. (2001). Knowledge Transfer in Intraorganizational Networks: Effects of Network Position and Absorptive Capacity on Business Unit Innovation and Performance. *Academy of Management Journal*, 44(5), 996-1004.

Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital and Value Creation: An Emperical Study of Intra-Firm Networks. *Academy of Management Journal*, 4, 60-65.

Ul-Hassan, M., S. Shaukat, M. Shakeel, M. Imran (2012). Interrelations Between Organizational Culture, Innovation and Employee Performance: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *Pakistan Journal of Social Sciences (PJSS)*, 32(2), 339-355.

Wasko, M. M. ve Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. *MIS Quarterly*, 29, 35-57.

West, M.A. & Farr, J.L. (1990). *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*. New York, NY: John Wiley and Sons.

Widén-Wulff, G., & Ginman, M. (2004). Explaining Knowledge Sharing in Organizations Through The Dimensions of Social Capital. *Journal of Information Science*, 30(5), 448-458.

Willem, A. ve Scarbrough, H. (2006). Social Capital and Political Bias in Knowledge Sharing: An Exploratory Study. *Human Relations*, 59(10), 1343-1370.

Wong, P. K., & He, Z. L. (2005). A Comparative Study of Innovation Behaviour in Singapore's KIBS and Manufacturing Firms. *The Service Industries Journal*, 25(1), 23-42.

Yamaguchi, I. (2013). A Japan-US Cross-Cultural Study of Relationships Among Team Autonomy, Organizational Social Capital, Job Satisfaction, and Organizational Commitment. *International Journal of Intercultural Relations*, 37(1), 58-71.

Young, S.M. (1992). A Framework for Successful Adoption and Performance of Japanese Manufacturing Practices in the United States. *Academy of Management Review*, 17, 677-700.

Yu, Y., Hao, J. X., Dong, X. Y. ve Khalifa, M. (2013). A Multilevel Model for Effects of Social Capital and Knowledge Sharing in Knowledge-Intensive Work Teams. *International Journal of Information Management*, 33(5), 780-790.