Sosyal Sermaye, Duygu ve Motivasyon Temelinde Çalışanların Bilgi Paylaşma Niyetinin Belirleyicileri

Determinants of Employees' Knowledge Sharing Intention through Perspectives of Social Capital, Emotion and Motivation

Assoc. Prof. Dr. Canan Nur Karabey (Atatürk University, Turkey)

Abstract

The aim of this study is to investigate the factors that determine employee's knowledge sharing intention through the perspectives of social capital, emotion and motivation. The impacts of individual factors, namely social capital, enjoyment in and fear for knowledge sharing, sense of belonging and knowledge sharing self-efficacy on employee's intention to share knowledge with colleagues are examined. In order to test the hypotheses regarding the relationships among aforementioned variables, data were gathered through question forms from 267 employees working at two shopping malls in a province of Turkey. First, confirmatory factor analysis was applied to data on LISREL 8.7 software. Second, the validity of the measurement model was examined and last, anticipated relationships among variables were investigated through path analysis in structural equation modelling. The results stated that fear for sharing knowledge affected intention negatively while enjoyment in sharing knowledge and knowledge sharing self-efficacy affected intention positively. Also, relational capital was not found to impact intention to share knowledge via fear and enjoyment. On the other hand, sense of belonging impacted intention merely through enjoyment in sharing knowledge.

1 Giriş

Bu araştırmanın amacı sosyal sermaye, duygu ve motivasyon kavramlarını temel alarak çalışanın bilgi paylaşma niyetini belirleyen unsurları araştırmaktır. Çalışanın sosyal sermayesinin, bilgi paylaşmadan duyduğu zevk ve korkunun, aitlik duygusunun ve bilgi paylaşmaya ilişkin özyeterkinliğin bilgisini iş arkadaşlarıyla paylaşma niyetine etkisi incelenmektedir.

Sosyal sermaye, bireyin sahip olduğu ilişkiler şebekesi aracılığıyla edindiği gerçek ve potansiyel kaynakların tümünü ifade eder (Nahapiet ve Ghoshal, 1998). Sosyal sermayenin yapısal boyutu sosyal bağların sayısını ve şebekedeki kişilerin karşılıklı bağlantılı olma düzeyini gösterirken, ilişkisel boyut bu bağların getirdiği güven gibi soyut değerleri içerir. *Aitlik duygusu*, çalışanın örgüt üyeleriyle birliktelik ya da yakınlık duygusunu ne ölçüde hissettiğini belirtir (Goh ve Sandhu, 2013). *Özyeterkinlik*, kişinin bir işi yapma konusunda kendi yetkinliğine olan inancını ve ortaya çıkabilecek zorluklarla ne kadar iyi mücadele edebileceğine ilişkin düşüncesini gösterir (Bandura, 1982). Bilgi paylaşma çeşitli sosyal öğrenme türlerini içerdiğinden, bilgi paylaşmaya ilişkin öz yetkinlik kişinin bilgi paylaşma uygulamaları üzerindeki kontrolünü yansıtır (Kuo ve Young, 2008). *Bilgi paylaşmaktan duyulan zevk* içsel motivasyonla ilgilidir ve içsel motivasyon bir faaliyeti maddi olmayan faydalar için, örneğin faaliyeti gerçekleştirme sürecinin zevki için yerine getirme isteğini belirtir (Hau vd., 2013). *Bilgi paylaşmaktan duyulan korku* ise çalışanın değerli bilgiler vermesine karşılık çok az bilgi alacağı ve örgütteki konumunun zayıflayacağı konusundaki endişesini gösterir (Renzl, 2008). *Bilgi paylaşma niyeti* ise çalışanların örgütle ilgili bilgi ve uzmanlıklarını diğerlerine aktarma niyetidir (Tohidinia ve Mosakhani, 2010).

2 Teorik Çerçeve

Bilgi paylaşımının gerçekleşmesi için güçlü bireysel motivasyona ihtiyaç vardır. Aktarılabilecek bilginin türünden bağımsız olarak motivasyon çalışanların bilgilerini paylaşmalarını etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Özellikle rasyonel eylem teorisi bilgi paylaşma gibi sosyal etkileşimleri karşılıklı sosyal değişim (değiş-tokuş) olarak görür (Scott, 2000). Karşılıklı sosyal değişimin parasal (bonus, terfi vb.) ya da parasal olmayan (zevk, karşılıklılık vb.) faydaları olabilir. Bir çalışanın bilgi paylaşmadan elde edebileceği en önemli faydalar örgütsel ödüller, karşılıklılık ve zevktir.

Çalışanların içsel ve dışsal motivasyonları bilgi paylaşma niyetlerinin gelişmesinde etkilidir. Dışsal olarak motive edilmiş çalışanlar bilgilerini paylaşmaları sayesinde edinecekleri fayda ve ödüller ile motive olur. İçsel motivasyon bir faaliyeti maddi olmayan yararlar için, örneğin faaliyeti yerine getirme sürecinin verdiği zevk için yapma isteğini ifade eder. Bilgi yönetimi ile ilgili geçmişteki çalışmalar bir işi yapmaktan duyulan zevki hayati bir içsel motivasyon unsuru olarak görmüştür (Hau vd., 2013). İçsel olarak motive olan çalışanlar bilgi paylaşmaya katılmaktan doğan zevk ve eğlence duygusundan etkilenirler. Zevk bilgiyi sağlayan kişi ile onun benliği arasındaki karşılıklı değişim ilişkisine dayanan bir tür teşvik edici olarak bilgiyi sağlayan kişiden doğar. Geçmişteki çalışmalar içsel motivasyonun bilgi paylaşımı üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu göstermiştir. Örneğin Tissen vd. (1989) işin kendisinden kaynaklanan içsel ödüllerin çalışanları bilgi paylaşmaya yönelttiğini öne sürmüştür. Wasko ve Faraj (2005) zevkin elektronik uygulama şebekelerinde bilgi sağlama ile olumlu yönde ilişkili olduğunu

ampirik olarak göstermiştir. Zevk çalışanları bilgi paylaşmaya teşvik etmede önemli bir unsur olarak kabul edilmiştir (Lin, 2007). Cabrera vd.'ye göre (2006) bilgilerini paylaşmaları yönünde daha fazla içsel ödüller algılayan çalışanlar bilgi paylaşımına katılmaya daha eğilimlidir. Lin (2007) ve Hung vd. (2011) çalışanların başkalarına yardım etmekten duyduğu zevkin, bilgi paylaşmaya yönelik tutumlarını ve davranışsal niyetlerini önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir (aktaran Hau vd., 2013). Bu görüşlerden hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₁: Çalışanın bilgi paylaşmaktan duyduğu zevk arttıkça bilgi paylaşma niyeti de artar.

Örgütteki değerini kaybetme korkusu bilgi paylaşmanın önündeki temel engellerden biridir. Örneğin sömürülme korkusu, bireylerin değerli bilgiler vermeye karşılık çok az şey kazanma konusunda endişe duydukları bir durumu yansıtır. Bireyin sahip olduğu benzersiz değeri kaybetme korkusu ile bilgi paylaşma davranışı arasındaki ilişki dikkate alındığında, şu nokta göz önünde bulundurulmalıdır: bilgi vermek bireyin başkalarına oranla sahip olduğu benzersiz değeri kaybetmesine sebep olabilir ve faydalar bilgiyi sağlayan dışındaki herkes için doğabilir. Bilgi paylaşımı sosyal ikilem olarak bilinen belli bir sosyal durum kullanılarak da ifade edilebilir. Sosyal ikilemler paradoksal durumları gösterir. Bireysel rasyonellik bireysel çıkarları en yükseğe çıkarmayı isterken kolektif (ortaklaşa, bütüncül) irrasyonelliğe yol açabilir. Eğer bireyler bir işbirliği ilişkisi içinde kaybetmekten endişe duyarsa, bilgi paylaşmaktan kaçınırlar (Renzl, 2008). Renzl (2008) kişinin değerini kaybetme korkusunun takım içindeki ve takımlar arasındaki bilgi paylaşımını azalttığını ampirik olarak göstermiştir. Yukarıdaki açıklamalardan hareketle aşağıdaki hipotez ortaya atılmıştır:

H₂: Çalışanın bilgi paylaşmaktan duyduğu korku arttıkça bilgi paylaşma niyeti azalır.

Bilgi paylaşma süreci yalnızca bir kişinin bilgisini diğerine aktarması olarak görülmemeli, bunun yerine katılımcıların belli olaylara anlam yüklediği paylaşılan bir bilgi üretme süreci olarak görülmelidir. Bu yaklaşımın merkezinde grup üyeleri arasındaki sosyal dinamikler yer alır. Bilgi paylaşımı temelde kişilerarası ve grupça ilişkiler tarafından belirlenir. Çalışanların sosyal ilişkilerde başkalarına nasıl bağlandığı temelde ne ölçüde ve hangi yollarla bilgi alabileceklerini ve bilgi sağlayabileceklerini belirler (van den Hoff ve Huysman, 2009). Çalışanın sosyal sermayesi arttıkça bilgi paylaşma niyetinin de artması beklenir; çünkü sosyal şebekeler ihtiyaçları ve soruları olan kişilere erişimi sağlar ve üyeler arasında ortak bir çıkar duygusu ve güven geliştirerek diğerlerinin sahip olduğu bilginin değerini takdir etme iklimi oluşturur. Sosyal sermayenin yapısal boyutu kimin hangi yollarla ulaşılabilir olduğunu gösteren şebeke bağlantılarını içerir ve bu boyuttaki unsurlar şebeke örüntüsünü (şebekedeki bireylerin birbirine bağlanma şekli), yoğunluğu ve hiyerarşiyi ortaya koyar. İlişkisel boyut ise etkileşimler esnasında insanlar arasında oluşan güven düzeyini ortaya koyar. Oluşan normlar, zorunluluklar, güven ve özdeşleşme şebekedeki bireylerin ortak amaçlara yönelik farkındalığını artırır. Sosyal şebeke kişilerarası temas için çok sayıda fırsat sunar. İnsanlar fikirlerini ve kaynaklarını yakın bir ilişki geliştirdikleri kişilerle paylaşma konusunda daha olumlu hislere sahip olurlar. Ayrıca iş arkadaşlarıyla daha geniş bir sosyal şebekeye sahip olan çalışanlar bilgilerini paylaşma konusunda daha fazla sosyal baskı hissederler; çünkü iyi bir ilişki iş arkadaşlarının bireye ilişkin yüksek davranışsal beklentiler içine girmesine yol açar (Chow ve Chan, 2008). Özetlemek gerekirse, sosyal sermayenin bilgi paylaşımına şu yollarla katkıda bulunduğu söylenebilir: ihtiyaçları veya soruları olan bireylere ulaşmayı sağlayarak; ortak bir çıkar duygusu oluşturarak, karşılıklı güven ve başkalarının bilgisinin değerini takdir etme iklimi sağlayarak; diğerlerinin bilgisini anlamaya yardımcı olan ortak bir yeteneği paylaşarak ve tüm bilgilerin doğru yorumlanmasını ve değerlendirilmesini sağlayarak (van den Hoff ve Huysman, 2009). Sosyal sermayenin iki alt boyutu olan yapısal ve ilişkisel sermayenin bilgi paylaşma niyeti üzerindeki etkisi karşılaştırılmalıdır; çünkü bunlar birbirinden bağımsız etkilere sahip olabilir. Sosyal sermayenin bilgi paylaşmadan duyulan korkuyu azaltarak ve zevki artırarak bilgi paylaşma niyetini artırması beklenir. Sosyal sermayesi yüksek kişiler bilgi paylaşmaktan daha az korku duyacak, daha fazla zevk alacak ve böylece bilgi paylaşma istekleri artacaktır. Dolayısıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₃: Çalışanın yapısal sermayesi arttıkça bilgi paylaşmaktan duyduğu zevk artar.

H₄: Çalışanın yapısal sermayesi arttıkça bilgi paylaşmaktan duyduğu korku azalır.

H₅: Çalışanın ilişkisel sermayesi arttıkça bilgi paylaşmaktan duyduğu zevk artar.

H₆: Çalışanın ilişkisel sermayesi arttıkça bilgi paylaşmaktan duyduğu korku azalır.

Genel itibarıyla öz-yetkinlik; kişinin belirli bir işi yapma konusunda kendi yetkinliğine (yeterliliğine) dair inancını, ileride ortaya çıkması muhtemel zorluklarla mücadele için gereken faaliyetleri ne kadar iyi yapabileceğine ilişkin düşüncesini gösterir (Bandura, 1982). Cabrera vd. (2006), Lin (2007) ve Hsu vd. (2007) bilgi paylaşma öz yetkinliğinin bilgi paylaşmanın öncülü olduğunu göstermiştir. Ayrıca BP Amoco'da bireylere bilgi yönetim sistemlerini kullanma konusunda koçluk etme ve onları yetiştirme yoluyla onların bilgi paylaşma görevlerini yerine getirme yeteneklerine duydukları inanç güçlendirilmiş ve böylece bilgi paylaşma uygulamalarında başarı sağlanmıştır (Husted ve Michailova, 2002). Buna karşılık, kendine güven eksikliği çalışanın bilgi yönetimini günlük iş yükü ile bütünleştirmede başarısız olmasına sebep olur (KPGM, 2000'den aktaran Kuo ve Young, 2008). Kuo ve Young (2008) özyetkinliğin bilgi yönetimi uygulamasını doğrudan etkileyen önemli bir unsur olduğunu göstermiştir. Yani yüksek özyetkinlik sahibi bireyler bilgi paylaşmanın önündeki engellerin üstesinden gelmeye daha fazla eğilimlidir. Ye vd., (2006) ve Tohidinia ve Mosakhani (2010) bilgi

paylaşma bağlamında öz yetkinliğin bilgi paylaşmaya yönelik tutumu olumlu etkilediğini ortaya koymuştur. Bu görüşlerden yola çıkılarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₇: Çalışanın bilgi paylaşmaya ilişkin özyetkinliği arttıkça bilgi paylaşma niyeti de artar.

Örgüte aidiyet duygusu hissetmenin de bilgi paylaşmaktan duyulan korkuyu azaltarak ve zevki artırarak bilgi paylaşma niyetini güçlendirmesi beklenir; çünkü çalışan kendisini örgütün diğer üyeleriyle bağlantılı algıladığında, örgütteki benzersiz değerini kaybetme korkusunu daha az yaşar. Aitlik duygusu ayrıca çalışanın iş arkadaşlarıyla daha çok bilgi paylaşmak zorunda olduğunu hissetmesine yol açarak bilgi paylaşma niyetini destekler (Goh ve Sandhu, 2013). Bu düşünceler doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₈: Çalışanın örgüte aidiyet duygusu arttıkça bilgi paylaşmaktan duyduğu zevk artar.

H₉: Çalışanın örgüte aidiyet duygusu arttıkça bilgi paylaşmaktan duyduğu korku azalır.

Şekil 1. Araştırma Modeli

3 Araştırma Yöntemi

Öne sürülen hipotezleri test etmek için bir ilimizde faaliyette bulunan iki alışveriş merkezindeki işletmelerde çalışan 267 kişiden yüz yüze anket uygulaması yoluyla veri toplanmıştır. Elde edilen veriler LISREL 8.7 programı aracılığıyla analize tabi tutulmuştur. Öncelikle oluşturulan ölçüm modeline doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış, ölçüm modelinin geçerliliği ve güvenilirliği incelenmiş ve daha sonra yapısal eşitlik modeliyle yol analizi yapılarak değişkenler arasında öngörülen ilişkilerin bulunup bulunmadığı test edilmiştir. Kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler Tablo 1’de verilmiştir:

Ölçek	Madde sayısı	Kaynak
Bilgi paylaşma niyeti	5	Bock vd., 2005
Bilgi paylaşmaktan duyulan zevk	3	Wasko ve Faraj, 2005
Bilgi paylaşmaktan duyulan korku	5	Wasko ve Faraj, 2005; Renzl, 2008
Bilgi paylaşma özyetkinliği	5	Bock vd., 2005
Örgüte aidiyet duygusu	4	Bock vd., 2005
Yapısal sosyal sermaye	7	van den Hoff ve Huysman, 2009
İlişkisel sosyal sermaye	5	van den Hoff ve Huysman, 2009

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

4 Bulgular

Araştırmaya katılan çalışanlara ilişkin demografik bulgular şöyle özetlenebilir: Cevaplayıcıların % 45,6’sı kadın (120 kişi), % 54,4’ü erkektir (143 kişi). Cevaplayıcıların % 63,1’i 25 veya altı yaşlarda iken 26-30 yaş grubundaki çalışanların oranı % 21,3’tür. Araştırmanın aktif bedensel çalışmayı gerektiren perakende hizmet sektöründe yapıldığı dikkate alındığında genç çalışanların niçin böyle yüksek bir orana sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yönetmel pozisyon açısından durum incelendiğinde, cevaplayıcıların % 28,1’inin yönetmel görevi olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyine bakıldığında, yüksekokul/üniversite mezunlarının oranının % 66,5 olduğu görülmektedir.

Çalışma süresine bakıldığında ise bulundukları örgütte 1- 4 yıldır çalışanların oranı % 46,8 iken, 1 yıldan az süredir çalışanların oranı % 41,8'dir. Dolayısıyla cevaplayıcıların bulundukları örgütteki çalışma süresi oldukça kısadır.

Verilerin analizinde öncelikle oluşturulan ölçüm modeli bir bütün olarak doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve modelin yapı geçerliliği ve güvenilirliği incelenmiştir. Ölçüm modelinin geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin başlıca göstergeler Tablo 2'de özetlenmiştir:

Kavram	Gösterge	Standardize faktör yükü	t değeri	Birleşik güvenilirlik	Ortalama Açıklanan Varyans	Cronbach alfa
Bilgi paylaşma niyeti (N)	N1	0,82	17,37	0,886	0,66	0,892
	N2	0,92	24,95			
	N3	0,88	20,94			
	N4	0,61	10,78			
Bilgi paylaşmaktan duyulan korku (KO)	KO1	0,74	14,68	0,874	0,64	0,866
	KO2	0,82	17,12			
	KO3	0,88	18,22			
	KO5	0,74	13,86			
Bilgi paylaşmaktan duyulan zevk (Z)	Z1	0,86	18,19	0,912	0,77	0,914
	Z2	0,91	22,27			
	Z3	0,87	18,63			
Örgüte aidiyet duygusu (AIT)	AIT1	0,86	20,60	0,922	0,75	0,924
	AIT2	0,86	16,58			
	AIT3	0,88	18,85			
	AIT4	0,86	17,71			
Yapısal sermaye (YS)	YS2	0,75	12,01	0,814	0,60	0,816
	YS5	0,75	12,79			
	YS6	0,81	15,16			
İlişkisel sermaye (IS)	IS1	0,59	9,54	0,814	0,53	0,799
	IS2	0,77	13,63			
	IS3	0,83	17,14			
	IS5	0,69	11,07			
Bilgi paylaşmaya ilişkin özyetkinlik (ÖZ)	ÖZ1	0,87	18,61	0,852	0,66	0,848
	ÖZ2	0,74	12,16			
	ÖZ3	0,82	16,77			

Tablo 2. Ölçüm Modeline Ait Başlıca Değerler

Tablo 2'deki değerlere göre her bir değişkeni ölçen ölçeğin Cronbach alfa değeri 0,70'in üzerinde olduğundan ölçeklerin yüksek içsel tutarlılığa sahip olduğu söylenebilir (Hair vd., 1998). Yakınsama geçerliliği için her bir maddenin faktör yüklerinin anlamlı ve 0,50'den yüksek olması, bütünsel güvenilirliğin 0,60'dan yüksek olması (Bagozzi ve Yi, 1988) ve ortalama açıklanan varyansın (Average Variance Extracted-AVE) tüm kavramlar için 0,50'den yüksek olması gerekir. Bu modelde tüm faktör yükleri ve bütünsel güvenilirlikler kabul edilebilir aralıktadır ve $p=0,01$ önem düzeyinde anlamlıdır.

Ayrışma geçerliliğini test etmek için Fornell and Larcker'in yaklaşımından yararlanılmıştır (Fornell and Larcker, 1981). Bu yaklaşımda her bir kavram için ortalama açıklanan varyans değerinin karekökünün, bu kavram ile diğer kavramlar arasındaki korelasyondan yüksek olması gerekir. Ayrışma geçerliliğine ilişkin değerler Tablo 3'te gösterilmiştir:

	1	2	3	4	5	6	7
1-Bilgi paylaşma niyeti	0,81						
2-Bilgi paylaşmaktan duyulan korku	-0,382	0,80					
3-Bilgi paylaşmaktan duyulan zevk	0,493	-0,216	0,88				
4-Örgüte aidiyet duygusu	0,485	-0,248	0,419	0,87			
5-Yapısal sermaye	0,472	-0,308	0,376	0,638	0,77		
6-İlişkisel sermaye	0,465	-0,256	0,298	0,661	0,702	0,73	
7-Bilgi paylaşmaya ilişkin özyetkinlik	0,492	-0,283	0,426	0,628	0,545	0,564	0,81

Tablo 3. Ayrışma Geçerliliği Göstergeleri*

* Köşegende italik olarak gösterilen değerler Açıklanan Ortalama Varyans'ın karekökü olup, köşegenin altındakiler ise her bir değişkenin diğer değişkenle arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayısıdır.

Tablo 3'e göre ölçüm modelindeki değişkenler ayrışma geçerliliği sergilemektedir.

Ölçüm modelinin ayrışma ve yakınsama geçerlilikleri ile değişkenlerin güvenilirlikleri ortaya konduktan sonra yol analizi yapılmıştır. Değişkenlerin dağılımı normal dağılıma uymadığı için yol analizinde asimptotik kovaryans matrisinden yararlanılmış ve tahmin yöntemi olarak maximum likelihood (en yüksek olabilirlik) kullanılmıştır. Yol analizine ilişkin uyum indeksleri Tablo 4'te özetlenmiştir:

Kısaltma	Anlamı	Modele ait değer	Kabul değeri
χ^2	Ki kare	289,07	-
Sd	Serbestlik derecesi	260	-
χ^2/sd	Ki kare/ serbestlik derecesi	1,112	$\leq 2^a, \leq 5^b$ (a: çok iyi uyum, b: iyi uyum)
p	Önem düzeyi	0,104	$0,05 \leq$
RMSEA	Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü	0,021	$0,05 < (\text{tolerans } 0,08)$
CFI	Artmalı Uyum İyiliği İndeksi	1,00	$0,90 \leq$
NNFI	Normlaştırılmamış Uyum İyiliği İndeksi	1,00	$0,90 \leq$
AGFI	Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi	0,86	$0,90 \leq$

Tablo 4. Araştırma Modeline Ait Uyum İndeksleri

Tablo 4'e göre oluşturulan araştırma modelinin kabul edilebilir uyum sergilediği görülmektedir. Modeldeki denklemlere ait regresyon katsayıları ise Tablo 5'te gösterilmiştir:

Yol	Hipotez	Yol katsayısı	t değeri	Sonuç
ZE $\rightarrow$ NI	H ₁	0,30	4,38	Kabul edildi
KO $\rightarrow$ NI	H ₂	-0,30	-4,77	Kabul edildi
YS $\rightarrow$ ZE	H ₃	0,46	2,67	Kabul edildi
YS $\rightarrow$ KO	H ₄	-0,44	-2,42	Kabul edildi
IS $\rightarrow$ ZE	H ₅	-0,26	-1,48	Reddedildi
IS $\rightarrow$ KO	H ₆	0,046	0,25	Reddedildi
ÖZ $\rightarrow$ Nİ	H ₇	0,35	4,99	Kabul edildi
AIT $\rightarrow$ ZE	H ₈	0,37	2,95	Kabul edildi
AIT $\rightarrow$ KO	H ₉	-0,052	-0,40	Reddedildi

Tablo 5. Hipotez Testi Sonuçları

Tablo 5'e göre bilgi paylaşmaktan duyulan zevk arttıkça bilgi paylaşma niyeti artmakta, korku arttıkça ise niyet azalmaktadır. Ayrıca yapısal sermaye bilgi paylaşmaktan duyulan zevki artırarak ve korkuyu azaltarak niyeti olumlu yönde etkilemektedir. Bilgi paylaşmaya ilişkin özyetkinlik de bilgi paylaşma niyetini artırmaktadır. Örgüte aidiyet duygusu ise zevk üzerinden bilgi paylaşma niyetini olumlu yönde etkilemektedir.

5 Sonuç ve Değerlendirme

Çalışanın bilgi paylaşmaktan duyduğu zevk arttıkça ve korkusu azaldıkça bilgi paylaşma niyeti artmaktadır. Dolayısıyla bir örgütte çalışanların işe ilişkin değerli bilgilerini iş arkadaşlarıyla paylaşması isteniyorsa, bilgi paylaşmaktan zevk duyacakları bir ortamın mutlaka oluşturulması gerekir. Başka bir ifadeyle, çalışanlar bilgi paylaşarak içsel ödüllere ulaşabilmeli, yani kendilerini değerli, önemli ve örgüte katkı sağlayan bireyler olarak görebilmelidir. Sahip olduğu bilgiyi paylaştığında örgütteki değerinin azalacağından endişelenen ve yalnızca bu bilgileri alan tarafın avantajlı olacağını, kendisinin ise dezavantajlı duruma düşeceğini düşünen bireyler bilgilerini paylaşmak istemeyecektir.

Çalışanın yapısal sermayesi arttıkça, bilgi paylaşmaktan duyduğu korku azalmakta, zevk artmakta ve bunun sonucunda da bilgi paylaşma niyeti yükselmektedir. Başka bir ifadeyle, hangi iş arkadaşlarının hangi bilgilerle ilgilendiğini bilen, kendi işini ilgilendiren bilgilere kimlerin sahip olduğu bilen ve iş arkadaşları tarafından da ne tür bilgilere sahip olduğu bilinen çalışanlar bilgilerini paylaşmaktan korkmamakta ve zevk almaktadır. Böylece bu çalışanların bilgi paylaşma niyeti de artmaktadır. Bu çalışmada çalışanın ilişkisel sermayesinin bilgi paylaşmaktan duyduğu korkuyu ve zevki anlamlı derecede etkilemediği görülmüştür. Başka bir ifadeyle, çalışanın iş arkadaşlarına güvenme ve kendisini onlara bağlı hissetme düzeyi, bilgi paylaşmaya ilişkin korku ve zevk duygularını etkilememektedir. Bu bulgu ilişkisel sermayenin subjektif norm gibi başka değişkenler aracılığıyla bilgi paylaşma niyetini etkileyebileceği düşüncesini akla getirmektedir.

Çalışanın bilgi paylaşma konusunda kendisini yeterli görme düzeyi, yani öz yetkinliği arttıkça bilgi paylaşma niyetinin de arttığı gözlenmektedir. Bu yüzden yöneticiler çalışanların bilgi paylaşma özyetkinliğini artırmak amacıyla katılımcı yönetim uygulamasına gidebilir ve onlara yönetsel destek sağlayabilir. Özellikle bilgi paylaşma konusunda özyetkinliği düşük bireylere yönelik destekleyici bir yaklaşım yararlı sonuçlar verebilir.

Çalışanın örgüte aidiyet hissetme düzeyi arttıkça bilgi paylaşmaktan duyduğu zevk de artmakta ve bu da sonuçta bilgi paylaşma niyetinin artmasına yol açmaktadır. Ancak aidiyet duygusunun bilgi paylaşmaktan duyulan korkuyu anlamlı düzeyde etkilemediği de bu çalışmada belirlenmiştir. Bu noktada örgüt yönetimlerine çalışanların aidiyet duygusunu besleyecek uygulamalara yönelmeleri önerilebilir.

Bu çalışmanın sonuçları çalışanların işle ilgili bilgilerini paylaşmalarını teşvik etmek açısından sosyo-psikolojik unsurların büyük önem taşıdığını ortaya koymaktadır. Günümüzde örgütler bilgi paylaşımını teşvik etmek amacıyla işle ilgili bilgi-iletişim teknolojilerini yüksek maliyetlerle de olsa örgüte kazandırmaktadır. Bilginin toplanması, ilgili birim ya da kişilere aktarılması, korunması vb. konularda teknolojik altyapı önemli bir kolaylaştırıcı görevi görmektedir; fakat bilgi yönetim sürecindeki tüm aşamalarda temel aktörün çalışanlar olduğu gerçeği gözden kaçırılmamalıdır. Çalışanların bilgilerini iş arkadaşlarıyla paylaşma konusunda duydukları istek, yani bilgi paylaşma niyeti özellikle yeni ve değerli bilgilerin üretilmesi açısından hayati bir role sahiptir. Dolayısıyla bu isteği artırmak amacıyla yönetim örgüt iklimine olumlu yönde etkilerde bulunmaya çalışmalıdır.

Her çalışma gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları mevcuttur. Birincisi, yapılan alan araştırması yalnızca bir ilde ve perakende sektöründe çalışan personel üzerinde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla ulaşılan bulgular yalnızca ilgili grup için geçerlidir. Gelecekteki araştırmaların çalışanlar arası bilgi paylaşımının daha önemli olduğu ve belli bir örgütte çalışma süresinin nispeten uzun olduğu sektörlerde gerçekleştirilmesi, bilgi paylaşımını etkileyen sosyo-psikolojik değişkenleri daha iyi anlamak açısından yararlı olacaktır. İkincisi, gelecekteki çalışmalarda cinsiyet, işteki pozisyon, eğitim vb. değişkenlerin bağımsız değişkenlerin etkisini biçimlendirici (moderator) bir rol oynayıp oynamadığı incelenebilir. Ayrıca örgütsel ve kişilerarası bağlamla ilgili başka değişkenler de araştırmalara dâhil edilmelidir. Yine bir toplumun kültürel değerlerinin, yani ulusal kültürün örgütsel yönetim teorilerini şekillendirdiği dikkate alındığında (Hofstede, 1994), gelecekteki çalışmalara ulusal kültüre ait değerlerin dâhil edilmesi ve farklı kültürel ortamlarda karşılaştırmalı çalışmaların yapılması motivasyonel ve bilişsel unsurların oldukça etkili olabildiği bilgi paylaşma olgusunun doğasını açıklamaya katkıda bulunabilir. Örneğin toplulukçu yönelim ve iç grup/ dış grup algısı gibi kültürel niteliklerle ilgili değişkenler çalışmalarda ele alınabilir. Üçüncüsü, boylamsal ve çalışanın bilgi paylaşma düzeyini mümkünse objektif verilerle de ölçmeye imkân verecek şekilde tasarlanacak araştırmalar yardımıyla çalışanın aktif bilgi paylaşma davranışını incelemek literatüre önemli bir katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Bagozzi, R. P., Yi, Y., 1988, "On the Evaluation of Structural Equation Model", *Journal of Academy of Marketing Science*, 16(1), p. 74-94.
- Bandura, A., 1982. "Self-Efficiency Mechanism in Human Agency", *American Psychologist*, **37** (2), p.122-147.
- Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y. G., & Lee, J. N., 2005. "Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate", *MIS Quarterly*, **29**(1), pp. 87-111.
- Cabrera, A., Collins, W. C., Saldago, J. F., 2006. "Determinants of Individual Engagement in Knowledge Sharing", *International Journal of Human Resource Management*, **17**(2), p. 245-264.
- Chow, W., S., Chan, L. S., 2008. "Social Network, Social Trust and Shared Goals in Organizational Knowledge Sharing", *Information & Management*, **45**, p. 458-465.
- Fornell, C., & Larcker, D.F., 1981. "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Errors", *Journal of Marketing Research*, **18**(2), p. 39-50.
- Goh, S., Sandhu, M., 2013. "Affiliation, Reciprocal Relationships and Peer Pressure in Knowledge Sharing in Public Universities in Malaysia", *Asian Social Science*, **9**(7), p. 290-298.

- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W., 1998. **Multivariate Data Analysis**. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Hau, Y. S., Kim, B., Lee, H., Kim, Y., 2013. "The Effects of Individual Motivations and Social Capital on Employees' Tacit and Explicit Knowledge Sharing Intentions", *International Journal of Information Management*, **33**, p. 356-366.
- Hofstede, G., 1994. "Management Scientists Are Human", *Management Science*, **40(1)**, p. 4-13.
- Hsu, M., Ju, T., Yen, C., & Chang, C., 2007. "Knowledge Sharing Behavior in Virtual Communities: The Relationship Between Trust, Self-Efficacy, and Outcome Expectation", *Journal of Human-Computer Studies*, **65**, p. 153-169.
- Hung, S. Y., Durcikova, A., Lai, H. N., & Lin, W. M., 2011. "The Influence of Intrinsic and Extrinsic Motivation on Individuals' Knowledge Sharing Behaviour", *International Journal of Human-Computer Studies*, **69**, p. 415-427.
- Husted, K., & Michailova, S., 2002. "Diagnosing and Fighting Knowledge Sharing Hostility", *Organizational Dynamics*, **31(1)**, p. 60-73.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C. Y., & Wei, K. K., 2005. "Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation", *MIS Quarterly*, **29**, p. 113-143.
- Lin, H. F., 2007. "Effects of Extrinsic and Intrinsic Motivation on Employee Knowledge Sharing Intentions", *Journal of Information Science*, **33**, p. 135-149.
- KPMG Consulting, 2000. Knowledge Management Research Report 2000, <http://www.kpmg.nl>.
- Kuo, F., Young, M., 2008. "A Study of the Intention-Action Gap in Knowledge Sharing Practices", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, **59(8)**, p. 1224-1237.
- Kwok, S. H., & Gao, S., 2005. "Attitude toward Knowledge Sharing Behaviour", *Journal of Computer Information Systems*, **46**, p. 45-51.
- Nahapiet, J.; Ghoshal, S., 1998. "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage", *The Academy of Management Review*, **23(2)**, p. 242-266.
- Renzl, B., 2008. "Trust In Management and Knowledge Sharing: The Mediating Effects of Fear and Knowledge Documentation", *Omega*, **36**, p. 206-220.
- Scott, J., 2000). "Rational Choice Theory", in G. Browning, A. Halcli, & F. Webster (Eds.), *Understanding contemporary society: Theories of the present*. Sage Publications, London, p. 126-138.
- Seba, I., Rowley, J., & Lambert, S., 2012. "Factors Affecting Attitudes and Intentions towards Knowledge Sharing in the Dubai Police Force", *International Journal of information Management*, **32**, p. 372-380.
- Tissen, R., Andriesson, D., & Deprez, L. F., 1998. **Value-Based Knowledge Management**. Addison-Wesley Longman, Amsterdam.
- Tohidinia, Z., Mosakhani, M., 2010. "Knowledge Sharing Behaviour and Its Predictors", *Industrial Management & Data Systems*, **110(4)**, p. 611-631.
- Van den Hoof, B., Huysman, M. 2009. "Managing Knowledge Sharing: Emergent and Engineering Approaches", *Information and Management*, **46**, p.1-8.
- Wasko, M. M., & Faraj, S., 2005. "Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practices", *MIS Quarterly*, **29**, p. 35-57.
- Ye, S., Chen, H. and Jin, X., 2006, "An Empirical Study of What Drives Users to Share Knowledge in Virtual Communities", in Lang, J., Lin, F. and Wang, J. (Eds), *Knowledge Science, Engineering and Management*, Springer, Berlin, p. 563-75.