

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EKONOMİ VE FİNANS ANABİLİM DALI
2018-YL-065

PSİKOLOJİK SERMAYENİN STRATEJİK BİLGİ
YÖNETİMİ UYGULAMALARINA ETKİLERİ: AMPİRİK
BİR ÇALIŞMA

HAZIRLAYAN
Başak BALLYÜREK

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ

AYDIN – 2018

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Ekonomi ve Finans Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Başak BALYÜREK tarafından hazırlanan “Psikolojik Sermayenin Stratejik Bilgi Yönetimi Uygulamalarına Etkileri: Ampirik Bir Çalışma” başlıklı tez, .../.../2018 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmzası
Başkan:		
Üye :		
Üye :		

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans tezi, Enstitü Yönetim Kurulunun tarih sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Doç. Dr. Ahmet Can BAKKALCI

Enstitü Müdürü V.

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

... / ... / 2018

Başak BALYÜREK

ÖZET

PSİKOLOJİK SERMAYENİN STRATEJİK BİLGİ YÖNETİMİ UYGULAMALARINA ETKİLERİ: AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Başak BALYÜREK

Yüksek Lisans Tezi, Ekonomi ve Finans Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ

2018, XV+ 84 sayfa

Bu çalışmanın temel amacı bankalarda psikolojik sermayenin stratejik bilgi yönetimi uygulamalarına etkilerinin araştırılmasıdır. Bu amaçla, özel sektör bankalarında Psikolojik Sermaye Ölçeği (PSÖ) ve Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği'ni (BYSÖ) içine alan bir anket çalışması yürütülmüştür. Çalışmanın örneklemini evren içerisinde “basit rastgele örnekleme” yöntemi kullanılarak seçilen toplam 213 çalışan oluşturmuştur.

Çalışma sonucunda katılımcıların PSÖ ortalaması $4,06 \pm 0,71$ olarak bulunmuştur. Alt boyutlarda ise özyeterlik ortalaması $4,38 \pm 0,76$; dayanıklılık ortalaması $4,15 \pm 0,78$; iyimserlik ortalaması $3,98 \pm 0,89$ ve güven ortalaması $3,74 \pm 1,00$ olarak tespit edilmiştir. BYSÖ ortalaması ise $3,71 \pm 0,83$ olarak bulunmuştur. Alt boyutlarda ise stratejik bilgi seçimi alt boyutu ortalaması $3,59 \pm 0,97$; bilginin uygulanması alt boyutu ortalaması $3,82 \pm 0,91$ olarak tespit edilmiştir. Bu ortalamalara göre her iki ölçek ve bunların alt boyutlarında katılım düzeyi ortalaması “kısmen katılıyorum” olmuştur. Yani ortalamalar iyi düzeydedir.

Ayrıca, psikolojik sermaye ve bilgi yönetimi arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Stratejik bilgi yönetimi uygulamalarındaki değişimin %36,3'ünün psikolojik sermayeden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Bunun yanında, özyeterlik, dayanıklılık, iyimserlik ve güven alt boyutları ile stratejik bilgi seçimi ve bilginin uygulanması alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Sonuçlar özellikle bankacılık sektörüne ne şekilde rekabet üstünlüğü sağlayabileceği bakımından kapsamlı bir biçimde ortaya konulmuştur.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Psikolojik Sermaye, Stratejik Bilgi Yönetimi, Bankacılık.

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL ON STRATEGIC INFORMATION MANAGEMENT PRACTICES: A EMPIRICAL STUDY

Başak BALYÜREK

MSc Thesis at Finance

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ

2018, XV+ 84 pages

The main objective of this study is to investigate the effects of psychological capital on strategic information management practices in banks. For this purpose, a survey including the Psychological Capital Scale (PsyCap) and the Strategic Information Management Scale (SIS) was carried out in the private sector banks,. A total of 213 employees were selected from the population using “simple random sampling” method.

As a result of the study, the PsyCap average of the participants’ was found to be 4.06 ± 0.71 . In the sub-dimensions, the self-efficacy average was 4.38 ± 0.76 ; strength average 4.15 ± 0.78 ; the optimism average was 3.98 ± 0.89 and the confidence average was 3.74 ± 1.00 . Also, the SIS average was 3.71 ± 0.83 . In the sub-dimensions, the strategic information selection sub-dimension average was 3.59 ± 0.97 ; the average of the application of knowledge sub-dimension was 3.82 ± 0.91 . According to these averages, the average level of participation in both scales and their sub-dimensions was “partly agree”. So the average is good.

In addition, it has been found that there is a significant relationship between psychological capital and knowledge management. It is possible to say that 36.3% of the change in strategic information management practices comes from psychological capital. In addition, it has been determined that there is a significant relationship between self-efficacy, strength, optimism, confidence sub-dimensions and strategic information selection and application of knowledge sub-dimensions. The results have been laid out in a comprehensive manner, particularly in terms of how the banking sector can provide competitive advantage.

KEYWORDS: Psychological Capital, Strategic Information Management, Banking.

ÖNSÖZ

Tezimin ortaya çıkışı aslında psikolojik sermaye kavramına olan ilgim ile şekillendi. Her şeyin mühim noktası başlangıçtı dedim ve Psikolojik Sermaye kavramı üstünde çalışmaya başladım. Kavram nedir diye araştırmaya başladıkça bu konuya olan hayranlığım daha da arttı. Literatürde yapacağım çalışmanın bir örneği yoktu bu beni daha da heveslendirdi.

İnsanı konu alan ona değer katacak, pozitif düşündürecek ne varsa bu çalışmaya koymalı ve bilimsel anlamda bir katkı sağlamam gerekli diye düşündüm. Beğendiğim bir söz var; Dünyada yeteneksiz insan yoktur. Sadece iyi eğitilmemiş ve iyi yönlendirilmemiş insanlar vardır. Bu çalışmamla literatüre, herhangi bir kişiye veya kuruma naçizane bir katkım olduysa ne mutlu bana.

Bu çalışmanın yapılmasında emeği geçen kıymetli zamanını bana ayıran danışman hocam; Prof.Dr Hüseyin YILMAZ’a, tezimin ortaya çıkışına katkı sağlayan hiçbir zaman desteğini benden esirgemeyen benim güç kaynağım babam Muharrem BALYÜREK, desteklerini her şekilde hissettiren değerli annem Şirin BALYÜREK ve kardeşim Burcu Sıla BALYÜREK’e teşekkür ederim.

Başak BALYÜREK

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
TABLolar DİZİNİ.....	xii
EKLER DİZİNİ	xiv
KISALTMALAR DİZİNİ	xv
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM	3
1. PSİKOLOJİK SERMAYE	3
1.1. Psikolojik Sermaye	3
1.1.1. Psikolojik Sermaye Kavramı ve Tanımı	3
1.1.2. Psikolojik Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	6
1.1.3. Psikolojik Sermayenin Önemi	7
1.1.4. Psikolojik Sermayenin Boyutları ve Kapsamı	9
1.1.5. Psikolojik Sermayenin Özellikleri	13
1.1.6. Psikolojik Sermayenin Şirket Performansına Etkileri	14
1.1.7. Psikolojik Sermayenin Geliştirilmesi ve Yönetimi Süreci	16
2. BÖLÜM	18
2. STRATEJİK BİLGİ YÖNETİMİ.....	18
2.1. Bilgi ve Bilgi Yönetimi Kavramları	18
2.1.1. Bilgi Türleri	20
2.1.2. Bilgi Yönetimi Kavramı	21
2.1.3. Bilgi Yönetiminin Amaç ve Boyutları.....	24

2.1.4. Bilgi Yönetiminin Alt Yapısı.....	27
2.1.5. Bilgi Yönetimi Perspektifleri.....	28
2.1.5.1. Bilgi yönetimi ve enformasyon	28
2.1.5.2. Bilgi yönetimi ve insan kaynakları	29
2.1.5.3. Bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenme	30
2.1.6. Bilgi Yönetiminden Beklenen Faydalar	32
2.1.7. Etkin Bilgi Yönetiminde Karşılaşılan Engeller	34
2.2. Stratejik Yönetim.....	36
2.2.1. Stratejik Yönetim Süreci.....	38
2.3. Stratejik Bilgi ve Stratejik Bilgi Yönetimi	40
2.3.1. Stratejik Bilgi.....	40
2.3.2. Stratejik Bilgi Yönetimi.....	42
2.3.2.1. Stratejik bilgi yönetimi süreci.....	43
2.3.3. Stratejik Bilgi Yönetiminin Rekabet Performansına Etkileri	48
3. BÖLÜM	50
3. YÖNTEM	50
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	50
3.2. Evren ve Örneklem	51
3.3. Verilerin Toplanması	51
3.3.1. Geçerlik.....	52
3.3.2. Güvenirlik	55
3.4. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler	56
4. BÖLÜM	57
4. BULGULAR	57
4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular.....	57
4.2. Ölçek Bulgularına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	59
4.2.1. Ölçek ve Alt Boyut Ortalamaları	59

4.2.2. Psikolojik Sermaye Ölçeği Madde Ortalamaları	59
4.2.3. Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği Madde Ortalamaları	61
4.3. Psikolojik Sermayenin Stratejik Bilgi Yönetimi Uygulamalarına Etkisi	62
4.3.1. Psikolojik Sermayenin Bilgi Yönetimi Uygulamalarına Genel Etkisi	63
4.3.2. Özyeterliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi.....	64
4.3.3. Özyeterliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi.....	65
4.3.4. Dayanıklılığın Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi	66
4.3.5. Dayanıklılığın Bilginin Uygulanmasına Etkisi.....	67
4.3.6. İyimserliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi	68
4.3.7. İyimserliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi	69
4.3.8. Güvenin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi.....	70
4.3.9. Güvenin Bilginin Uygulanmasına Etkisi	71
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	73
6. KAYNAKLAR.....	77
7. EKLER	83
ÖZGEÇMİŞ	84

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Çeşitli Sermaye Türleri	4
Şekil 1.2. Psikolojik Sermayeyi Oluşturan Özellikler	5
Şekil 1.3. Psikolojik Sermayenin Önemi.....	7
Şekil 2.1. Verinin Bilgiye Dönüşümü	19
Şekil 2.2. Bilgi Türleri.....	20
Şekil 2.3. Bilgi Yönetiminin Boyutları.....	27
Şekil 2.4. Bilgi Yönetimi ve Örgütsel Öğrenme Arasındaki İlişki.....	32
Şekil 2.5. Stratejik Bilgi Yönetimi Aşamaları/Süreci	43
Şekil 2.6. Stratejik Bilgi Analizi.....	45
Şekil 2.7. Stratejik Yönetim ile Stratejik Bilgi Yönetimi Süreci Arasındaki Etkileşim.....	47
Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli	50
Şekil 4.1. Katılımcıların Cinsiyet ve Yaş Grubuna Göre Detaylı Dağılımı	58
Şekil 4.2. Psikolojik Sermaye ve Bilgi Yönetimi Uygulamaları Arasındaki Genel İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu	64
Şekil 4.3. Özyeterlik ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	65
Şekil 4.4. Özyeterlik ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	66
Şekil 4.5. Dayanıklılık ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	67
Şekil 4.6. Dayanıklılık ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	68
Şekil 4.7. İyimserlik ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	69
Şekil 4.8. İyimserlik ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	70
Şekil 4.9. Güven ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	71
Şekil 4.10. Güven ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu.....	72

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Psikolojik Sermaye Boyutlarının Yönleri ve Katkıları	13
Tablo 2.1. Bilginin Sahip Olması Gereken Nitelikler	20
Tablo 2.2. Bilgi Yönetimi Uygulamalarında Karşılaşılan Engeller	35
Tablo 3.1. Araştırmamızda Kullanılan Ölçekler ve Madde Sayıları	52
Tablo 3.2. Faktör Analizi Sonuçları	52
Tablo 3.3. Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Faktör Yapısı	53
Tablo 3.4. Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeğinin Faktör Yapısı.....	53
Tablo 3.5. Psikolojik Sermaye Ölçeği Maddelerinin Faktör Yükleri ve Yer Aldıkları Alt Boyutlar	54
Tablo 3.6. Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği Maddelerinin Faktör Yükleri ve Yer Aldıkları Alt Boyutlar	55
Tablo 3.7. Güvenirlik Sonuçları	55
Tablo 4.1. Katılımcıların Cinsiyet, Medeni Durum, Yaş ve Eğitim Durumu Özellikleri	57
Tablo 4.2. Katılımcıların Mesleki Deneyim ve Kurumdaki Pozisyon Özellikleri	58
Tablo 4.3. Bilgi Yönetimi Stratejisi ve Psikolojik Sermaye Ölçeği Ortalamaları.....	59
Tablo 4.4. Psikolojik Sermaye Ölçeği Özyeterlik Alt Boyutu Madde Ortalamaları	60
Tablo 4.5. Psikolojik Sermaye Ölçeği Dayanıklılık Alt Boyutu Madde Ortalamaları.....	60
Tablo 4.6. Psikolojik Sermaye Ölçeği İyimserlik Alt Boyutu Madde Ortalamaları	61
Tablo 4.7. Psikolojik Sermaye Ölçeği Güven Alt Boyutu Madde Ortalamaları	61
Tablo 4.8. Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği Stratejik Bilgi Seçimi Alt Boyutu Madde Ortalamaları	62
Tablo 4.9. Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği Bilginin Uygulanması Alt Boyutu Madde Ortalamaları	62
Tablo 4.10. Psikolojik Sermayenin Bilgi Yönetimi Uygulamalarına Genel Etkisi.....	63
Tablo 4.11. Özyeterliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi	64
Tablo 4.12. Özyeterliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi	65
Tablo 4.13. Dayanıklılığın Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi	66
Tablo 4.14. Dayanıklılığın Bilginin Uygulanmasına Etkisi	67

Tablo 4.15. İyimserliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi.....	68
Tablo 4.16. İyimserliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi.....	69
Tablo 4.17. Güvenin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi	70
Tablo 4.18. Güvenin Bilginin Uygulanmasına Etkisi.....	71



EKLER DİZİNİ

Ek 1. Araştırmada Kullanılan Anket	83
--	----



KISALTMALAR DİZİNİ

%	: Yüzde
AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
H	: Hipotez
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
N	: Birim Sayısı
Ort.	: Ortalama
p	: Olasılık Değeri
PSÖ	: Psikolojik Sermaye Ölçeği
r	: Pearson Korelasyon Katsayısı
r^2	: Determinasyon Katsayısı
SBYÖ	: Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği
SN	: Sıra Numarası
Ss.	: Standart Sapma
t	: t testi değeri
TDK	: Türk Dil Kurumu

GİRİŞ

Başarıya giden yolda umutlu olmak, bugün ve gelecekte başarılı olma noktasında iyimser olmak, zor işlerin üstesinden gelecek gayrete ve öz yeterliliğe sahip olmak ve problemlerle dolu ortamlarda psikolojik dayanıklılığa sahip olmak olarak tanımlanan psikolojik sermaye, pozitif psikoloji ve pozitif örgütsel davranış araştırmaları ile birlikte 2000’li yılların başında ortaya çıkmış önemli bir kavramdır. Psikolojik sermayenin ortaya çıktığı yaklaşık 15 yıllık süre içerisinde konu ile ilgili çok sayıda çalışma yapılmış ve bunlara sürekli olarak yenileri eklenmektedir. Bugün psikolojik sermaye örgütler için sürdürülebilir büyüme, yüksek performans ve rekabet üstünlüğü gibi önemli avantajlar getirmektedir. Bu nedenle, örgütler büyümek ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek için çalışanlarının psikolojik sermayelerine yatırım yapmaktadırlar.

Bir kavram olarak bilgi de geçmişten günümüze dek üzerinde durulan ve toplumlara etkisi araştırılan bir kavramdır. Ayrıca, işletme stratejisini destekleyen herhangi bir işletme faaliyetinin temel elemanı ve kritik kaynağıdır. Ancak, bilginin bir anlam ifade etmesi ve “tam bir bilgi” olarak değerlendirilmesi için doğruluk, uygunluk, noksansızlık, denetlenebilirlik, kısalık, zamanlılık, güncellik ve ekonomiklik gibi bazı niteliklere sahip olması gerekmektedir. Kısaca her türlü örgütün işletilmesi sürecinde bilginin etkin olarak sağlanması, örgüt içerisinde bilgi ağları arasında düzen olması ve yönetimin düzenli bir bilgi ağı olmasını ifade eden bilgi yönetiminin sağlıklı bir biçimde tesis edilmesi gerekmektedir.

Ayrıca, bugün işletmeler hem gelişen ve değişen pazar koşullarında ve piyasada kendilerine sağlam bir yer edinmek hem de rakiplerine karşı fark oluşturmak amacıyla bilgiye ve onun stratejik yönetimine ihtiyaç duymaktadırlar. İşletmelerin iç ve dış çevreden beslenerek oluşturdukları enformasyonun; işletmenin rekabet ortamında işine yarayacak şekilde kullanılması için stratejik bilgiye dönüşmesi sürecinin yönetimini kapsayan stratejik bilgi yönetiminin doğru şekilde yapılması her zamankinden daha önemli bir hale gelmiştir. Çünkü stratejik bilgi, işletmenin rekabet ortamında hedeflediği noktaya gelmesine yardımcı olma gibi çok çeşitli avantajlar sağlamaktadır.

Banka işletmeleri günümüzün rekabetçi dünyasında ayakta kalabilmek adına yenilikçi düşünebilmeli ve rekabetçi stratejiler geliştirip onlara uyum sağlayacak şekilde esnekleştirilmelidir. Bunu başarmak için yapılabilecek çalışmalardan birisi çalışanlarının psikolojik sermayeleri ile stratejik bilgi yönetimi üzerinde yenilikçi çalışmalar

yürütülmesidir. Bu nedenle, literatürde benzer bir çalışma olmamasından da hareketle bu çalışmanın yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Çalışmanın alanyazında önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı bankalarda psikolojik sermayenin stratejik bilgi yönetimi uygulamalarına etkilerinin araştırılmasıdır. Bu amaçla, özel sektör bankalarında bir anket çalışması yürütülmüş ve elde edilen sonuçlar özellikle bankacılık sektörüne ne şekilde rekabet üstünlüğü sağlayabileceği bakımından kapsamlı bir biçimde ortaya konulmuştur. Bu bağlamda çalışma iki bölümden oluşmuştur. Birinci ve ikinci bölümlerde psikolojik sermaye ve stratejik bilgi yönetimine ilişkin teorik çerçeveye yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemine, dördüncü bölümde psikolojik sermayenin stratejik bilgi yönetimi uygulamalarına etkilerine yönelik bulgularına ve beşinci bölümde sonuçlarına yer verilmiştir.

1. BÖLÜM

1. PSİKOLOJİK SERMAYE

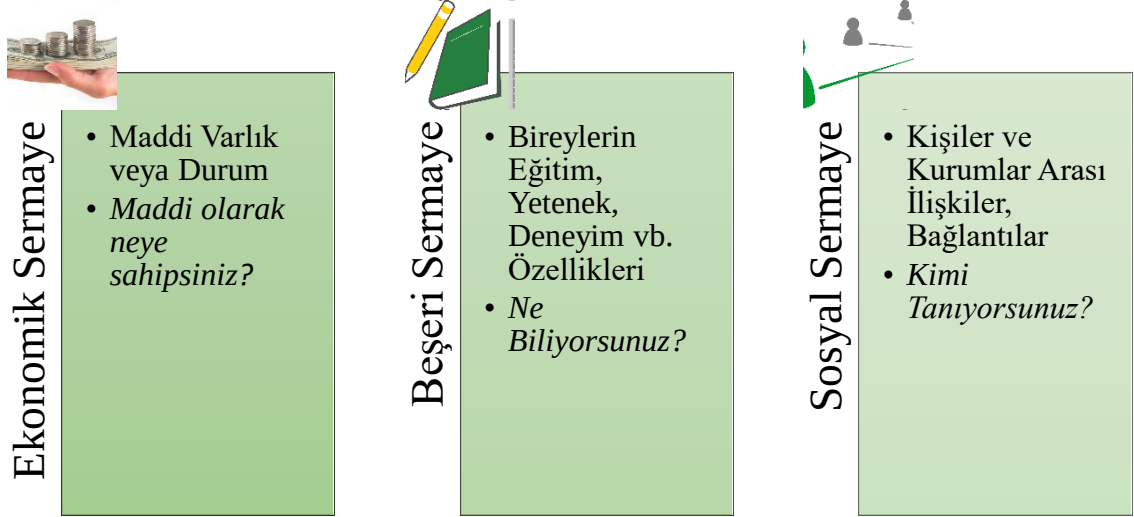
Bu bölümde, bu çalışmanın ana konusunu oluşturan psikolojik sermayeye ilişkin teorik bilgiler verilerek konu ile ilgili altyapı oluşturulmak istenmiştir. Bunun için ilk olarak sırasıyla, psikolojik sermaye kavramı ve tanımı, psikolojik sermaye kavramının ortaya çıkışı ve gelişimi, önemi, boyutları ve kapsamı, özellikleri ve geliştirilmesi ve yönetimi süreci gibi başlıklar altında psikolojik sermaye üzerinde durulmuştur.

1.1. Psikolojik Sermaye

1.1.1. Psikolojik Sermaye Kavramı ve Tanımı

Psikolojik sermaye, sözcük yapısı itibarı ile “psikolojik” ve “sermaye” kavramlarının bir araya getirilmesi ile oluşturulmuş bir kavramdır. Dolayısıyla en basit anlatımla bir çeşit sermayeyi tanımlamaktadır. Bu nedenle, öncelikle sermayenin ne olduğu üzerinde durmak yerinde olacaktır. Sermayenin kelime anlamı, “belirli bir ihtiyaç için kullanılabilir varlık ve kaynakların değeri” (Uygungil, 2017), “gelir yaratma yeteneğine sahip ulusal veya uluslararası düzeyde her türlü mali veya fiziksel varlık” veya “birden çok dönemde kullanılan, emeğin verimliliğini artıran her türlü araç gereç” (TDK, 2017) şeklinde açıklanmaktadır. Yapılan bu tanımlardan yola çıkarak sermaye; gereksinim duyulduğunda kullanılabilir durumda olan ve gelir, emek vb. önemli getiriler sağlama potansiyeli bulunan bir kavram olarak öne çıkmaktadır.

Geniş bir kelime anlamı olmasından dolayı sermaye, zaman içerisinde daha çok maddi varlık ve durumu açıklayan bir kavram olmaktan çıkmış ve çeşitli kelimeler ile birlikte kullanılarak farklı sermaye türlerini ifade eden bir kavram haline gelmiştir (Uygungil, 2017). Maddi varlık ve durum “ekonomik veya fiziksel sermaye” kavramı ile tanımlanırken; bireylerin eğitim, yetenek, deneyim vb. özellikleri “beşerî sermaye veya insan sermayesi” olarak tanımlanmıştır. Böylece, insana yatırım yapmanın önemi üzerinde durularak bunun önemli bir sermaye türü olduğuna dikkat çekilmiştir (Doğan ve Şanlı, 2003). Bunun yanında, kişiler veya kurumlar arası güvene dayalı ilişkileri ve bağlantıları ifade eden “sosyal sermaye” kavramı ortaya çıkmış, sosyal sermayenin toplumun ve örgütlerin üretkenliğini arttıran oldukça önemli bir kavram olduğu üzerinde durulmaya başlanmıştır (Karagül ve Masca, 2005) (Şekil 1.1).



Şekil 1.1. Çeşitli Sermaye Türleri

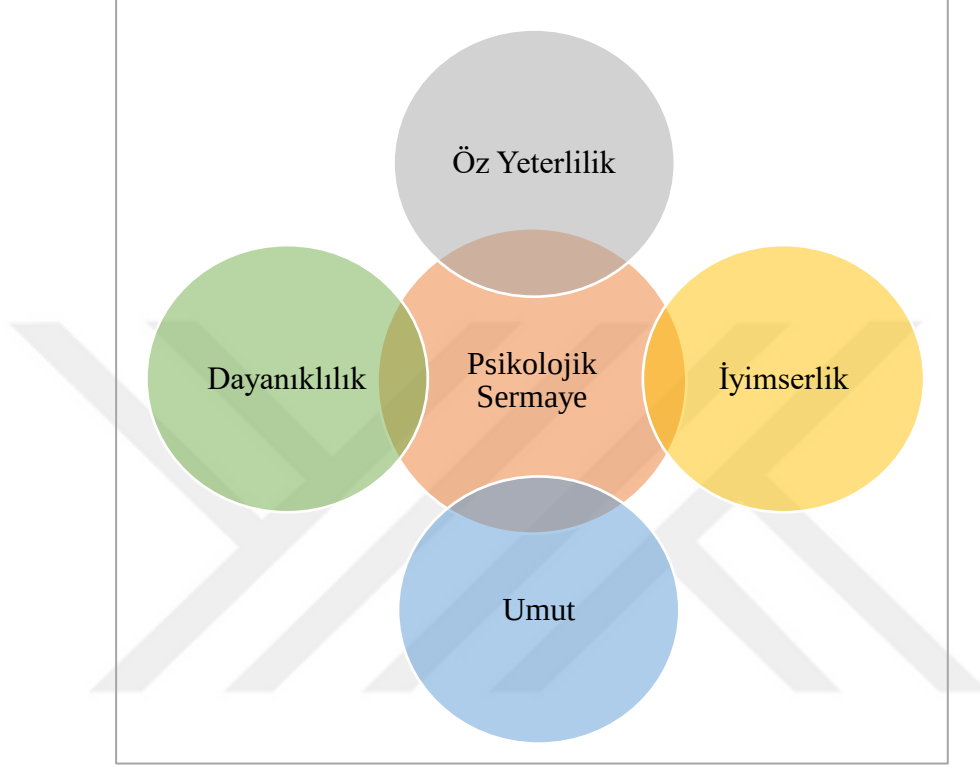
Bir kavram olarak psikolojik sermaye, farklı sermaye türlerini tanımlamak için kullanılmakta olan ekonomik sermaye, beşerî sermaye ve sosyal sermaye gibi kavramlara benzer bir kavramdır. Ancak, bu kavramlar arasında en yenisi olma özelliğine sahiptir ve bunların tamamından oldukça farklıdır (Yetiş, 2016). Pozitif psikolojinin araştırmaları sonucu ortaya çıkmış olmasından (Luthans, 2002: 58) ve bir dizi kişisel özelliği kapsamasından dolayı “psikolojik sermaye” olarak adlandırılan kavram kısaca bireylerin pozitif yani olumlu psikolojik özelliklerine dayalı olarak ortaya çıkan kullanılabilir varlıklar yani sermayeyi tanımlamak için kullanılmaktadır. Dolayısıyla, bireyin psikolojisinin olumlu yönde gelişme durumu ile güçlü ve olumlu yanlarının ortaya çıkarılması üzerinde çalışmaktadır (Basım ve Çetin, 2012: 122).

Psikolojik sermayenin ne olduğunu tam olarak açıklayabilmek için, pozitif örgütsel davranış akımı doğrultusunda şekillenen bir içeriğe sahip olmasından ve çeşitli özellikleri içinde barındırmasından dolayı kapsamlı bir tanım yapılması gerekmektedir. Bu nedenle, psikolojik sermaye en kapsamlı olacak şekilde;

- Zorlu görevleri başarmak için gerekli çabayı gösterebileceğine güvenme yani özgüvene sahip olma (Öz yeterlilik),
- Şimdi ve gelecekte başarılı olmaya dair olumlu beklenti (iyimserlik),
- Hedeflere ulaşmak için azim gösterme ve gerektiğinde hedefe ulaşmak için başka yollar deneme (umut),

- Zorluklar ve sıkıntılar karşısında ayakta kalabilme ve her şeye rağmen başarıya ulaşma (dayanıklılık)

özellikleri ile açıklanabilen bireyin gelişimine dair olumlu psikolojik durum olarak tanımlanmıştır (Luthans et al. 2007) (Şekil 1.2).



Şekil 1.2. Psikolojik Sermayeyi Oluşturan Özellikler

Dolayısıyla psikolojik sermaye, belirtilen durumsal faktörlerin hepsini bünyesinde barındıran birleşik ve sinerjik bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörlerin hepsi kişilik özellikleri gibi sabit ve değiştirilemez olmayıp değiştirilebilir ve geliştirilebilir faktörlerdir (Erdem, Gökmen ve Türen, 2015). Bu nedenle psikolojik sermaye, psikologlar tarafından bireysel verimlilik ve performansa katkı sağlayan özellikler olarak tanımlanmaktadır (Gohel, 2012: 35)

Başka bir tanıma göre ise psikolojik sermaye; başarıya giden yolda umutlu olmak, bugün ve gelecekte başarılı olma noktasında iyimser olmak, zor işlerin üstesinden gelecek gayrete ve öz yeterliliğe sahip olmak, problemlerle dolu ortamlarda psikolojik dayanıklılığa sahip olmaktır (Pauramini ve Fayyazi, 2015: 57). Avey et al. (2008) tarafından ise zorlu görevlerin üstesinden gelmek için inanca sahip olma; şimdi veya gelecekte başarılı olacağına dair pozitif beklenti; zorlu amaçların üstesinden gelme, başarıyı devamlı kılmak

için problemlerin üstesinden gelmeye dair bireyin pozitif psikolojik durumu olarak açıklanmaktadır.

1.1.2. Psikolojik Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Psikolojik sermaye kavramı, insanları mekanik bir varlık olarak gören ve sadece mutsuz insanları inceleme konusu yapan negatif psikolojinin yanı sıra çalışanların tanınarak onların güçlü taraflarını ortaya çıkaran ve yeteneklerinden üst düzeyde faydalanmasını sağlayan pozitif psikoloji ve pozitif örgütsel davranış araştırmaları ile birlikte 2000'li yılların başında ortaya çıkmıştır (Begenirbaş ve Turgut, 2016). İlk olarak Luthans ve arkadaşları tarafından gündeme getirilen ve başlangıç noktasını pozitif psikoloji ve pozitif örgütsel davranış yaklaşımlarından alan psikolojik sermaye (Açan, 2015), çalışma hayatının gelişimi için insan kaynağının, güçlü yönleri ve psikolojik durumları üzerinde yapılan çalışmalar sonucunda ortaya çıkmış pozitif yönlü bir kavramdır (Özdemir ve Özgüner, 2016). Dolayısıyla, psikolojik sermaye kavramı pozitif örgütsel davranış ve pozitif psikoloji alanındaki olumlu duyguları içerisinde barındıran bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Erkmen ve Esen, 2013)

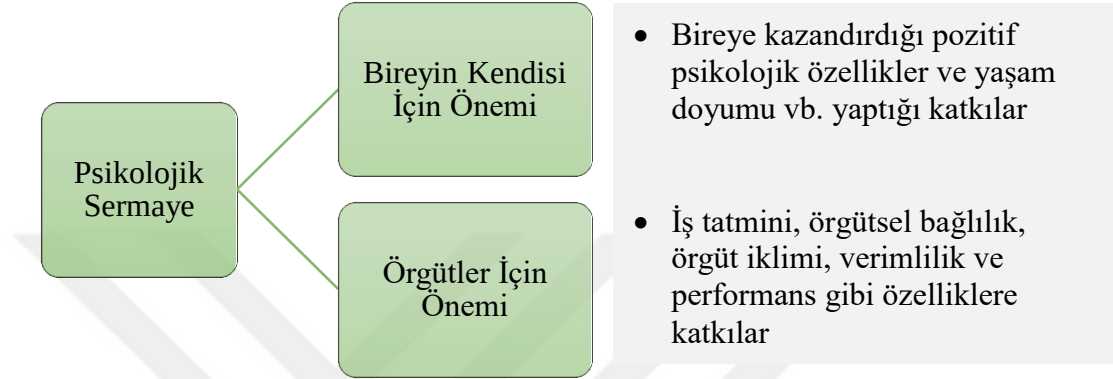
2004 yılında, Luthans ve arkadaşları, pozitif psikoloji ve pozitif örgütsel davranış kavramlarından hareketle ekonomik, sosyal ve insan sermayelerini analiz ederek ve bu kavramların özelliklerini ortaya koyarak, bireylerin pozitif güçlerine odaklanan psikolojik sermaye kavramını ortaya koymuşlardır (Zhao ve Hou, 2009: 35). Böylece psikolojik sermayenin yönetilebilir, geliştirilebilir ve ölçülebilir olduğunu tespit etmiş ve 2005 yılında psikolojik sermayenin, bireylerin hedeflenen amaçlar doğrultusunda rekabet avantajı elde edebilmelerine ilişkin, ekonomik, sosyal sermayenin ve insan sermayesinin ötesinde bir kavram olduğunu ortaya koymuşlardır. 2007 yılında ise psikolojik sermayenin kapsamlı tanımını yapmışlardır (Zhao ve Hou, 2009: 36).

Psikolojik sermayenin ortaya çıktığı yaklaşık 15 yıllık süre içerisinde konu ile ilgili yüzlerce makale ve kitap bölümü yayınlanmıştır. Bugün dünyanın pek çok ülkesindeki araştırmacılar psikolojik sermaye ile ilgili çalışmalar yürütmektedirler. Psikolojik sermaye giderek daha fazla araştırmaya konu olmaktadır. Psikolojik sermayeyi konu edinen araştırma sayısı ülkemizde sınırlı olmakla birlikte, küresel iş dünyasında çalışanların olumsuzluklarına odaklanmak yerine onların pozitif davranışlarına odaklanarak bunu

verimliliğe dönüştürebilme amacı taşıyan kurum ve yönetici sayısı gittikçe artmaktadır (Keleş, 2011).

1.1.3. Psikolojik Sermayenin Önemi

Psikolojik sermayenin önemini bireyin kendisine sağladığı faydalar ve örgütlere sağladığı faydalar olmak üzere iki ana boyutta ele almak mümkündür (Şekil 1.3).



Şekil 1.3. Psikolojik Sermayenin Önemi

Öncelikle psikolojik sermaye, temelleri insanın güçlü yönlerine odaklanan pozitif psikoloji paradigmasına dayanması ve dolayısıyla pozitif davranış kriterlerine bağlı özellikler içermesinden dolayı bireye başta kendine güvenme, gerçeğe iyimser bakma, hedeflerine ulaşmak için azimli ve umutlu olma ve bunları yaparken her zaman ayakta durma için çaba gösterme gibi çeşitli özellikler kazandırmasından dolayı bireyler için önem ifade etmektedir. Çünkü, bunlar ile birlikte kişi iç yaşamını denetleyerek kapasitesini ortaya çıkarmakta ve geliştirmekte, böylece psikolojik, fiziksel ve sosyal iyi olma hali, mutluluk ve yaşam memnuniyetine ulaşmaktadır (Göcen, 2002).

Psikolojik sermayenin yüksek olması diğer taraftan kısaca “psikolojik iyi oluş” olarak tanımlanan kişinin kendisi ile ilgili olan algılarının olumlu olmasını, kendisinden memnun olmasını, çevredeki diğer kişilerle güvenilir ve samimi ilişkiler geliştirmesini, hayat ile ilgili amacının ve hayatının anlamının olmasını, sınırlarının bilincinde olmasını ve bu potansiyeli geliştirmeye çabalamasını sağlamaktadır (Keyes, Shmotkin ve Ryff, 2002). Böylece, “bir insanın istedikleri ile elde ettiklerinin karşılaştırılmasıyla oluşan bir sonuç” olarak açıklanan yaşam doyumuna katkı sağlanmaktadır.

Diğer taraftan özellikle öz yeterlik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık bakımından kendini denetleyen ve geliştiren çalışanların varlığı örgütlere çok önemli faydalar sağlamaktadır. Buna göre, çalışanları yüksek psikolojik sermayeye sahip olan örgütlerde;

- Çalışanların psikolojik iyi oluş düzeyleri yükselmektedir,
- Çalışanların iş tatminleri artmaktadır,
- İşe bağlılık ve örgütsel bağlılık artmaktadır,
- Örgüt iklimi pozitif bir havaya bürünmektedir,
- İşten ayrılma niyeti azalmaktadır,
- Performans artmaktadır.

Zira psikolojik iyi oluş, iş tatmini, örgüt iklimi, işten ayrılma niyeti, mesleki tükenmişlik, performans gibi kavramlar birbirine neden sonuç ilişkisi ile bağlı olan olgulardır ve bunların tamamının olumlu olabilmesi psikolojik sermayeye bağlıdır. Psikolojik sermayesi yüksek olan çalışanlar yapmış oldukları işe karşı olumlu duygular besleyecek ve böylece iş tatminleri artacaktır. Bu durum aynı zamanda örgüt ikliminin pozitif etkilenmesini sağlayacak ve sonuç olarak verimlilik ve performans artacaktır (Açan, 2015).

Bugün çalışanların iş performansı dolayısıyla verimliliklerinin artırılması tüm dünyada üzerinde önemle durulan konulardan birisidir. Çünkü çalışanlar kendilerini işe ait hissetmedikleri, psikolojik tatmin yaşamadıkları ve çeşitli sorunlar yaşadıklarında yapılan işin veriminde azalma meydana gelmektedir. Ayrıca, çalışanlar mevcut kabiliyetlerini ortaya koyamamaktadırlar. Başlangıçta mevcut kabiliyetlerini ortaya koyamama şeklinde başlayan bu duygu ve davranışlar sonrasında umursamamaya dönmekte ve sonuç olarak hem işyerinin hem de çalışanın verimliliğini düşürmekte hatta sağlıksız bir topluma yol açmaktadır (Açan, 2015).

Ayrıca, çalışanların ve iş yerinin verimliliklerinin azalması, mesleki tükenmişlik duygusunun artması, isteksizlik, işe gelmeme sayısındaki artış çalışanlar arasındaki ilişkilerin zayıflamasına yol açmakta ve örgütsel yapı zayıflayarak iç ve dış çok çeşitli problemler ile mücadeleye gereksinim duyulmasına neden olarak üretim maliyetlerini arttırmaktadır. Bu nedenle, örgütler potansiyel problemlerin tespiti ve çözümü için önemli miktarlarda harcamalar yapmaktadırlar (Şenturan ve Kamitoğlu, 2007).

Dolayısıyla, psikolojik sermaye bir anlamda sosyal sermaye ve insan sermayesinin ötesine geçerek örgütler için sürdürülebilir büyüme, yüksek performans ve rekabet üstünlüğü gibi önemli avantajlar getirmektedir (Newman, vd., 2014). Bu nedenle, örgütler büyümek ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek için çalışanlarının psikolojik sermayelerine yatırım yapmaktadırlar.

1.1.4. Psikolojik Sermayenin Boyutları ve Kapsamı

Psikolojik sermaye, Luthans ve arkadaşları (2007) tarafından yapılan tanımında da belirtildiği üzere kendine güvenme, olumlu beklenti, umutlu olma ve sıkıntılar karşısında ayakta kalabilme olmak üzere dört önemli psikolojik özelliğin birleşiminden meydana gelen psikolojik durum olarak açıklanmaktadır. Dolayısıyla psikolojik sermayenin dört ana boyutu bulunmaktadır (Avey vd., 2008). Bunlar;

- Bireyin işi ile alakalı her türlü konuda gerekli çabayı göstereceği konusunda kendine güvenmesi (öz yeterlilik),
- Bulunduğu zaman diliminde ve gelecekte başarılı olmak için olumlu düşüncelere ve yaklaşıma sahip olması (iyimserlik),
- Hedeflenen amaçlara ulaşmak için beklenti içinde bulunması (umut) ve
- Sıkıntılar ve aksilikler karşısında direnme ve sağlam duruşunu göstermesi (dayanıklılık) olarak tanımlanmaktadır (Çetin ve Basım, 2012).

Psikolojik sermayenin boyutlarından ilki olan öz yeterlik, en kısa anlatımla “bireyin bir işi yapabileceğine dair inancıdır”. Bireylerin hedeflerini gerçekleştirmek için sahip olduğu kendine güveni temsil etmektedir (Akbaba, 2016). Kavram, 1980’li yıllarda ünlü psikolog Albert Bandura ve arkadaşları tarafından ortaya atılan Sosyal Bilişsel Teori içerisinde yer almış ve 1994’te “bireyin, üstlendiği görevleri yerine getirme sürecinde koşullar çok zorlayıcı ve usandırıcı olsa bile bu zor koşullarla başa çıkmak için ne kadar çaba sarf etmesi gerektiği ve bu çabayı ne zamana kadar sürdürmesi gerektiği konusundaki bilgisi ve bu noktadaki kararlılığı” olarak tanımlanmıştır (Bandura, 2012).

Bandura’ya göre öz yeterlilik: insanların nasıl düşüneceğine, hissedeceğine, kendilerini motive edeceğine ve davranışlarına etki etmektedir (Bandura, 2012). Dolayısıyla, öz yeterliği yüksek olan bireyler bir işi yapabileceklerine yönelik olarak daha

inançlıdırlar ve pes etmeyerek zorluklarla başa çıkmaya çabalarlar. Bunun sonucunda da daha yüksek performans ve motivasyona sahip olurlar (Robbins, 2001).

Bandura'ya (2012) göre öz yeterliği yüksek olan bireyler;

- Herhangi bir zorlukla karşılaştıklarında görevden geri durma ya da kaçınma yerine göreve talip olarak zorluklarla mücadele yolunu seçerler,
- Aldıkları görevi yerine getirmede samimi ve isteklidirler,
- İçinde yer aldıkları örgütün hedeflerini içselleştirerek örgüt ile güçlü bağlar oluştururlar,
- Motivasyonlarını kaybetmezler ve devamlılıklarını bırakmazlar,
- Başarı ve refah seviyelerini arttırırlar,
- Başarısızlık durumunda çok kısa sürede toparlanırlar, çözümüne odaklanırlar ve alternatif yollar bulurlar,
- Soğukkanlılıklarını korurlar,
- Daha az stres sahibi olurlar,
- Daha az depresyon riski taşırlar,
- Daha başarılı olurlar.

Luthans ve arkadaşlarına (2006) göre ise öz yeterliliği yüksek olan kişilerin beş temel özelliği vardır. Öz yeterliliği yüksek olan bireyler;

- Kendileri için yüksek ve zor hedefler belirlerler,
- Zorluklara karşı sabırlıdırlar ve bu zorluklara gönüllü olarak talip olurlar,
- Kendi kendilerini motive ederler,
- Hedeflerine ulaşmak için gerekli çaba ve enerjiyi gösterirler,
- Zorluklarla karşılaştıklarında direnirler.

Scheier ve Carver'a (1987) göre, psikolojik sermayenin ikinci alt boyutu olan iyimserlik ise en kısa tanımıyla "bulunduğu zaman diliminde ve gelecekte başarılı olmak için olumlu düşüncelere ve yaklaşıma sahip olmak" anlamına gelmektedir. İyimserlik,

mümkün olabilecek en iyi sonucun gerçekleşeceğini bekleme/umma eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir anlatımla iyimserlik, kişinin geçmişte yaşanmış, şimdi yaşanan ve gelecekte karşılaşılabilecek olayların pozitif sonuçlara ulaşacağını düşünmesidir.

İyimserlik, kötümserlik ile hayalperestlik arasında dengeli bir ölçüde olduğunda bireylere fayda sağlayan, onları başarıya yönlendiren bir özellik göstermektedir. Yapılan araştırmaların sonuçları iyimser özelliklere sahip bireylerin spor, iş ve aile yaşamlarında daha başarılı sonuçlar elde ettiğini ortaya koymuştur. Ayrıca, iyimser özelliklerin hâkim olduğu örgütlerde çalışan performansının arttığı sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla iyimserlik psikolojik sermayenin önemli bir bileşenidir (Açan, 2015).

Psikolojik sermayenin bir diğer alt boyutu olan umut ise en kısa anlatımla hedeflenen amaçlara ulaşmak için beklenti içinde bulunma anlamına gelmektedir. Daha kapsamlı bir anlatımla ise umut kavramı bireylerin hedefleri için, iç ve dış motivasyonunu sağlayıp, gerçekleştirmek istedikleri hedefleri doğrultusunda “nasıl başarılı olabilirim?” sorusuna cevap arama ve bu süreçte kendisine yeni yol veya yöntemler bulabilmeyi ifade etmektedir (Akbaba, 2016). Kavram ile ilgili çok çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bunlardan birisinde umut, “kişilerin planlanan hedeflere ulaşma yolunda gösterdiği çaba ve kararlılık ile bu hedefler için kullanabilecekleri değişik seçenekleri belirlemesi” olarak tanımlanmaktadır (Açan, 2015).

Ayrıca, Lopez vd. (2000) umudu “bir görevde başarılı olabilmek için yollar bulabilme ve bu yolları kullanmak için motive olma” olarak açıklamışlardır. Martha ve Winston’a (2005) göre ise umut “bireylerin en zor anlarda bile iyi bir gelecek hayal edip buna bağlı olarak hedefler koymaları, bu hedeflerin peşinden gitmeleridir”. Ayrıca, umut “gelecekte ulaşılması arzulanan fakat henüz ulaşılmamış amaçlara bir gün mutlaka ulaşılacağına dair beklentinin seviyesidir” (Macinnis ve Mello, 2005).

Dolayısıyla umut kavramının iki önemli bileşeni kararlı çaba ve alternatif yollar bulmadır. Kişide, bu iki özellik sayesinde hedefe yönelik bir düşünce süreci gerçekleşir. Bunun sonucunda da umut seviyeleri yüksek olan bireylerin, daha özgür düşünmeye, daha fazla risk almaya, sonuca vardıkları herhangi bir kararın başarısızlığa uğraması durumunda farklı alternatif yollar bulmaya ve daha hızlı çözüm bulma noktasında yaratıcı düşünmeye daha yatkın oldukları bilinmektedir (Açan, 2015).

Ayrıca, zorluk derecesi yüksek hedeflere genellikle umut düzeyi yüksek olan bireyler talip olurlar ve bunun için hedeflerini alt hedeflere böler ve gerçekleştirmeye çalışırlar. Bunun için, farklı alternatif yollar oluştururlar ve pozitif duygularını, negatif duygularından daha yoğun olarak yaşarlar. (Akman ve Korkut, 1993: 193-194). Bu nedenle, işyeri performansı ile umut arasında pozitif yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir (Açan, 2015).

Son olarak dayanıklılık ise kısaca bireyin sıkıntılar ve aksilikler karşısında direnme ve sağlam duruşunu göstermesi veya yüksek oranda stres ve zor durumlarla baş edebilme ve bu durumlara uyum sağlama yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Açan, 2015). Psikolojik sermayenin bileşeni olarak "psikolojik dayanıklılık" ise, sarsıcı bir değişim, belirsizlik, çatışma, sıkıntı, risk, başarısızlık gibi durumların yanı sıra olumlu değişimlerin yaşandığı anlarda dahi, üstlenilen görevin gerektirdiği çabayı göstermek ve bu durumlarla baş edebilme yeteneğidir (Luthans, 2002). Dolayısıyla, dayanıklılık karşılaşılan olumsuz durumlar bir yana olumlu durumlarda dahi çevreden gelecek baskılara rağmen stres oluşma ihtimalini bertaraf ederek belirlenmiş hedeflere doğru kararlılıkla yürünen bir süreçtir (Norman, 2006).

Bu tanımlardan hareketle dayanıklılık seviyesi yüksek olan kişilerin sorumluluk sahibi oldukları faaliyetlerde daha verimli oldukları ve bunun neticesinde de iş performanslarının olumlu yönde etkilendiği gözlemlenmiştir (Akçay, 2011). Çünkü, dayanıklılık seviyesi yüksek bireyler değişim karşısında hızlı uyum sağlama konusunda yetenekli bireylerdir. Daha özgür ve destekleyici bir ortam oluşturarak yenilikçi uygulamaların ortaya çıkmasına fırsat verirler (Fredrickson, 2001). Bu nedenle, dayanıklılık seviyesi yüksek bireylerde gerçeklerin tüm yönleriyle kabul gördüğü, sağlam değerlere sahip oldukları, beklenmeyen hadiseler karşısında daha soğukkanlı ve yeteneklerini daha iyi kullanan bireyler oldukları ve başarıya daha çok inandıkları görülmektedir (Erkuş ve Afacan Fındıklı, 2013).

Ayrıca, psikolojik sermaye boyutlarının yönleri ve katkıları birbirleri ile benzerlik ve farklılıkları ile birlikte Page ve Danohue (2004) tarafından bir tablo ile açıklanmıştır. Buna göre, öz yeterlik bugün ve gelecek odaklı, dayanıklılık geçmiş ve şimdiki zaman odaklı, umut ve iyimserlik ise gelecek odaklı boyutlardır (Tablo 1.1).

Tablo 1.1. Psikolojik Sermaye Boyutlarının Yönleri ve Katkıları

Boyut	Yön	Katkı
Öz yeterlilik	Bugün ve gelecek odaklı	Bir hedef doğrultusunda çaba sarf etme istekliliği ve zorluklara açık olmayı sağlamaktadır.
Umut	Gelecek odaklı	Hedeflere ulaştıracak stratejik tepki veya planlamanın yanı sıra, bu hedefleri gerçekleştirmeyi arzulamayı ve hedefleri oluşturmayı sağlamaktadır.
İyimserlik	Gelecek odaklı	İstenmeyen olayların olumsuz etkilerine karşı mesafe koymayı ve istenen olayların pozitif etkilerini artırmayı sağlamaktadır.
Dayanıklılık	Geçmiş ve Şimdiki zaman odaklı	Geçmişteki veya şimdiki zamandaki istenmeyen olayların, stres faktörlerinden kurtulmayı ve mevcut durumun korunmasını hatta iyileştirilmesini sağlamaktadır.

Kaynak: Page ve Danohue, 2004.

1.1.5. Psikolojik Sermayenin Özellikleri

Psikolojik sermaye, çalışma hayatının gelişimi için insan kaynağının güçlü yönleri ve psikolojik durumları üzerinde yapılan çalışmalar sonucunda ortaya çıkmış pozitif yönlü bir kavramdır (Ocak, 2015: 3). Kişilerin zayıflık ve fonksiyon bozukluklarından ziyade, onların güçlü yönlerine ve yeteneklerine odaklanmaktadır. İnsanın güçlü, olumlu yönlerini anlamaya ve geliştirmeye çalışarak insanların nasıl daha mutlu, daha başarılı ve daha iyi olabileceklerini öğretmeyi amaçlamaktadır (Yetiş, 2016). Kişinin “kim olduğunu” ve “pozitif bakış açısıyla ne olabileceğini” ifade etmektedir (Luthans vd., 2010: 42).

Dolayısıyla pozitif sermaye; ekonomik, beşerî ve sosyal sermayeden daha fazlasını ifade etmekte ve benzersiz pozitif bir bakış açısı sunmaktadır. Ayrıca, teori ve araştırma tabanlıdır ve ölçülebilir bir özelliktedir (Uygungil, 2017). Pozitif psikolojik sermayenin temel özellikleri Çetin ve Varoğlu (2015: 106) tarafından;

- Pozitif bakış ve insanın güçlü yönlerine odaklanan pozitif psikoloji paradigmasına dayanması;
- Pozitif örgütsel davranışa veya onun kriterlerine dayalı koşulsal nitelikteki psikolojik faktörler içermesi;
- Sosyal sermaye ve insan sermayesinin ötesine geçmesi;
- Rekabet avantajının elde edilmesi ve korunmasında, örgütler için, ekonomik ve finansal sermaye gibi geliştirilebilir ve uygulanabilir bir yapı barındırması olarak sıralanmıştır.

1.1.6. Psikolojik Sermayenin Şirket Performansına Etkileri

Psikolojik sermaye benzersiz özellikleri ve örgütlerin gelişimi, verimlilik, performans, iş tutumu ve rekabet gibi konulara yaptığı katkılardan dolayı ayrı bir önem taşımaktadır (Polatçı, 2014). Performansta artış sağlamayı hedeflemekte (Açan, 2015) ve iş görenlerle örgüt çıktıları arasında bağ kurmayı amaçlamaktadır (Tuna, 2016). Dolayısıyla, özellikle rekabet üstünlüğü ve iş performansına yaptığı ciddi katkılar dolayısıyla büyük önem taşımaktadır (Açan, 2015). İş verimi ve performansı arttırmada iş dünyasının dikkatini çekmektedir. Örgütsel yapılanmanın olduğu kamuda, özel sektörde ve sivil toplum kuruluşlarında önemli bir görev üstlenen (Tuna, 2016) ve yönetilmesi gereken bir güç olduğu belirtilmektedir (Çetin ve Basım, 2011).

Bu nedenle, psikolojik sermayenin beklenen düzeyin üzerinde olması; çalışanın devamsızlığını bütün olarak örgütsel bağlılık ve iş tatminini, iş performansı ve çalışan performansını, pozitif duygular ve örgütsel vatandaşlık davranışını, çalışanların stres belirtilerini, işyerinde sergilemiş olduğu kaba ve nezaketsiz davranışlarını ve işten ayrılma niyetini, iş arama davranışını, iş gücünün üretkenliğini, etkinlik ve ekstra çaba sonucu oluşan yaratıcı performansını ve öğrenilmiş çaresizlik davranışı gibi organizasyonel çıktıları olumlu yönde etkilemektedir (Yetiş, 2016).

Psikolojik sermaye ve performans ilişkileri ile ilgili olarak pek çok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda psikolojik sermayenin iş tatmini, örgütsel vatandaşlık, duygusal bağlılık, işte kalma niyeti ve performans gibi çeşitli olgular ile ilişkisi kapsamlı olarak incelenmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda psikolojik sermayenin genel olarak olumlu olan örgütsel sonuçlarla aynı yönlü; olumsuz olan sonuçlarla ters yönlü ilişkiler içerisinde olduğunu söylemek mümkündür (Çakmak ve Arabacı, 2017; Büyükgöze, 2014; Avey vd., 2011; Luthans, Avolio ve Li, 2005; Açan, 2015).

Örneğin, Çakmak ve Arabacı tarafından 2017 yılında 900 öğretmen üzerinde yürütülen güncel bir araştırma sonucunda öğretmenlerin psikolojik sermaye algılarının, iş doyumunu ve örgütsel bağlılık düzeylerini pozitif yönde etkilediği ve anlamlı bir şekilde açıkladığı; ayrıca aracılık testi sonuçlarına göre iş doyumunun, psikolojik sermaye ile örgütsel bağlılık arasında aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Çakmak ve Arabacı, 2017). 2014 yılında Büyükgöze tarafından 337 öğretmen üzerinde yürütülen farklı bir çalışmada öğretmenlerin algılanan örgütsel destek düzeyleri ile genel psikolojik sermaye

düzeyleri arasında orta düzeyde aynı yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Büyükgöze, 2014). Erkuş ve Afacan Fındıklı (2013) tarafından farklı sektörlerde çalışan 572 kişi üzerinde yapılan bir araştırmada ise psikolojik sermaye ile iş tatmini ve iş performansı arasında pozitif, işten ayrılma niyeti arasında ise negatif ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Ayrıca, psikolojik sermaye ile örgütsel vatandaşlık davranışları, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve performans arasında aynı yönlü; iş stresi, devamsızlık ve işi bırakma niyeti gibi davranışlarla ters yönlü ilişkileri olduğu belirlenmiştir (Avey vd., 2011). Norman ve arkadaşları tarafından 2010 yılında yapılan bir araştırma sonucunda yüksek seviyede psikolojik sermayeye sahip bireylerin örgütsel vatandaşlık davranışlarının da yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Norman, vd., 2010a). Erdem, Gökmen ve Türen'in (2015) 478 kamu çalışanı üzerinde yürüttüğü araştırma sonucunda da psikolojik sermayenin, algılanan örgütsel destek ve örgütsel özdeşleşmeyi pozitif yönlü ve anlamlı olarak etkilediği ortaya konmuştur.

Ayrıca, psikolojik sermayesi yüksek olan çalışanların işten ayrılmayı düşünmedikleri, işte kalma arzularının olduğu ve bu bağlamda da çalışanların çalıştıkları kuruma ve örgüte karşı duygusal yakınlık hissetmesi ve onunla kendisini özdeşleştirmesi olarak tanımlanan duygusal bağlılıklarının fazla olduğu sonucuna varılmıştır (Luthans vd., 2007).

Bunların yanında, psikolojik sermayesi yüksek olan bireylerin gelecek ile alakalı olumlu beklentilere sahip oldukları ve işlerinde karşılaştıkları zorluklar karşısında kendi yeteneklerine daha çok inandıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bireylerin motivasyonları artmakta ve işlerinde daha başarılı olmak için daha fazla gayret etmekte, dolayısıyla daha fazla iş tatminine sahip olmaktadır (Newman, vd., 2014). Dolayısıyla psikolojik sermaye şirketlerin veya örgütlerin performanslarına önemli katkılar sağlamaktadır. Çünkü psikolojik sermayeleri iyi seviyede olan çalışanların iş performansları olumlu düzeyde artacak ve aynı kapsamda örgütlerine verecekleri katkı kuşkusuz yüksek olacaktır (Bandura, 2012).

Nitekim yapılan çeşitli araştırmalar psikolojik sermayenin performansı arttırdığını ortaya koymuştur. Psikolojik sermayenin performansa etkisi azımsanamayacak derecededir. Çalışanların psikolojik sermayeleri ile firma performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. İş tatminin ve sürekliliğin, çalışanların performanslarına olumlu yönde etkisini göstermesi sonucunda, bir bütün olarak işletmenin performansına da pozitif yönde

etki ettiği gör÷lmektedir (Akbaba, 2016). Begenirbaş ve Turgut (2016) tarafından savunma sektöründe çalışan 189 kişi üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçları da bunu doğrulamıştır. Çalışma neticesinde, psikolojik sermaye boyutlarının yenilikçi davranış ile iş performansı üzerinde önemli pozitif etkilere sahip olduğu gör÷lmüştür.

Ayrıca, alışanların performansı yükseldikçe, bu onların iş yerinde daha pozitif, öz güveni yüksek davranışlar sergilemelerine yol açmaktadır (Akbaba, 2016). Özdemir ve Özgüner (2016) tarafından 300 öğrenci üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçları da bunu doğrulamıştır. Bu çalışmanın sonuçları psikolojik sermayenin umut ve öz-yeterlilik alt boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Psikolojik sermayenin iş performansı ile olan ilişkisinde psikolojik sermaye bileşenlerinin (öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılık) bir araya gelerek oluşturdukları etki tek başlarına yapabilecekleri etkiden daha büyük olmaktadır (Luthans vd., 2007).

Sonuç olarak, yapılan birçok çalışma sonucunda psikolojik sermayenin, örgütler açısından sürdürülebilir bir büyümeyi ve gelişmeyi sağlama ve bu doğrultuda ihtiyaç duyulan performansın gösterilmesi noktasında kilit rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Psikolojik sermaye, değişen dünya koşullarında örgütlerin yönetim sürecinde yeni bir perspektif ortaya koymada ve bu perspektifi geliştirmede katkı sağlayacak olanaklar sunmaktadır (Luthans, Avolio ve Li, 2005; Açan, 2015).

1.1.7. Psikolojik Sermayenin Geliştirilmesi ve Yönetimi Süreci

Psikolojik sermayenin en önemli özelliklerinden birisi ölç÷lebilir, yönetilebilir ve geliştirilebilir bir olgu olmasıdır. Dolayısıyla, çeşitli yöntemler uygulayarak psikolojik sermayeyi geliştirmek ve yönetmek mümkündür. Psikolojik sermayenin geliştirilmesi ve yönetimi için ve rekabet avantajının sağlanması için her bir boyutun üzerinde ayrıca durularak bunların geliştirilmesi üzerinde çalışılmalıdır (Luthans ve Yousseff, 2004: 35).

Öz yeterliliği geliştirmek üzere kullanılabilecek yöntemler, çalışanların uzmanlık deneyimlerini kullanmalarını, modelleme yapmalarını ve pozitif geri bildirimlerini sağlama gibi yöntemlerdir. Çalışanların umut düzeyini yükseltmek üzere; hedef belirlemelerini ve bu hedefleri basamaklandırmalarını sağlama, inisiyatif almaya yönlendirme, zihinsel provalar yapmaları yönünde teşvik etme gibi yöntemler uygulanabilmektedir. Çalışanların iyimserlik ve psikolojik dayanıklılıklarını geliştirmek üzere ise; geçmişe yönelik hoşgör÷ duymaları, gerçekçi ve esnek bir bakış açısına sahip olmaları, sahip oldukları bilgi, beceri ve deneyimi

arttırmaya yönelik seminerler, workshoplar ile ve olası riskler karşısında proaktif ve reaktif yaklaşımlar gösterebilmeleri yönünde desteklenmeleri yine uygulanabilecek yöntemler arasındadır (Uygungil, 2017).



2. BÖLÜM

Bu bölümde, bu çalışmanın ana konusunu oluşturan stratejik bilgi yönetimi kavramlarına ilişkin teorik bilgiler verilerek konu ile ilgili altyapı oluşturulmak istenmiştir.

2. STRATEJİK BİLGİ YÖNETİMİ

Stratejik bilgi yönetimi hakkındaki teorik bilgilere; bilgi kavramı ve benzer kavramlarla ilişkisi, bilgi türleri, bilgi yönetiminin tanımı, bilgi yönetiminin amaç ve boyutları, stratejik yönetim ve stratejik bilgi yönetimi, stratejik bilgi yönetiminin rekabet performansına etkileri gibi başlıklarla yer verilmiştir.

2.1. Bilgi ve Bilgi Yönetimi Kavramları

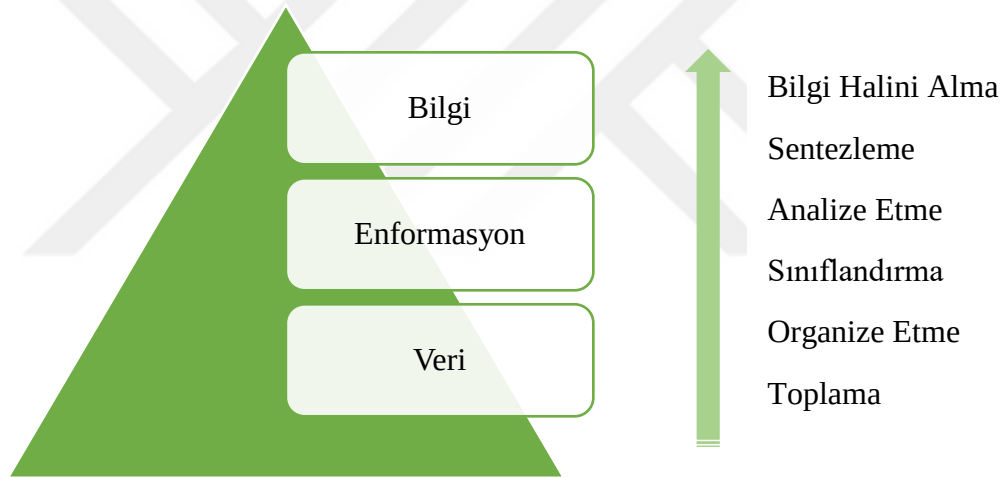
Bir kavram olarak bilgi, geçmişten günümüze dek üzerinde durulan ve toplumlara etkisi araştırılan bir kavramdır. Ayrıca, işletme stratejisini destekleyen herhangi bir işletme faaliyetinin temel elemanı ve kritik kaynağıdır (Yılmaz, 2010). Bu nedenle, bilginin ne olduğu, amacı, türleri, bilginin sahip olması gereken nitelikler ve doğru bilginin nasıl elde edileceği gibi konularda çok sayıda eser yazılmış ve görüş ortaya konulmuştur. Ayrıca, farklı disiplinler çalışmalar yürüten araştırmacı ve bilim adamları tarafından her disiplinin kendi bakış açısıyla tanımlanmıştır (Ünlü, 2015).

Bilginin ne olduğu ile ilgili kaynaklar incelendiğinde kavramın veri ve enformasyon kavramları ile birlikte ele alındığı görülmektedir. Buna göre, bilginin ne olduğunu anlayabilmek ve daha doğru bir tanım ortaya koyabilmek için bu kavramlar ile birlikte açıklanması gerekmektedir. Buradan hareketle, öncelikle veri “bir sistemin iki durumu arasında görülen veya tanınan farklılık (Kaplan, 2000) olarak tanımlanmaktadır. Ancak, verinin insan zihninde bir karşılığı, bir tanımı yoktur ve insan zihninin gelen verileri alması, algılaması ve bunları anlamlandırması sonucunda bu veriler birer enformasyona dönüşür. Dolayısıyla veri, yapılan işlemlerin belli biçimlerde tutulmuş kayıtlarıdır ve sayı, sembol, harf gibi ifadelerden oluşmakta ve tek başına bir anlam ifade etmemektedir. Ancak, önemsiz gibi görünse de bilgi yönetiminin hammaddesini meydana getirmesi açısından veri çok önemlidir (Türkmen, 2016: 60).

Enformasyon ise “verinin derlenerek belirli bir amaca dönük olarak organize edilmesidir” (Yalçınkaya, 2012, s. 38). Yani enformasyon, “organize edilmiş bir veri

setidir”. Dolayısıyla, enformasyon verinin hammadde halini alıp bir anlam oluşturmak ve bu anlamında göndericiden alıcıya iletilmesi halinde alıcıda bir fark, bir tepki, bir anlam yaratması durumunu ifade etmektedir (Gleick, 2014).

Enformasyonun, bireyin ihtiyaçları doğrultusunda anlaşılması, kıyaslanması, anlamlandırılması ve analiz edilmesiyle ise bilgi oluşur. Bilginin tanımına gelince; en kısa tanımıyla bilgi bir konu hakkında ilgili verilerin bir araya gelmesiyle bir ifade belirten “işlenmiş veri” olarak nitelendirilmektedir (Ünlü, 2015). Dolayısıyla, bilgi tek başına bir unsur değil, birden çok yapıdan oluşan çoklu bir olgudur. Veri (data) ve enformasyon (information) bilginin (knowledge) öğeleri arasında yer almaktadır. Bilginin oluşması için gerekli olan süreçler; verilerin toplanması, amaçlarına uygun olarak bir araya gelmesi, sınıflandırılması ve enformasyona dönüşmesi, bununla birlikte enformasyonların da tamamlanarak bilgi halini almasıyla tamamlanır (Bayram, 2010) (Şekil 2.1).



Şekil 2.1. Verinin Bilgiye Dönüşümü

Bilgi, enformasyon ve veri arasındaki ilişkiyi ve bilginin özelliğini Çapar (2005: 179) şu şekilde açıklamaktadır:

1. Bilginin temelini veri ve enformasyon oluşturur.
2. Bilgi, enformasyonun rasyonel bir biçimde akıl süzgecinden geçmesi, yorumlanması ve kullanımıyla ortaya çıkar.
3. Bilgi, karar verme, planlama, karşılaştırma, değerlendirme, analiz, tahmin, tanı vb. gibi yaşamın her alanına dayanak oluşturacak eylemlerin ve uygulamaların temelini oluşturur.

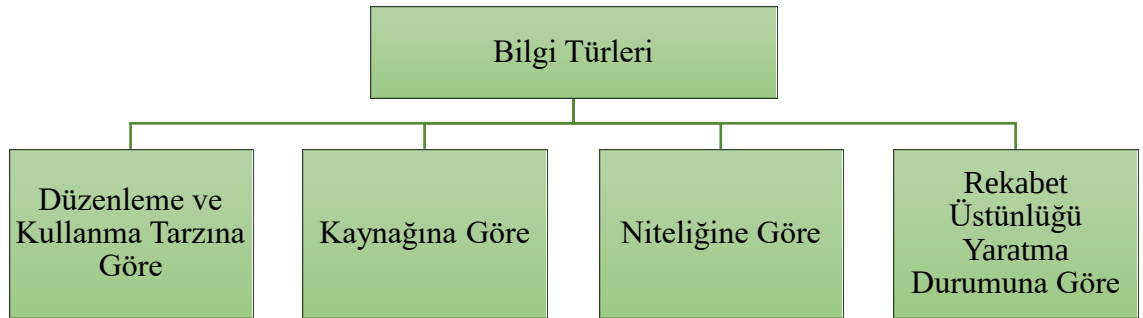
Diğer taraftan, bilginin bir anlam ifade etmesi ve “tam bir bilgi” olarak değerlendirilmesi için barındırması gereken bazı nitelikler vardır. Bunlar olmadan bilginin ne olduğunu tam olarak anlamak mümkün değildir. Bu nitelikler; doğruluk, uygunluk, noksansızlık, denetlenebilirlik, kısalık, zamanlılık, güncellik ve ekonomiktir (Tekin, Güleş ve Burgess, 2010) (Tablo 2.1).

Tablo 2.1. Bilginin Sahip Olması Gereken Nitelikler

Nitelik	Açıklama
Doğruluk	Bilgi hatalardan arındırılmış olmalıdır.
Uygunluk	Bilgi, karar verilen konu veya konularla ilgili olmalıdır.
Zamanlılık	Bilgi gerekli yer ve zamanda hazır olmalıdır. Bilgi doğru ve uygun olmasına rağmen zamanında gelmemişse bir anlamı yoktur.
Noksansızlık	Karar vericiye sunulan bilgi tam ve eksiksiz olmalıdır.
Denetlenebilirlik	Bilgi, bilginin doğruluğunu ve noksansızlığını belirlemeye uygun olmalıdır.
Kısalık	Bilginin içeriği olabildiğince öz ve kısa olmalıdır. Bilginin kapsamı genişledikçe gereksiz ayrıntılardan dolayı karar vermek güçleşecektir.
Güncellik	Sunulan bilgi karar verilecek konudaki en son durumu yansıtmalıdır.
Ekonomiklik	Bilginin bir maliyeti vardır. Bu nedenle bilgi, üretilmesi beklenen değerden daha pahalı olmamalıdır.

2.1.1. Bilgi Türleri

Bilgi, kendi içerisinde “düzenleme ve kullanma tarzına göre”, “kaynağına göre”, “niteliğine göre” ve “rekabet üstünlüğü yaratma durumuna göre” olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır (Şekil 2.2).



Şekil 2.2. Bilgi Türleri

Düzenleme ve kullanma tarzına göre bilgi türleri kendi içerisinde “idealist bilgi”, “sistematik bilgi”, “pragmatik bilgi” ve “otomatik bilgi” olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır. İdealist bilgi güneşin doğudan doğması, batıdan batması gibi aklın sorgulamadan kabul ettiği ve yeni varsayımlar yaparken direkt ele aldığı bir bilgi türüdür. Sistematik bilgi, sınıflandırmalara dayalı bilgidir. Pragmatik bilgi, pratikte bir yararı olan

bilgidir. Otomatik bilgi ise insanların üzerine düşünmeden eyleme geçmelerini sağlayan, daha çok içgüdüsel olan bilgilerdir (Aydın, 2014).

Kaynağına göre bilgi türleri “açık (explicit) bilgi” ve “örtük bilgi” olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Açık bilgi; ifade edilebilen, kayıt altına alınabilen ve gerektiğinde de ortaya çıkarılabilen bir bilgi türüdür ve ulaşımı kolay ve içerisinde gizli ifade barındırmayan bu sebeple yoruma açık bilgidir. Örtük bilgi ise sübjektif, özel ve kişiye has bir bilgidir. Bu sebeple ifade edilmesi ve yazıya dökülmesi oldukça zordur. Ancak, örtük bilgi, günümüzde özellikle işletmelerde “stratejik” anlamda öneme sahip olan ve organizasyonlarda kendisini gösteren, işletmelerin bir güç simgesi olarak gördükleri bir bilgi türüdür (Ünlü, 2015).

Niteliğine göre bilgi türleri “sıradan – bilimsel bilgi” ve “kazanılmış – aranan bilgi” olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır. Sıradan bilgi; günlük yaşamda kullanılan, özel bir deney veya metotlu bir gözlem gerektirmeyen, belli bir alana ait terminoloji ifade etmeyen bilgidir. Bu bilgi türünü edinmek oldukça kolaydır ve bu bilgi gündelik yaşamda kazanılır. Kazanılmış bilgi ise, insanın doğumuyla birlikte elde ettiği, özellikle sonradan öğrenilmeyen ve kazanılmayan veya doğduğu coğrafyada adet, örf ve geleneklerle, kurallarla insana sindirilmiş bilgidir (Aydın, 2014).

Rekabet üstünlüğü yaratan bilgi türleri, daha çok örgütlerde, işletmelerde ve iş yaşamında var olan rekabet ortamında öne çıkmak adına kullanılan bilgi türleridir. “İşaretsel bilgi”, “deneyimsel bilgi”, “girişimci bilgi” ve “kurumsal bilgi”, bu bilgi türüne örnek teşkil etmektedir. İletişim çerçevesinde bulunan öğelerden göndericiden giden mesajın alıcı tarafından yorumlanmasına bırakılan bilgi türü işaretsel bilgidir. Deneyimsel bilgi, elde edilmesi zaman alan ve kişinin deneyimlerine, tecrübelerine dayanan bir süreçte oluşturulan bilgidir. Sıfırdan bir oluşum içerisine giren ve yeni bir fikir yaratan bilgiler ise girişimci bilgi kategorisinde yer almaktadır. Son olarak, kurumsal bilgi ise oluşturulduğu kurum içerisinde önem kazanan ve girişimci bilgi gibi rekabete, özellikle de kurum içi rekabete katkı sağlayan bir bilgi türüdür (Ünlü, 2015).

2.1.2. Bilgi Yönetimi Kavramı

Bilgi yönetimi; kısaca her türlü örgütün işletilmesi sürecinde bilginin etkin olarak sağlanması, örgüt içerisinde bilgi ağları arasında düzen olması ve yönetimin düzenli bir bilgi ağı olmasını ifade eden bir kavramdır. Bir kurum veya işletme içerisindeki bilgi yönetimi;

kurumun bilgilerini, müşteri ağını, müşteri hesap bilgilerini, kurumun istatistiklerini barındırmaktadır (Ünlü, 2015).

Kavram ile ilgili çok çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bunlardan birinde Barutçugil (2002: 50) bilgi yönetimini; “organizasyonel amaçların daha iyi bir şekilde elde edilebilmesi için bireylere, takımlara ve bütün organizasyona bilginin kolektif ve sistematik olarak yaratılması, paylaşılması ve uygulanması için olanak sağlayan yeni bir disiplin” olarak tanımlamıştır. Bir başka yaklaşımda ise bilgi yönetimi; “organizasyondaki tüm bilgi türlerinin, değer üretmeye ve rekabet avantajı sağlamaya yönelik olarak, etkili biçimde kullanılması ve yönetilmesi ile ilgili faaliyetlerin tamamı” olarak tanımlanmıştır (Zaim, 2005: 81). Bir diğer tanımda ise bilgi yönetimi; “organizasyon süreçlerinin, enformasyon teknolojilerinin veri ve enformasyon üretme kapasiteleri ile çalışanların yaratıcılık ve yenilikçilik kapasitelerinin sinerjik olarak kullanılmasına imkân sağlayacak biçimde yönetilmesidir” şeklinde ifade edilmiştir (Zaim, 2005: 80-81).

Bilgi yönetimi kavramının ayrı bir disiplin olarak gelişmesi ve firmalar için organizasyonel bir süreç haline gelmesi özellikle son dönemlerde bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeyle gerçekleşmiştir. Dünyada özellikle son yüzyılda yaşanan gelişmeler pek çok alanda olduğu gibi iş dünyasında da bilginin hâkim olduğu bir sürece evrilmiştir. Yeni anlayışa göre piyasada rekabet sağlayabilmenin tek yolu eskiden olduğu gibi işgücünün fiziksel büyüklüğü ve sahip olunan servet değildir. Günümüzde firmaların bilgiye sahip olma ve onu yönetme becerilerinin pazar rekabeti için en önemli faktörler arasına girdiği bilinen bir gerçektir. Bilgi yönetiminin içeriği konusunda literatürde hâkim olan üç yaklaşım bulunmaktadır. Bunların birincisi, açık bilgi kullanılmasını içeren teknolojiyi temele alan yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre veri tabanları, bilgiye dayalı sistemler, bilgi ağları/şebekeleri vb. bilgi teknoloji ürünlerinin kullanımıyla bilginin sahip olunan organizasyona mal edilmesi durumu söz konusudur. Bahse konu yaklaşımların ikincisinde ise öne çıkarılan unsur “insan” faktörüdür. Organizasyondaki kurum kültürü, takım çalışması vb. kavramların ön planda tutulduğu bu yaklaşıma göre bilgi yönetimindeki esas unsurun insan faktörü olduğu vurgulanmaktadır. Bilgi yönetimi konusundaki üçüncü ve son yaklaşıma göre bilgi yönetiminde teknoloji unsuru olmazsa olmaz bir gereklilik değildir. Burada önemli olan teknik bilgiyi elde edebilmek ve onu geliştirebilmektir (Erkan, 1998).

Bilgi yönetimi konusunda literatürde öne çıkan ve yukarıda sunulan bu yaklaşımlar genel olarak değerlendirildiğinde bilgi yönetimi ve teknoloji kavramlarının birbirleri için

önemli olan ve birbirlerini tamamlayan kavramlar oldukları görülmektedir. Ayrıca bu yaklaşımların ileri sürdüğü unsurların da birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olan ve iyi bir bilgi yönetimi için tamamının faydalanılması gereken unsurlar olduğunu söylemek mümkündür. Bilgi yönetimi özellikle son yıllarda üzerine yapılan çalışma sayısının arttığı popüler konular arasına girmiştir. Ancak literatürdeki bu çalışmalar incelendiğinde hali hazırda bilgi yönetimi kavramının genel kabul görmüş bir tanımının olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak çalışmanın bu bölümünde bahse konu kavrama ilişkin öne çıkan tanımlara ve kapsayıcı özelliklere değinilmiştir. Bilgi yönetimine dair pek çok çalışmada vurgulanan unsur; belirli hedefleri gerçekleştirebilmek amacıyla, sahip olunan bütün ortak bilgi ve becerilerin kullanılması faaliyeti olduğudur. Bilgi yönetimi firmaları/kuruluşları dinamik ve yaşayan olgular olarak ele almakta olup bu sebeple teknolojiden yararlanan bir yönü olmasına karşın bilgi yönetiminde esas unsur “insan” faktörüdür. Literatürde öne çıkan başka bir tanımlamaya göre ise, bilgi yönetimi rekabet üstünlüğü yaratabilmek ve firmanın piyasa değerini arttırabilmek amacıyla bilginin çeşitli yönleriyle kullanılması demektir (Barutçugil, 2000).

Ayrıca bilgi yönetimi, “örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi amacıyla bilgi yaratmak, elde tutmak, paylaşmak ve geliştirmek için kullanılacak yeni radikal yollar” (Barutçugil, 2002) veya “örgütün maddi olmayan varlıklarından değer yaratma sanatı” (Yeniçeri, 2002) olarak açıklanmıştır. Bunun yanında örgütlerde bilginin üretilmesi, kodlanması, paylaşılması, öğrenilmesi ve yenilenmesi ile ilgili disiplinler arası bir örgüt modeli olarak görülmektedir (Fidancı, 2017). Dolayısıyla, konuyla ilgili uzmanların birçoğu, bilgi yönetiminin; bilginin üretilmesi, elde edilmesi, paylaşılması, kullanılması ve yönetilmesiyle ilgili faaliyetleri kapsadığı konusunda hemfikirdir. Bilgi yönetimi paylaşılabılır bir özelliktedir ve bilgi yönetimi kişilerin bilgiyi paylaşmalarını gerekli kılmaktadır. Bunun yanında, bilgi yönetimi, işletmelerde enformasyon sistemleri içerisinde araştırma, geliştirme, düzenleme alanı olarak ortaya çıkmakta ve işletmenin genel bilgisini yansıtmaktadır (Ünlü, 2015).

Koza (2008) literatürdeki tanımları da kapsayacak şekilde bilgi yönetimini, “kayıtlı ya da kayıtsız organizasyon verilerini ve kişisel bilgi ve tecrübeye dayalı birikimleri toplayıp, düzenleyip, kayıt altına alıp yararlı bilgi haline getirerek bunları doğru zamanlarda, doğru kimselerin, istenilen her yerden ulaşılabilmesini sağlayıp, organizasyonun entelektüel mülkünü arttırmak, tekrarlanan işlemlerin tamamının teknolojik

araçlarla yapılmasını sağlamak ve bunun sonucunda pozitif iş neticeleri elde etmek amacıyla yapılan bir dizi teknolojik ve kültürel işlemler” olarak tanımlamıştır (Türkmen, 2016: 66).

Bilgi yönetimi sadece belirli yönetici kadrosu tarafından belirlenen ve uygulanan bir süreç olarak kaldığında hedeflenen amaçlara ulaşılmasında yetersiz kalmaktadır. İdeal bir bilgi yönetimi için tüm çalışanların belirlenen doğrultuda değişime ayak uydurabilmesi temel bir gerekliliktir. Değişime tüm kurum olarak adapte olma yolunda sıkıntılar yaşayan işletmeler için bilgi yönetimi konusu teorik düzeyde kalacak olup, bu tür işletmeler bilgi yönetiminden ve piyasa payından gereken düzeyde faydalanamayacaktır. Aslında bir nevi iş süreci olan bilgi yönetimi kavramı, firmaların kendilerine ait ya da ortak bilgileri oluşturmaları ve uygulamaya geçirmeleri sürecidir. Burada üzerinde durulması gereken konu, sözü edilen bilginin işletme açısından değer yaratan bir bilgi olması gerekliliğidir. Başka bir deyişle bilgi yönetimi, işletmelerin yaptıkları faaliyetlerin değerinin artması için gerekli entelektüel birikimin yönetimi sürecidir. Bu süreci gerçekleştirmek isteyen firmalar öncelikle bu bilgiyi elde etmeli (kendisi oluşturmalı ya da dış kaynaklardan edinmeli/transfer etmelidir.) daha sonra elde edilen bilgi doğrultusunda faaliyetlerini düzenlemelidir (Barutçugil, 2000).

2.1.3. Bilgi Yönetiminin Amaç ve Boyutları

Önceki bölümde de ifade edildiği üzere bilgi yönetimi; bilginin üretimi, sınıflandırılması, dağıtımı ve faaliyete geçirilmesi konularını kapsayan bir süreçtir. Bu süreç işletilirken örgütün sahip olduğu veya kolektif olan bilginin toplanıp değerlendirilmesi önemli bir konudur. Sayılan tüm bu faaliyetlerin temel hedefi, bu faaliyetlerin gerçekleştirildiği organizasyonun devamlılığının sağlanması ve gelişimine katkı sunulmasıdır. Bu temel hedefe ulaşabilmek adına işletmeler, bilgi varlıklarını en iyi şekilde yapılandırarak kullanmaya azami özen göstermektedirler. Literatürde konu üzerine öne çıkan çalışmalardan olan Bollinger ve Smith (2001) tarafından yapılan çalışmaya göre bilgi yönetiminin amacı, kendisini meydana getiren her bir parçanın toplamından daha değerli ve güçlü bir örgüt haline gelebilmektir olarak ifade edilmiştir.

Bilgi yönetimi faaliyetleri ile elde edilen bilgilerin verimli ve etkin bir şekilde işlenerek örgüte bir katma değer sunabilmek bilgi yönetiminde esas hedeftir. Başka bir deyişle bu faaliyetler bilgiyi üretken kılma amacına yönelik faaliyetlerdir. Yani sahip olunan

ya da dışarıdan transfer edilen bir bilginin mümkün olan en iyi şekilde değerlendirilerek bu entelektüel birikimin en etkin kullanımını sağlayabilmektir (Zaim, 2005).

İşletmelerde bilgi yönetimi uygulamalarında çeşitli problemlerle karşılaşılabilir. Bunların çoğu bireysel kökenli olsa da depolanması gereken büyük miktarda veri ve bilgi bulunması, zaman, emek ve maliyeti gerekmesi gibi nedenlerle bilgi yönetiminde çeşitli problemlerle karşılaşılabilir. Ayrıca, özgün bilgileri kodlamak ve diğer çalışanların paylaşımına sunmak oldukça zordur ve büyük maliyet, emek ve zaman harcanarak hazırlanan veri tabanları depolanan bilgilerin demode olması ve kullanılmaması nedeniyle istenen yararı sağlayamamaktadır (Aktan ve Vural, 2005: 24).

Bunun yanında, çalışanlar bazen aşırı bilgi bombardımanı altında endişe duymakta ve korkmaktadırlar. Ayrıca, kodlanan, depolanan ve işlenen bilgilerin uygulamada bir yararının olmayacağına inanılıyorsa da bu bilgileri kullanmama yönünde tavır ortaya koyulabilmektedir. Takım üyeleri, yöneticiler veya meslektaşları tarafından eleştirilmekten çekiniyorlarsa bilgi paylaşmaktan kaçınabilmektedirler. Özetle, organizasyondan, bireylerden veya takım-grup özelliklerinden kaynaklanan çeşitli problemler ile karşılaşılabilir (Gökce, 2006).

Dolayısıyla bilgi yönetimi, 1990'lı yıllarla birlikte hayatımıza giren ve işletme bünyesinde amaçları olan bir kavramdır. Bilgi yönetiminde amaç; bilgiye hâkim olmaktan öte, bilgiyi kurum içerisinde iş birliği ile oluşturmak ve yine kurum içerisinde denetimini sağlamak ve paylaşmaktır. Ayrıca, Bilgi yönetiminin amacı, organizasyona değer katmaktır. Bilgi yönetiminin temel hedefi, organizasyonun değişen çevreye uyum sağlamasına ve öğrenmesine olanak sağlamak için bilgi kaynaklarının ve bilgiye ilişkin yeteneklerinin harmanlanmasıdır (Yılmaz, 2010). Dolayısıyla, bilgi yönetiminin temel amaçları şunlardır (Özgener, 2000):

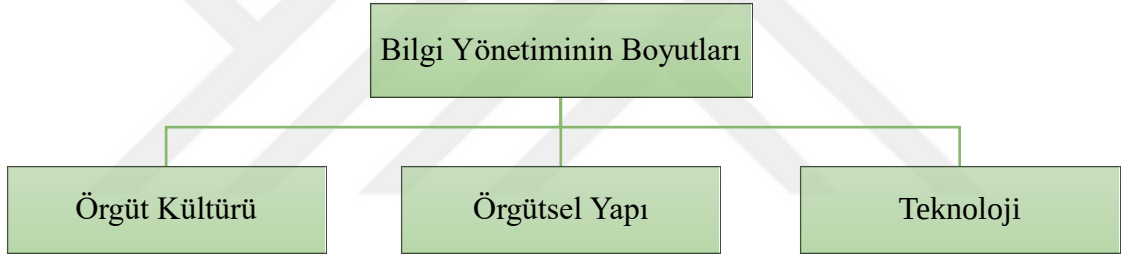
- Doğru bilginin doğru insanlara doğru zamanda ulaşmasını sağlamak,
- Hızlandırılmış transformasyona imkân sağlamak,
- Öğrenme eğrisini hızlandırmak,
- Daha hızlı iyileştirmeyi sağlamak,
- Entelektüel sermayeden yararlanmak,
- Özel olarak bilgi transferini teşvik etmek ve bilgi paylaşımını sağlamak.

Yukarıda genel hatları ile ifade edilen bilgi yönetiminin temel amaçları yanında stratejik ve diğer birtakım amaçları da bulunmaktadır. Bilgi yönetiminin temel amaçları konusunda literatürde bir görüş birliği olduğunu söylemek mümkün iken, diğer amaçlar konusunda farklı pek çok görüş bulunmaktadır. Bu sebeple aşağıda bilgi yönetiminin diğer amaçları konusunda literatürdeki çalışmalarda ortak olarak öne çıkan özellikler sunulmuştur (Alakuş, 2002):

- Bilgi temelli örgütlerde ihtiyaç duyulan bilginin belirlenmesi ve bahse konu ihtiyaçların sürekli güncellenerek değişen koşullara göre yenilenmesi,
- Kurum tarafından sahip olunan bilginin ve bilgi kaynaklarının devamlı güncel tutulması,
- Eldeki mevcut bilgilerin firma gereksinimlerine uygun olup olmadığının zaman zaman denetlenerek firma için gereksiz ve çöp mahiyetindeki bilgilerin temizliğinin yapılması,
- İşletme için gerekli olan ancak işletme imkanları ile oluşturulması mümkün olmayan bilgilerin elde edilebileceği dış kaynakların ve elde edilme yöntemlerinin belirlenmesi,
- İşletmede mevcut olan bilginin depolanması ve istenildiğinde kolayca erişilerek ihtiyaç duyula yere aktarılabilmesi faaliyetlerinin asgari maliyetle sağlanması,
- İşletme içi bilgi yönetimi faaliyetlerinin etkinliğinin arttırılabilmesi maksadıyla işletme personelinin bilgi yönetimi faaliyetleri konusunda bilgilendirilmesi,
- İşletmenin sahip olduğu potansiyel bilginin açığa çıkarılabilmesidir.
- Başka bir çalışama göre ise, bilgi yönetiminin temel amaçlarının yanında bilgi yönetiminin stratejik amaçları da bulunmaktadır. Bunlar (Gülseçen, 2013):
- Bilginin büyümesine ve paylaşılmasına, hatta yeniden üretilmesine olanak sağlamak,
- Hızlı bilgi akışı sağlamak,
- Örgüt içi karar alım sürecinde bilgi yönetimini aktif kullanabilmek ve bunun sonucunda bilgiye hızlı erişebilmek,
- Doğru bilgi, doğru insan ve doğru zaman birlikteliği yakalamak,

- Bilgiyi teknolojinin ekipmanlarıyla sunabilmek ve kayıt altına alabilmek,
- Bilgi yönetiminde öğrenme eğrisini hızlandırmak,
- Bilgi yönetiminde hataları hızlı bir iyileştirme ile kapatmak,
- Bilginin örgüt içerisinde veya örgütler arası akışını sağlamak,
- Örgütsel bilginin kıymetli hale gelerek entelektüel sermayeye dönüşmesini sağlamak.
- Örgüt, kurum veya işletme içerisinde yeni ve farklı bilgi üretmek,
- Örgüt içerisine dışarıdan bilgi aktarabilmek,

Ayrıca, bilgi yönetimi üç boyutta ele alınmaktadır (Yazıcıoğlu, 2014). Bunlar; örgüt kültürü, örgütsel yapı ve teknolojidir (Şekil 2.3).



Şekil 2.3. Bilgi Yönetiminin Boyutları

Örgüt kültürü boyutu, bir kurumda veya işletmede örgüt içerisinde çalışanların değişmesiyle örgütün kültür yapısında meydana gelen değişimleri ifade etmektedir. Bu nedenle bilgi yönetimi içerisinde örgütün kültür yapısının da yönetilmesi oldukça önemli bir husustur. Bilgi yönetiminin örgütsel yapı boyutu, örgütün yapısı ile ilişkili olan boyuttur. Teknoloji boyutu ise, teknolojik gelişmeleri içine almaktadır. Bu nedenle, etkin bir bilgi yönetimi için teknoloji olmazsa olmazdır. Teknoloji sayesinde örgüt içerisindeki bilgi akışı istenildiği şekilde düzenlenebilir ve ortaya çıkarılabilir (Ünlü, 2015).

2.1.4. Bilgi Yönetiminin Alt Yapısı

İşletmelerin yönetim performanslarını arttırabilmeleri için güçlü bir bilgi yönetim alt yapısına sahip olmaları gerekmektedir. Bilgi yönetim alt yapısı ise entelektüel sermaye, organizasyon yapısı, örgüt kültürü ve teknoloji unsurlarından meydana gelmektedir.

Entelektüel sermaye temelde “insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi” olarak üçe ayrılmaktadır (Zaim, 2005: 295).

Bir işletmede çalışanların sahip oldukları bilgi ve yetenekleri insan sermayesini, insanların haricindeki tüm bilgi kaynakları ve süreçleri yapısal sermayeyi ve işletme ile müşterileri arasındaki ilişkilerde saklı bulunan bilgi ise müşteri sermayesini ifade etmektedir. Bilgi yönetiminin başarıya ulaşabilmesi için organizasyon yapısının gelişmeye açık, yeniliği teşvik eden ve sürekli bilgi üretmeye yönelik olması gerekir. Örgüt kültürü “işletme yöneticilerinin ve çalışanların, işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek için işlerini yaparken, onlara yol gösteren, tüm işletme mensuplarının benimsediği ve kabul ettiği değerler, inançlar ve düşünceler sistemidir” (Ülgen ve Mirze, 2013: 418). İşletmelerde kollektif ve sistematik bir şekilde bilgi elde etmek, yaratmak, paylaşmak ve kullanmak için güçlü bir kültürün önemli katkıları bulunmaktadır (Barutçugil, 2002: 127). Son olarak, bilgi yönetimi alt yapısının önemli unsurlarından biri bilgi yönetimi teknolojileridir. Bilgi yönetimi teknolojileri bilgi yönetimini uygulanabilir kılmakta ve etkinliğini artırmaktadır (Türkmen, 2016: 72).

2.1.5. Bilgi Yönetimi Perspektifleri

Bu bölümde bilgi yönetiminin enformasyon, insan kaynakları ve örgütsel öğrenme üzerindeki etkileri ve birbirleriyle bağlantıları açıklanacaktır.

2.1.5.1. Bilgi yönetimi ve enformasyon

Bilgi yönetimi faaliyetlerinin anlaşılmasının yolu bilgi-enformasyon ilişkisini bilmekten geçmektedir. Tiwana (2003) tarafından yapılan çalışmada ifade edildiği üzere, “Örgütteki bilginin çok küçük bir bölümü yazıya dökülerek veri tabanlarına, kitaplara, el yazmalarına, belgelere ve sunumlara geçer [enformasyon halini alır]. Büyük bölümü insanın beyninde kalır. Oysa enformasyon, varlığını arşivlerde [ve kütüphanelerde] korur ve insanlar ayrıldıktan sonra da ordadır.” şeklinde ifade edilmiştir. Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere bilgi, bilgi yönetimi faaliyetleri kapsamında işlenmeye başlandığında aslında “enformasyon” halini almaktadır. Bilgilerin çeşitli depolama ve saklama yöntemleri ile kullanıma hazır enformasyonlara dönüşmesinde olduğu gibi, bir bilgiye ihtiyaç duyulduğu zaman o bilgiyle alakalı enformasyon kaynağına ulaşılmaktadır. Enformasyon kaynağından gerekli veriyi alan birey, bunu zihninde istediği şekilde bir değerlendirme sonucunda sentezleyerek yeniden bilgi formuna dönüştürmektedir. Dolayısıyla enformasyon ve bilgi

arasında, bilgi yönetimi faaliyetleri devam ettiği sürece sürekli bir döngü söz konusudur. Nitekim enformasyon ve bilgi arasındaki bu dönüşüm üzerine literatürde pek çok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalarda enformasyon-bilgi dönüşümlerine dair çok daha ayrıntılı ve teknik bilgiler sunulmaktadır. Ancak bu çalışma kapsamında bahse konu ayrıntılara girilmesine gerek duyulmadığı değerlendirilmektedir (Tiwana, 2003).

Bilgi yönetimi faaliyetlerinin temel amaçlarından olan örtük bilginin açığa çıkarılmasının, aslında bilginin enformasyona dönüşmesi olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim Özdemirci ve Aydın (2008) tarafından yapılan çalışmada ifade edildiği üzere, enformasyon verilerden doğmakta iken, bilgi enformasyondan doğmaktadır. Dolayısıyla veri-enformasyon-bilgi arasında gerçekleşen sürekli dönüşüm Bilgi Yönetimi faaliyetinin temellerini oluşturmaktadır.

2.1.5.2. Bilgi yönetimi ve insan kaynakları

Bilgi yönetimi yaklaşımı teknoloji tabanlı bir sistemin işletilmesi olarak algılansa da aslında bu sistemin temel unsuru insan faktörüdür. Bu durum Soliman ve Spooner (2000) tarafından yapılan çalışmada, işletmelerin sahip oldukları asıl bilgilerin bilgisayarlarda tuttukları değil, işletme personel ve yöneticilerinin akıllarında yer edinen bilgiler olduğu şeklinde ifade edilmiştir. Dolayısıyla bilgi yönetimi faaliyetleri, enformasyon teknolojilerini kişiler arası etkileşimi baz alan bir yaklaşım olarak etkin bir şekilde kullanmaktadır. Başka bir deyişle bilgi yönetimi, insan kaynakları yönetiminin gelişmiş bir şeklinin ifadesidir (Yahya ve Goh, 2002).

Bilgi yönetimi ve insan kaynakları arası ilişki üzerine yapılan çalışma sayısı bir hayli fazladır. Bunlar arasında literatürde öne çıkanlardan Lin ve Kuo (2007) tarafından yapılan çalışmada, insan kaynakları yönetimi stratejilerinin, bilgi yönetimi etkinliği üzerinde direkt etki sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Wang (2012) tarafından yapılan çalışmada da insan kaynağının seçilmesi, geliştirilmesi, ödül/ceza/ücretlendirme vb. pek çok insan kaynakları konusunun, bilginin yönetimine ait pek çok süreç üzerinde etkili olduğu ifade edilmiştir. Hatch ve Dyer (2004) çalışmasında, insan kaynaklarının ve bilgi yönetiminin etkin kullanımlarının işletme performanslarını arttırıcı yöndeki etkilerine vurgu yapılmıştır. Armstrong (2000) ise, insan kaynakları yönetiminin bilgi yönetiminin bir parçası olduğundan hareketle, insan kaynakları yönetimini bilgi yönetiminin öğrenme faaliyetlerini kapsayan bölümü olarak nitelendirmiştir. Soliman ve Spooner (2000) da bu

çalışmaya benzer şekilde insan kaynakları yönetimini; bilgi yönetiminin, çalışanların denetlenmesi ve gözlenmesi süreçlerini içeren bir alt bölümü olduğunu dile getirmiştir. İşletmelerin temel amacı olan rekabet gücünü sağlayabilmek için işletmenin insan kaynakları ve bilgi yönetimi faaliyetlerinin uyum içinde yürütülmeleri gerektiği sonucuna ulaşan çalışma ise Prahalad ve Hamel (1990) tarafından gerçekleştirilmiştir.

Literatürde öne çıkan çalışmalar incelendiğinde görüldüğü üzere, firmaların piyasadaki rekabet gücünü korumaları ve arttırmalarının yolu etkin insan kaynakları ve bilgi yönetimi faaliyetlerine bağlıdır.

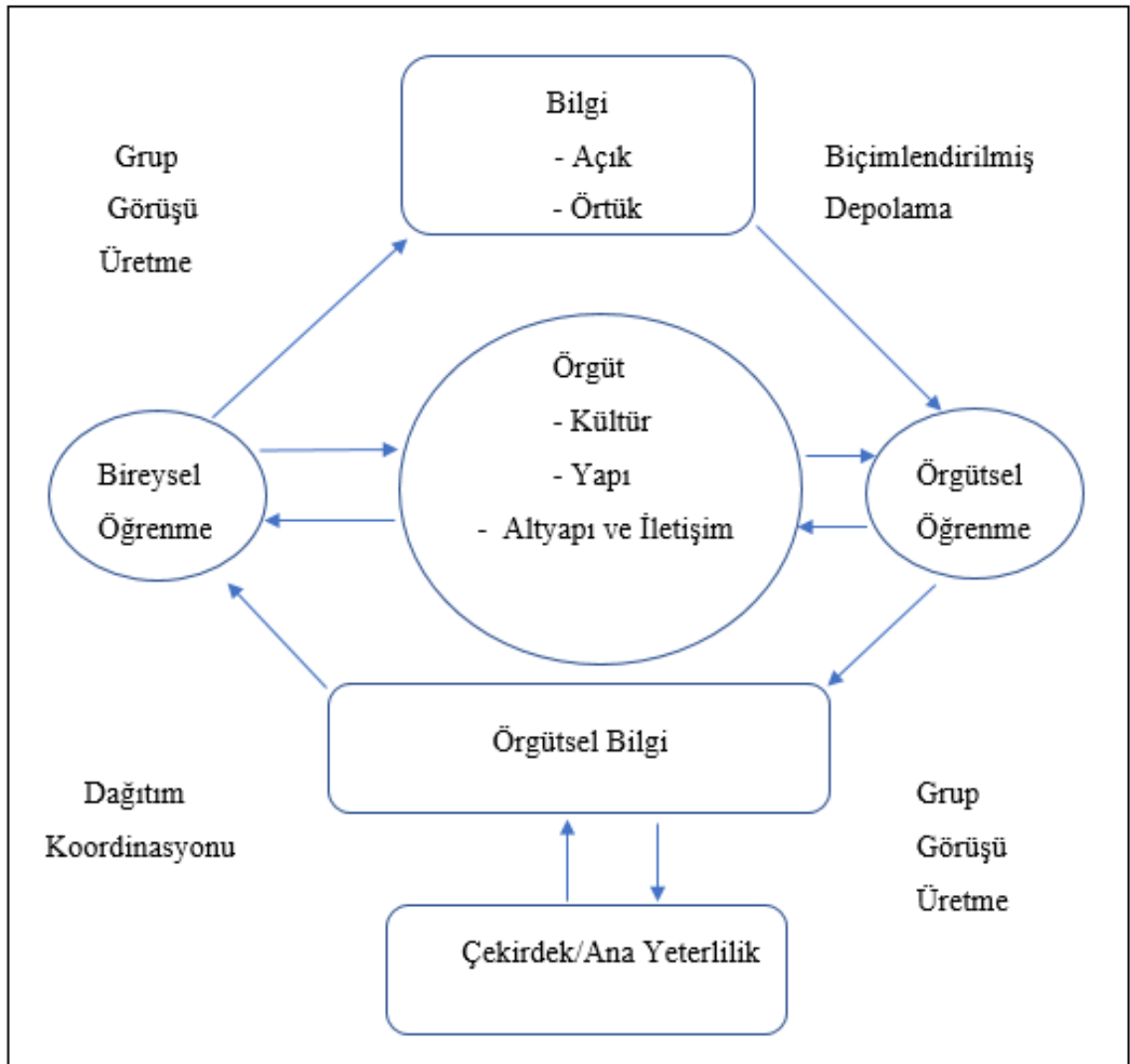
2.1.5.3. Bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenme

Bilgi yönetimi ile örgütsel öğrenme kavramları örgüt kültürünün bir parçası olarak birbirleri ilişki içerisinde. Öğrenen bir örgüt, örgütsel davranış kapsamındaki yönetim düşüncelerinin bir yansıması iken; bilgi yönetimi, bilginin oluşturulması, muhafaza edilmesi ve paylaşılması süreçleriyle alakalı örgütlerce kullanılan bir faaliyettir (Rowley, 2001). Örgütsel öğrenme ve bilgi yönetimi konularının her ikisi de disiplinler arası özelliktedir. Başka bir deyişle iki kavram da tek bir disipline bağlı olarak yürüyen süreçler değildir. Bu iki kavram da psikoloji, sosyoloji, stratejik yönetim, ekonomi vb. pek çok disiplinden bazı özellikler taşımaktadır (Argote, 2005). Bu sebeple bahse konu kavramlara ait süreçlerin tam olarak anlaşılması için farklı disiplinlere ilişkin bilgi altyapısı gerekmektedir.

Bilgi yönetimine dair açıklamaların yapıldığı bölümde ifade edilen örtük bilgi açık bilgi kavramları örgütsel öğrenme yaklaşımı için de geçerlidir. Öğrenen kişilerin bilgileri örtük bilgidan açık bilgi şekline dönüştükçe o kişinin zihinsel modeli, örgütsel modelin bir yapıtaş haline gelmektedir. Oluşan bu modelin değişme şekli ve hızı ise, örgüt kültürüne bağlı durumdadır. Katı enformasyon sistemlerinin mevcut olduğu bir ortamdaki çalışanlar, daha esnek ve açık iletişim imkanlarına sahip olan çalışanlara nazaran daha zor öğreneceklerdir. Ya da sıkı bir hiyerarşiyle belirli bir yönetici grubuna bağlı olmak, örgütsel etkinliklerin başarıya ulaşamaması tehlikesini içermektedir (Geus, 1999). Bu sebeplerle bilgi yönetimi çerçevesinden örgütsel öğrenme değerlendirildiğinde, örgütün amaçları ile bireyin amaçlarının aynı doğrultuda olması gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Lisa, 2002). Bilgi yönetimi süreci, örgütsel öğrenmenin önemli parçalarındandır. Bireysel ve örgütsel bilgiler, örgüt içi sosyal iletişim sayesinde birleşerek örgütsel bilgi seviyesinin etkinliğini arttırmaktadır. Bilgi yönetiminin örgütsel kapsamındaki temel amacı; piyasada kendisine

rekabet gücü sağlayacak şekilde bir örgüt oluşturmak için, çalışanlarının bireysel bilgi/birikimlerinden de istifade ederek “öğrenen bir örgüt” oluşturmaktır (Lisa, 2002).

Bilgi Yönetimi ile örgütsel öğrenme kavramlarının ortak özellikleri fazla olsa da bu iki kavramın odak noktaları birbirlerinden farklıdır. Bilgi yönetimi kavramı, örgütlerin deneyimleri sonucu elde ettikleri bilgilere odaklanırken; örgütsel öğrenme esas olarak öğrenilen her ne ise onun yönetimi konusuna odaklanmıştır (Lisa, 2002). Bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenme arası ilişkinin şekilsel gösterimi aşağıda (Şekil 2.4) sunulmuştur (Stonehouse, 1999).



Kaynak: Stonehouse, 1999.

Şekil 2.4. Bilgi Yönetimi ve Örgütsel Öğrenme Arasındaki İlişki

Şekil 1.7’de görüldüğü üzere bilgi, açık ve örtük bilginin toplamından oluşmaktadır. Bireysel ve örgütsel öğrenme, örgütün kültürel ve yapısal özellikleri ile karşılıklı etkileşim

halindedir. Bu yapıda bilgi de sadece etkileyen değil, etkilenen pozisyonda da bulunmaktadır. Dolayısıyla bilgi yönetimi ile örgütsel öğrenme arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Bahse konu karşılıklı etkileşim örgütsel bağlamda bir sürekliliğe sahiptir. Öğrenme ve bilgi yönetimi döngüsü süreçlerindeki ortak aşamalar şunlardır (Rowley, 2001):

- Bilginin elde edilmesi,
- Bilginin açık hale getirilmesi,
- Bilginin saklanması,
- Bilgiye erişim ve paylaşımı,
- Bilginin kullanımı,
- Bilginin düzenli periyotlarla gözden geçirilmesidir.

2.1.6. Bilgi Yönetiminden Beklenen Faydalar

Kurumlarda bilgi yönetimi faaliyetlerinin işletilmesi pek çok faydayı beraberinde getirmektedir. Bu faydaların belli başlıları aşağıda sunulmuştur (Bedük, 2005):

- Kurumdaki bilgi kaybının önüne geçmek

Bilgi yönetimi faaliyetlerini gerçekleştiren kurumlarda bir kurum hafızası oluşmaktadır. Böylece belirli faaliyetleri yürüten personelin çeşitli sebeplerle (emeklilik, istifa vb.) işten ayrılması durumunda işletmenin devam ettirmesi gereken faaliyetlerde herhangi bir aksama yaşanmamaktadır.

- İsabetli Kararlar Alınmasına Yardımcı Olmak

Bilgi yönetimi; bilgilerin türü, kalitesi vb. özelliklerine göre bilgileri sınıflandırarak gerektiği zaman bu bilgiye erişimi kolaylaştırmakta olup, bu sayede karar mekanizmalarının daha kısa sürede daha doğru kararlar alabilmelerine katkıda bulunmaktadır.

- Kurum İçi Esnekliği Sağlamak

Etkin bir bilgi yönetiminin hâkim olduğu işletmelerde, süreçler daha belirgin ve kolaylaştırılmış olduğu için üst yönetim tarafından astlar üzerindeki gözlem ve baskı daha

az olmaktadır. Bu durum alt kademelerde çalışanlara yaptıkları faaliyetlerde daha az müdahale edilmesi anlamına gelmektedir.

- Rekabet Avantajı Sağlamak

Firmanın mevcut ve potansiyel müşterilerini, piyasayı ve rakip firmaları daha iyi tanıma imkânı sağlamasına yardımcı olan bu sistem, dolayısıyla firmaların rekabet gücünü arttırmaktadır. Etkin bilgi yönetimini başarmış olan firmalar, sahip oldukları kaynaklardan daha yüksek verim elde ederek rakiplerine üstünlük kurma konusunda avantajlıdırlar (Zack, 1999).

- Varlık Gelişimini Sağlamak

Piyasa değeri olan varlıklar üzerinde yasal koruma (tescilleme, patent, lisanslar vb.) sağlanabilmesi bilgi yönetimi faaliyetleri ile daha kolay hale gelmektedir. Etkin bir bilgi yönetimine sahip olunmaması durumunda sahip olunan varlıkların düşük yasal koruması ve buna bağlı olarak düşük değerleri söz konusu olabilmektedir.

- Sunulan Ürün ve Hizmet Kalitesini Arttırmak

Bilgi yönetimi faaliyetlerinde bulunan şirketlerde sunulan mal ve hizmetlerin her aşamasında bilginin adapte edilmesi söz konusudur. Bir ürün ya da hizmetin değeri onun içerdiği bilgi ve deneyimle ölçülmekte olup bu durum özellikle yazılım firmalarının ürünlerinde kendini göstermektedir.

- Müşteri İlişkilerinde Başarılı Olmak

Bilgi yönetimi faaliyetleri, firmanın sunduğu ürün ve hizmetlere daha iyi odaklanmasını sağlamaktadır. Sunulan ürün ve hizmetler hakkında olduğu kadar müşteriler/potansiyel müşteriler hakkında da bilgi sahibi olunması ve bu bilgilerin gerektiği şekilde kullanılabilmesi durumu müşteri ihtiyaç ve taleplerine daha iyi yanıt verebilmeyi, dolayısıyla artan müşteri memnuniyetini sağlamaktadır.

- İşletmelerde İnsan Unsuruna Verilen Önemi Arttırmak

Daha önce değinildiği üzere bilgi yönetimi faaliyetlerinin temel unsurlarından birisi de insan faktörüdür. Çünkü bilgi yönetimine ilişkin tüm süreçlerde teknolojik destek alınsa da bu faaliyetlerin esas icracısı bireylerdir. Bu sebeple bilgi yönetimi ve bu faaliyetlerden

elde edilen neticelerin istenilen şekilde olmasında insan faktörünü temel alan çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar ise genel olarak etkin bir bilgi yönetimi faaliyetinden beklenen faydaları şöyle sıralamışlardır (Bollinger ve Smith, 2001):

- Firma personeli, herhangi bir konuda araştırma yaparken daha az zaman harcamaktadır.
- Her bir çalışan, kendi uzmanlık alanıyla ilgili işlere daha fazla odaklanabilmektedir.
- Düzenli bir faaliyet olması dolayısıyla çalışanlar üzerindeki stres düzeyi azalmaktadır.

2.1.7. Etkin Bilgi Yönetiminde Karşılaşılan Engeller

Bilgi yönetimi faaliyetleri avantajlı bir yöntem olmasının yanı sıra uygulamada bazı problemlerle karşılaşılması mümkündür. Bilgi yönetimi sistemlerinin uygulanabilmesi için verilerin depolanması, işlenmesi vb. faaliyetlerin yapılması bir gerekliliktir. Bu faaliyetler işletmeler açısından pek çok avantaj sağlasa da bu faaliyetler emek, zaman ve maliyet harcanmasını gerektiren işlemlerdir. Firma personeli kendi işlerini yerini getirmenin yanı sıra bilgi yönetimi faaliyetleri için gerekli olan işlemlerin yapılması için de ekstra bir zaman harcayabilmektedirler. Bilgi yönetimi faaliyetleri; bilginin depolanması, sınıflandırılması, işlenmesi vb. çok sayıda faaliyeti içeren karmaşık bir faaliyettir. Dolayısıyla bu karmaşıklıkta kullanıma hazır bir şekilde bilgilerin kodlanması, gerektiğinde paylaşımına sunulması kimi zaman zor olabilmektedir (Bollinger ve Smith, 2011).

Bilgi yönetimi faaliyetlerinin ana odak noktası bilgi olduğu ve bilginin özellikle günümüzde yaşanan hızlı değişim/gelişim dolayısıyla her an demode olma potansiyeli taşıması sebebiyle, bilgi yönetimi faaliyeti çerçevesinde yapılan bazı işlemlerin bir anda gereksiz hale gelebilmesi söz konusu olabilmektedir. Bu durum kimi durumlarda büyük emek, para ve zaman harcanarak yapılan bilgi yönetimi işlemlerinin boşa gitmesi anlamına gelmektedir (Türkmen, 2016).

Bilgi yönetimi faaliyetlerinin bir diğer potansiyel problemi ise, çalışanların maruz kaldıkları aşırı bilgi bombardımanından olumsuz etkilenme ihtimalleridir. Çok değerli bilgiler içermesine rağmen iyi kodlanmaması sebebiyle aşırı bilgi ihtiva eden içeriklere maruz kalan çalışanlar bu bilgilerden yararlanamayacaklardır (Aktan ve Vural, 2005). Bilgi yönetimi faaliyetlerindeki bir başka potansiyel sıkıntı ise, kişilerin eleştirilme korkusuyla

bilgi paylaşımından çekinmeleri konusudur. Kurumda yer alan çalışanlar arasında karşılıklı güven ve saygı ortamı mevcut olmadığı durumlarda bilgi yönetimi faaliyetlerinin istenilen amaçlara ulaşmada yetersiz kalacağını söylemek mümkündür. Bilgi yönetimi faaliyetlerinin uygulanmasında karşılaşılan bu ve benzeri engeller aşağıdaki Tablo 2.2’de özet bir şekilde sunulmuştur (Bollinger ve Smith, 2011).

Tablo 2.2. Bilgi Yönetimi Uygulamalarında Karşılaşılan Engeller

Organizasyon açısından engeller	☐ Bilgi tabanını oluşturmak, zaman alıcı, emek yoğun ve maliyetlidir ☐ Bilgi yönetimi zaten yoğun bir şekilde çalışan bireye ilave işler yükler ☐ Bilgi tabanlı sistem teknolojileri sınırlıdır ☐ Geçici proje takımlarını izlemek güçtür ☐ Aşırı ve gereksiz enformasyon söz konusudur ☐ Çalışanlar sistemden faydalanamazlar ☐ Örtük bilgiyi kodlamak güçtür ☐ Anlaşılmaz dil ve sözler yaygınlaşır ☐ Bilgi yönetimi çalışanların kontrolünü gerektirir ☐ Bilgi yönetimini destekleyen güçlü bir kültürün gerekliliği ☐ Bilgi yöneticilerinin yanlış mesaj vermesi
Takım-grup açısından engeller	☐ Bireysel çabaların ödüllendirilmesi ile birlikte çalışanları bilgi istifçiliğine teşvik etmek ☐ Yöneticiler ve meslektaşlar tarafından eleştirilme korkusu ☐ Diğer disiplinlere olan saygı eksikliği ☐ Güven, saygı ve ortak bir amaç etrafında birleşmemekten doğan yıkıcı çabalar ☐ Takım süreçlerinin belgelenmesinin ek isleri beraberinde getirmesi
Bireysel açıdan engeller	☐ Bilgi paylaşımında isteksizlik ☐ Bilginin güç, terfi, ödül/ceza gibi unsurların kaynağı olması ☐ Meslektaşlar arası rekabet ☐ (Bilginin/ know-what) Başarının ödüllendirilmesi ☐ Uzmanlığa dayalı statü ve değer anlayışı ☐ Teknik bilginin transferi (aktarılması) halinde kişisel değerın yitirileceği korkusu.

Kaynak: Bollinger ve Smith, 2011.

Bilgi yönetimi faaliyetlerinin uygulanmasında yukarıda görüldüğü üzere pek çok gerekçe bulunmaktadır. Ancak bunlar arasında en önemlisi kişisel bazda çalışanların bilgi paylaşımı konusunda isteksiz davranışları hususudur. Çalışanları bu davranışa iten en önemli sebebin ise, sahip olunan bilginin paylaşılması durumunda çalışanın o konu hakkındaki değerinin azalacağı düşüncesidir. Çalışma ortamının da bu ve benzeri davranışlara zemin hazırlayacak niteliklerde olması (çalışanlar arası rekabetin birinci planda olduğu) durumunda bilgi yönetimi faaliyetlerinin istenilen verimliliğe ulaşamayacağı açıktır (Bollinger ve Smith, 2011).

Bu bölümde sözü edilen bilgi yönetimi uygulamalarının önündeki tüm engellerin aşılabilmesi, kurumların organizasyonel bir kültüre sahip olmaları ile mümkündür. Kurumlar bu kapsamda çalışanların bireysel rekabetten çok bir arada çalışabilecekleri dayanışmaya dayalı bir ortamı oluşturmak durumundadırlar. Aksi takdirde, ortak hareket etme esasına dayalı bilgi yönetimi uygulamalarından bir verim alınması söz konusu olmamaktadır (Türkmen, 2016).

2.2. Stratejik Yönetim

Stratejik yönetim, 1880’li yıllarda Sanayi Devrimi’nden sonraki dönemde ortaya çıkmış, 1950’li yıllara kadar bir kavram olmaktan öteye geçmemiş olan ve 1950’li yıllarla birlikte kavramsal olarak gelişme gösteren bir kavramdır. Kavram, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren işletme ve yönetim alanlarında yönetim bilimcilerinin dikkatini çekmiş ve yoğun bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. 1980’li yıllara gelindiğinde stratejik yönetim bir işletme içerisinde vizyon kadar önemli bir yere sahip özellik olarak nitelendirilmiş, çevreye ve çevredeki değişimlere uyum sağlayamayan canlıların yaşadıkları zorluklar ve yok olmalarına benzer biçimde işletmelerin varlıklarını sürdürebilmesi için çevreye uyumlu olarak değişimler göstermeleri gerektiği belirtilmiştir (Ülgen ve Mirze, 2013: 31-57).

90’lardan sonra beliren şekliyle stratejik görüş kavramını da içerisine alan stratejik yönetim; işletmelerde değişen şartları, iç ve dış çevre durumunu göz önüne almayı ve stratejik yönetimin işletmenin faydasına olacak şekilde esnek olmasını sağlayan bir sistemin bütünüdür. Diğer bir tanımla, işletmenin iç ve dış çevre ilişkilerini düzenleyen ve rekabet ortamında işletmenin geri planda kalmasını engelleyen bir yönetim şeklidir (Ünlü, 2015).

Stratejik yönetimi kısaca, “işletmenin çevresiyle olan ilişkilerinin düzenlenmesi ve istikametinin belirlenmesi için yapılacak faaliyetlerin planlanması, örgütlenmesi, uygulanması, koordinasyonu ve kontrol edilmesi süreci” olarak tanımlamak mümkündür (Dinçer, 2013: 35-52). Modern anlamda ise stratejik yönetim “işletmenin uzun dönemde yaşamını devam ettirebilmek, ona sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve dolayısı ile ortalama kar üzerinde getiri sağlayabilmek amacıyla, eldeki üretim kaynaklarının (doğal kaynaklar, insan kaynakları, sermaye, hammadde, makineler, vb.) etkili ve verimli kullanılmasıdır” (Ülgen ve Mirze, 2013: 28).

Stratejik yönetim üzerine literatürde öne çıkan çalışmalardan Ansoff'un yaptığı çalışmaya göre, stratejik yönetim kavramı temel olarak işletmeleri faaliyette bulunduğu alanda başarıya götürebilecek sistematik bir yaklaşımdır. Aynı doğrultuda ancak daha detaylı bir tanımlamaya göre stratejik yönetim, organizasyonların değişen çevre koşullarına uyum sağlamalarının ve bu durumu işletme için sürdürülebilir rekabet gücüne çevirebilmelerinin yanı sıra işletme vizyonuna ulaşılmasına hizmet eden yaklaşımlardır (Aydın, 2002).

Stratejik yönetim sıklıkla stratejik yönetimin üç temel kavramı olan misyon, vizyon, strateji ve politika kavramları ile karıştırılmaktadır. Dolayısıyla bunların ne olduğunun kısaca açıklanması stratejik yönetimin ne olduğunun anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. İşletme yönetimi açısından ise misyon, “bir işletme veya örgütün kuruluş ve varoluş nedenini açıklayan, temel amaç ve hedefini net bir şekilde ortaya koyan bir ifadedir”, dolayısıyla “biz niçin varız?” sorusunun yanıtıdır. Vizyon ise, “bir işletme veya kurumun gelecekte ulaşmak istediği yeri, varmak istediği durumu” yani “geleceğe yönelik gerçekleştirilebilir amaç ve hedefleri” ifade etmektedir. Ayrıca, strateji, “rakiplerin faaliyetlerini de inceleyerek, amaçlara varmak için belirlenmiş, nihai sonuca odaklı, uzun dönemli, dinamik kararlar topluluğu” dolayısıyla “bir şirketin oyun planıdır”. Son olarak politika ise “hedeflere ulaşmak için şirketin izleyeceği yol” veya “stratejilerin uygulanması sürecinde çalışanların faaliyetlerine ve kararlarına yol gösteren bir rehber, bir pusuladır” (Türkmen, 2016: 22-23).

Stratejik yönetimle; bir örgütün bütün kademelerinde ve faaliyet gösterdiği alanlarda iş planları, örgütsel sorumlulukları, idari yapısı bir olarak da nitelendirilir. Ancak, stratejik yönetimde temel amaç; işletmenin bugünkü durumunu düzenlemek ve bugünkü duruma bağlı olarak gelecek durumun öngörüsünü yapmaktır. Dolayısıyla, stratejik yönetimin özellikleri özetle şu şekilde ifade edilir (Ünlü, 2015):

- Stratejik yönetim, işletmenin geleceğine yönelik planlamalar içerir,
- Örgütteki en üst yönetimin de bir kademesini ifade eder,
- İşletmede alınan her kararın bütün – parça ilişkisine de etkilerini göz önünde bulundurur,
- İşletmeyi bir bütün olarak karşılar,
- İşletme vizyonunun gelişmesine katkı sağlamaktadır,

- Stratejik yönetim işletme içerisinde en alt kademeden en üst kademeye kadar her birimin ortak noktasından hareket eder.
- İşletmenin amaçlarına uygun olarak etkin bir kaynak dağıtımı, stratejik planlama ile gerçekleşir,
- Stratejik yönetimde işletmenin bir parçası olan çevre önemli bir yer tutar.
- Stratejik yönetimde toplum çıkarlarını göz önünde bulundurma önemlidir.

Dolayısıyla, stratejik yönetim düşüncesi; temelde işletmelerin belli bir zaman ve çerçeve içerisinde varlıklarını sürdürebilmeleri için çeşitli plan ve yöntemlerin geliştirilmesine dayanmaktadır. Stratejik yönetim süreci kendi içerisinde; stratejik yönetimde hiyerarşi, stratejik tasarım, strateji geliştirme, stratejik planlama, vizyon ve misyon belirlenmesi, işletme amaçlarının belirlenmesi, rekabetçi pozisyonun belirlenmesi, stratejik analiz, uygulama ve sonuçların analizi şeklinde bölümlere ayrılmaktadır (Ünlü, 2015).

2.2.1. Stratejik Yönetim Süreci

Stratejik yönetim süreci, firmaların uzun vadede varlığını sürdürebilmesini, piyasadaki rekabet gücünü korumasını/arttırmasını sağlayan bilgi elde etme, sınıflandırılması, seçim, karar verme ve uygulama faaliyetlerinin tamamını kapsayan bir süreçtir. Bahse konu bu süreç devamlılık arz etmelidir. Özellikle günümüzde çevresel koşulların ve iletişim teknolojilerinin kaydettiği gelişme göz önüne alındığında işletmelerce sürekliliği sağlanmış olan bir stratejik yönetim sürecine sahip olmak büyük önem arz etmektedir (Ülgen ve Mirze, 2004).

Stratejik yönetim sürecinin ilk adımı stratejik bilincin varlığı ile başlamaktadır. İşletmelerde stratejik bilincin var olup olmadığı ise aşağıda sıralanan özelliklerin var olmasına bağlı olarak değişmektedir:

- Kendi faaliyette bulunduğu sektör de dahil olmak üzere tüm iş dünyasının sürekli bir değişim ve gelişim içinde olduğunun farkında olduğu,
- Rakip firma ve kurumların değişen çevre koşullarına uyum sağlamak adına yeni stratejiler üretilip, yeni yöntemler kullandığının bilincinde olduğu,

- Bahse konu bu stratejilere karşılık verebilecek nitelikte olan ve işletme etkinliğine katkı sağlayacak yeni stratejik fikirler üretilmesine olan ihtiyacın farkında olduğu işletmelerde stratejik bilicinin varlığından söz etmek mümkündür.

İşletmeler için bu konudaki en önemli faktörlerden biri, özellikle yönetici kadrosunun stratejik bilince sahip olmasına duyulan ihtiyaçtır. Çünkü stratejik yönetim süreci, stratejik fikirlerin ve planlamaların yapılmasıyla düşünsel safhada başlayan ve daha sonra uygulamaya geçen bir süreçtir. Dolayısıyla işletmeler için stratejik yönetim bilincine sahip yöneticilere sahip olmak bu sürecin iyi işletilmesi açısından bir gerekliliktir (Ülgen ve Mirze, 2004). Stratejik yönetim sürecinin önemli parametrelerinden olan dış kaynak analizi, işletmenin çevresel gelişmelere bağlı olarak doğacak fırsat ve tehditlere karşı uyanık olmasının bir gereğidir. Bir başka stratejik yönetim süreci faktörü olan iç kaynak analizi ise, doğru bir dış kaynak analizi sonrasında potansiyel fırsatların değerlendirilip, tehditlerden sakınmak maksadıyla işletmenin iç kaynaklarını analiz etmesi ve kendi yapısında yapması gereken düzenlemeleri belirlemesidir. Bu faktör bir nevi işletmenin kendini değişen durum çerçevesinde analiz etmesi olup, eksik ve güçlü olan yönlerin tespit edilmesini içermektedir (Dinçer,1997). Stratejik yönetim sürecinin ilk iki aşaması olan dış ve iç kaynak analizleri tamamlandıktan sonra ulaşılmak istenilen hedefler doğrultusunda uygun stratejilerin belirlenmesi çalışmalarına geçilmektedir. Bu aşama stratejik yönetim sürecinin en önemli aşamalarındandır. Daha sonra belirlenen muhtemel stratejilerden en optimal olanının belirlenmesine geçilmektedir. Genel itibarıyla stratejik yönetim sürecinin seçim aşamasında işletmelerin odaklandıkları üç ana nokta bulunmaktadır. Bunlar:

- İşletmenin sahip olduğu olanakla, çevresel fırsat ve tehditler göz önünde bulundurularak birbirlerine alternatif stratejilerin belirlenmesi,
- Birbirlerine alternatif olarak belirlenen stratejiler arasından seçim yaparken kullanılacak kriterlerin belirlenmesi,
- Belirlenen kriterlere göre en etkin stratejinin belirlenmesidir.

Stratejik yönetim sürecinin son basamağı ise seçilen optimum alternatifin işletmelerce uygulanmasıdır. Bu sürecin tamamı en üst yöneticiden en alt kademedeki çalışanlara kadar herkesin ortaklaşa yürütmesi gereken bir süreçtir. İşletmelerin organizasyon yapıları seçtikleri stratejilerle uyumlu olmalıdır. Nitekim merkezi yönetim anlayışını benimseyen bir firma ile, ademi merkezi anlayışa yönetilen firmaların seçecekleri

stratejilerin de birbirinden farklı olması beklenmektedir. Seçilen stratejilerin başarılı olarak uygulanabilmesi için dikkate alınması gereken çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bunlarda birisi de örgüt kültürüdür. İşletme tarafından seçilen stratejilerle uyumlu bir örgüt kültürünün varlığı, belirlenen hedefler doğrultusunda tüm örgütü ortak duygularla harekete geçirebilecek olup bu durum işletmenin başarı ihtimalini oldukça arttıracaktır (Dinçer, 1997). Stratejik yönetim sürecinde son olarak yapılması gereken faaliyet uygulanmakta olan stratejinin kontrol ve değerlendirmesinin yapılmasıdır. Seçilen stratejinin uygulanmasının işletmeye getiri ve götürüleri dikkatle analiz edilmelidir. Nitekim bu süreç işletmenin geleceği açısından devam eden stratejinin uygulanması ya da değiştirilmesi kararının verildiği aşamadır. Dolayısıyla bir stratejik yönetim sürecinde değerlendirme ve kontrol aşamasının son aşama olmasının yanında yeni bir stratejiye geçilmesine karar verilmesi durumunda ise ilk aşama olduğunu söylemek mümkündür (Aktan, 1998).

2.3. Stratejik Bilgi ve Stratejik Bilgi Yönetimi

Bu bölümde Stratejik bilgi açıklanarak, yönetimi süreci hakkında bilgi verilecektir.

2.3.1. Stratejik Bilgi

Günümüzde bilgi, stratejik bir değer hüviyetinde olup yeni mal ve hizmetlerin oluşturulmasında temel etmendir. Belirsizliğin mevcut olduğu bir piyasada rekabet gücünü koruyabilmenin en önemli yollarından biri bilgidir. Bu sebeplerle günümüz koşullarında işletmeler açısından bilgiye verilen önem gün geçtikçe artmaktadır. Bilgi temelli yönetimler işletmeler için ayakta kalabilmenin bir gerekliliği haline gelmiştir. Başka bir deyişle bilgi kavramı, firmaların hedeflerine ulaşabilmeleri için elde etmeleri gereken en önemli “stratejik kaynak” durumuna dönüşmüştür (Kurt ve Ağca, 2007). Literatürde bilgiye yüklenen bu değer temel birtakım gerekçelere dayanmaktadır. Nitekim bir varlığın “stratejik kaynak” olarak nitelendirilebilmesi için sağlaması gereken birtakım özellikler bulunmaktadır. Bunlar (Bollinger ve Smith, 2001):

- Taklit edilememesi

Organizasyon içerisindeki her bir birey işleyen süreç boyunca elde edilen toplam bilgiye kendi kişisel bilgi ve yorumlarını da dahil ederek süreç boyunca toplanan veri tabanına katkı sağlamaktadır. Bu katkılar kişilerin tecrübe ve yorumlarına dayalı kişisel

bilgiler olabileceği için, her bir stratejik bilgi aslında diğerinden farklı ve özgündür. Bilgiye stratejik özellik kazandıran faktörlerden biri de zaten bu özgünlüğüdür.

- Nadir Bulunması

Her bir stratejik bilgi ait olduğu işletmenin ve çalışanları uzun yıllar boyunca elde ettikleri tecrübe ve bilgiye dayalı olduğundan az bulunur niteliktedir.

- Değerli Olması

Yeni stratejik bilgiler, işletmeler açısından mal ve hizmet aşamalarının pek çoğuna kullanışlı özellikleriyle katkı sunmaktadır. Günümüzde bir işletmenin artan piyasa rekabetinde ayakta kalabilmesinin yollarından en önemlisi stratejik bilgiye sahip olmasıdır. Daha önce kullanılmamış stratejik bir bilgiyi ilk edinen işletmeler, piyasada stratejik avantaj elde etme konusunda avantajlı duruma gelmektedir. Dolayısıyla stratejik bilgi bu yönleriyle oldukça değerlidir.

- İkame Edilememesi

Stratejik bilginin özgün olmasının bir sonucu olarak her stratejik bilgi onu elde eden ve kullanan kişilerle birlikte vücut bulmaktadır. Dolayısıyla bu bilgiler yerine kullanılacak başka bir bilgiyle aynı katkının sağlanması mümkün değildir.

Gün geçtikçe işletmeler açısından başarılı olabilmenin temel gerekliliği haline gelen stratejik bilginin elde edilmesi ancak uzun dönemli stratejik yönetim faaliyetleri sonucunda mümkün olabilmektedir. Stratejik bilgiler genellikle, belirli bir düzende olmayan ve geniş kapsamlı bilgiler olup, işletmenin dışsal koşulları dahil pek çok diğer faktörle birlikte değerlendirildiğinde spesifik olarak kullanışlı bilgiler haline dönüşmektedir. Bunun yanında stratejik bilgiler çoğunlukla dışsal kaynaklardan elde edilen ve tahmini özellikteki bilgiler olmaktadır. Piyasadaki rakipler ve onların stratejileri hakkındaki güncel stratejik bilgileri elde edebilen firmalar avantajlı konuma gelmektedir (Karakaya, 2002).

Stratejik bilginin rekabet gücünü arttırmaya yarayan özelliği, stratejik bilgiye sahip olan firma yöneticilerinin alacağı karar ve yapacakları uygulamalardaki başarılarla mümkün olabilmektedir. Başka bir deyişle stratejik bilgiye sadece sahip olmak değil, onun doğru ve zamanında kullanımını sağlamak da bir o kadar önemlidir (Erkan, 1997). Stratejik bilgilerin işletme açısından yararlı bilgiler haline gelebilmesi bilgi teknolojileri ile uyumlaştırılması

ile de yakından ilişkilidir. Sonuç olarak işletmeler açısından yararlı bilgilerin özellikleri şunlardır: doğru zamanda kullanım, eksiksiz ve doğru bilgi, kolay anlaşılabilir bilgi, kolay ulaşılabilir bilgidir (Karakaya, 2002).

2.3.2. Stratejik Bilgi Yönetimi

Gelişen ve değişen pazar koşullarında işletmeler hem de piyasada kendilerine sağlam bir yer edinmek hem de rakiplerine karşı fark oluşturmak amacıyla bilgiye ve onun stratejik yönetimine ihtiyaç duymaktadırlar. Bunu yaparken ise sadece işletmelerin sahip olduğu en değerli sermaye olarak kabul edilen bilginin varlığı yeterli değildir. Bunun yanında, bilginin stratejik yönetimine ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla, stratejik bilgi yönetimi oldukça önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın, 2002; Akgemici, 2003; Zaim, 2005).

Daha önce ifade edildiği üzere bilgi gün geçtikçe önem kazanan bir kavram haline gelmektedir. Bilginin organizasyonlar açısından stratejik bir değer ifade etmesi, piyasada artan rekabet dolayısıyla yenilik ve yaratıcılık kavramlarının ön plana çıkmaya başlamasıyla olmuştur. Rekabet gücünü sürekli tutmak ve piyasadaki müşteri beklentilerine karşılık verebilmek için bilginin stratejiye dönüştürülerek organizasyonel süreçlerde yararlanılması durumu ortaya çıkmıştır. Günümüzde yaşanan küresel rekabet ortamında işletmeler başarılı olabilmek için birtakım stratejilere ihtiyaç duymaktadırlar. İşletmenin organizasyonel yapısının değiştirilmesi, rakiplerin piyasada pasif kalmasının sağlanması, diğer işletmelerle ortaklık vb. stratejik hamleler yapılması mümkündür. Bu ve benzeri stratejik hamlelerin hepsinin ortak özelliği ise, piyasayla ilgili stratejik bilgiye doğru zamanda sahip olarak doğru zamanda uygulanmasını sağlamaktır (Kurt ve Ağca, 2007).

Stratejik yönetim yaklaşımında, organizasyonların değişen koşullara göre kendi yapısını dönüştürebilmesi ve bunu yaparken rekabet avantajını en azından koruyarak belirlemiş olduğu vizyonu ile uyumlu hale getirmesi gerekmektedir. İşletmelerin bunu sağlayabilmesinin tek yolu, iç ve dış kaynaklardan sağlıklı bir bilgi akışına sahip olmasıdır. Başka bir deyişle, stratejik yönetim faaliyeti her aşamada stratejik bilgiye gereksinim duymaktadır. Çünkü bahse konu bu bilgiler kullanılarak stratejik karar verme faaliyeti gerçekleştirilebilmektedir. Bunlardan hareketle stratejik bilgi yönetimi kavramını, stratejik yönetim sürecinin destekleyicisi olarak meydana geldiğini söylemek mümkündür (Aydın vd., 2002).

İşletmelerin sürekliliği olan bir rekabet gücüne sahip olabilmesi konusu, dış koşullardan ziyade işletmenin kendi bünyesinde geliştirilen ve değiştirilen imkân ve kabiliyetlerle ilgilidir. Ancak işletmelerce sahip olunan ya da edinilen her imkân ve kabiliyetin stratejik öneme sahip olduğunu söylemek zordur (Barca, 2002). Stratejik bilgi yönetimi yaklaşımı kapsamında bir organizasyon için stratejik olarak en önemli kaynak bilgidir. Buna ek olarak edinilen bilginin iyi yönetilebilmesi de bir o kadar hayati bir konudur. Bu nedenle stratejik bilgi yönetimi kavramını, stratejik yönetimin vazgeçilmez bir unsuru olarak ifade etmek mümkündür. Bu süreç işletmeler açısından uzun vadeli stratejik hedefleri kapsamakta olup kısa vadeli dar bir perspektifle sınırlı bir kavram değildir. Bu bilgiyi de göz önüne alarak stratejik bilgi yönetiminin temel amacını şöyle ifade edebilmek mümkündür (Zaim, 2005): “Stratejik bilgi yönetiminin temel amacı organizasyonun uzun vadeli –günümüzde ve gelecekte- bilgi ihtiyacının tespit edilerek bu ihtiyacın giderilmesine yönelik mevcut kaynakların ve imkânların daha etkili biçimde yönetilmesine veya duruma göre yeni kaynaklar bulunmasına yönelik stratejiler geliştirmektir.”

2.3.2.1. Stratejik bilgi yönetimi süreci

Stratejik bilgi yönetiminin literatürde öne çıkan bir tanımına göre; işletmelerin iç ve dış çevreden beslenerek oluşturdukları enformasyonun; işletmenin rekabet ortamında işine yarayacak şekilde kullanması için stratejik bilgiye dönüşmesi sürecinin yönetimini kapsamaktadır. Bu nedenle, üç temel aşamanın bir araya gelmesi ile ortaya çıkmaktadır. Bu aşamalar stratejik bilgi analizi, stratejik bilgi seçimi ve stratejik bilgi uygulamasıdır (Şekil 2.5). Stratejik bilginin elde edilmesini gösteren bu aşamaları aynı zamanda stratejik bilgi yönetimi süreci olarak da ifade etmek mümkündür.



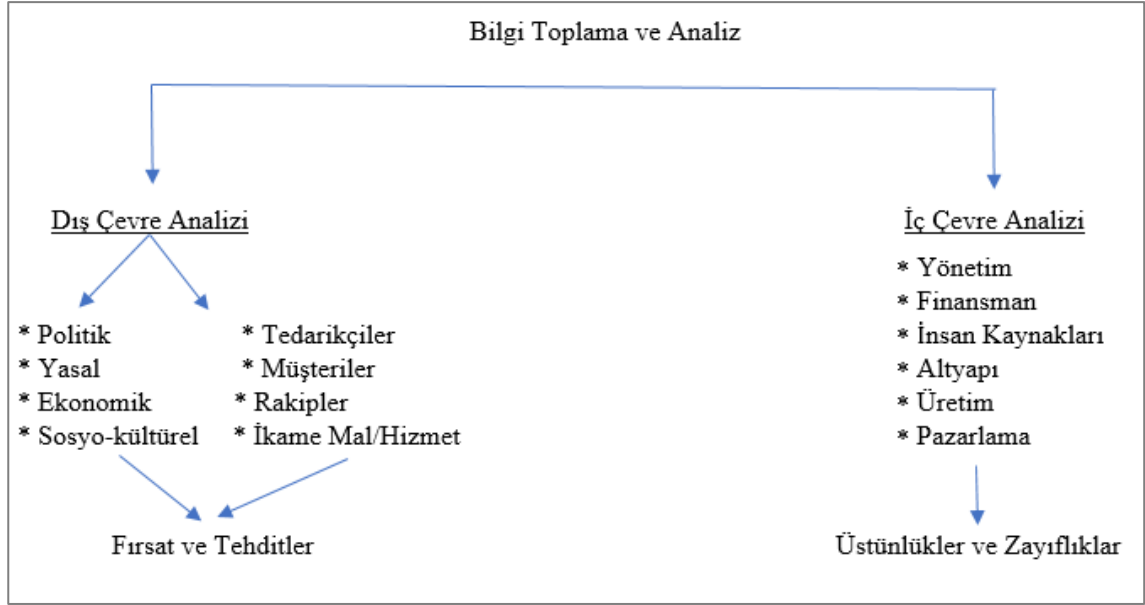
Şekil 2.5. Stratejik Bilgi Yönetimi Aşamaları/Süreci

Stratejik bilgi yönetim sürecinin aşamalarını gösteren Şekil 2.5'te görüldüğü üzere stratejik bilgi yönetimi süreci üç aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar aşağıda detaylandırılmıştır.

Stratejik bilgi analizi aşaması, işletmenin iç ve dış çevresinin incelendiği ve bilgi varlıklarının kontrol edildiği aşamadır. Dolayısıyla, iç ve dış çevre analizi olmak üzere iki alt aşamadan meydana gelmektedir. Bunlardan dış çevre analizinde ekonomik, teknolojik, politik ve siyasal durumlar; müşteriler, rakipler, tedarikçiler, mal ve hizmetler fırsat ve tehditler bağlamında gözden geçirilir. İç çevre analizinde ise pazarlama, insan kaynakları, yönetim, altyapı ve finansman gibi öğeler yine fırsat ve tehditler bağlamında gözden geçirilir (Akgemici, 2003).

Bu aşamada organizasyonun iç ve dış çevresi incelenmektedir. Gelecek dönemlerde organizasyonla ilgili olarak yapılması muhtemel değişikliklerin bu inceleme evresinde tespit edilmesi söz konusudur. Dış çevrenin incelenmesi konusunda daha önce yayınlanmış olan dokümanların oluşturduğu yazılı kaynakların yanı sıra; radyo/TV programları, konuyla ilgili verilen demeçler vb. den oluşan sözlü kaynaklar da değerlendirme için kullanılabilir (Dinçer, 1997).

Dış çevrenin incelenmesi, bilgi yönetimi kapsamında kullanılabilecek olan bilgilerin elde edilmesi ve dış çevreden kaynaklı fırsat/tehditlerin zamanında tespit edilebilmesi açısından önemlidir. İç çevre analizi ise organizasyon bünyesindeki iş süreçlerinin, oluşturulan çalışma ekiplerinin gözden geçirilebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Organizasyonun yapısal özellikleri iyice irdelenerek güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilmesi bu aşamada yapılmaktadır. Aşağıda sunulmuş olan Şekil 2.6'da stratejik bilgi analizi aşamasının unsurları olan iç ve dış çevre analizlerine ait şekilsel gösterim bulunmaktadır.



Kaynak: Ülgen ve Mirza, 2004.

Şekil 2.6. Stratejik Bilgi Analizi

İşletme yöneticilerinin stratejik bilgi analizine has bazı görevleri bulunmaktadır. Bu aşamada yönetici kadrosunda bulunan kişilerin, elde edilen bilgilerden hangilerinin organizasyon açısından daha avantajlı olacağını hangilerinin tehdit sinyalleri içerdiğini analiz etmeleri büyük önem taşımaktadır. Yöneticilerin bilgi analizi sırasında bu ayrımı yapabilmeleri için kullandıkları temel analiz yöntemleri ise SWOT ve Denge Analiz yöntemleridir (Ülgen ve Mirza, 2004).

İkinci aşama olan **stratejik bilgi seçimi aşaması**; işletmenin kendisi için stratejik değer ifade eden bilgiyi seçmesi sürecini içine alır. Bu süreçte, bilginin zamanlama, yer ve maliyeti ile bilginin içeriğinin güvenliğine bakılarak değerlendirme yapılır. Yapılan değerlendirme sonucunda ise maliyet ve fayda analizi yapılarak işletme için gerekli olan stratejik bilgi seçilir (Akgemici, 2003). Bu aşamada bunlara ek olarak bilgi temelli birtakım kriterler de kullanılmaktadır. Bunlar (Aydın, 2002):

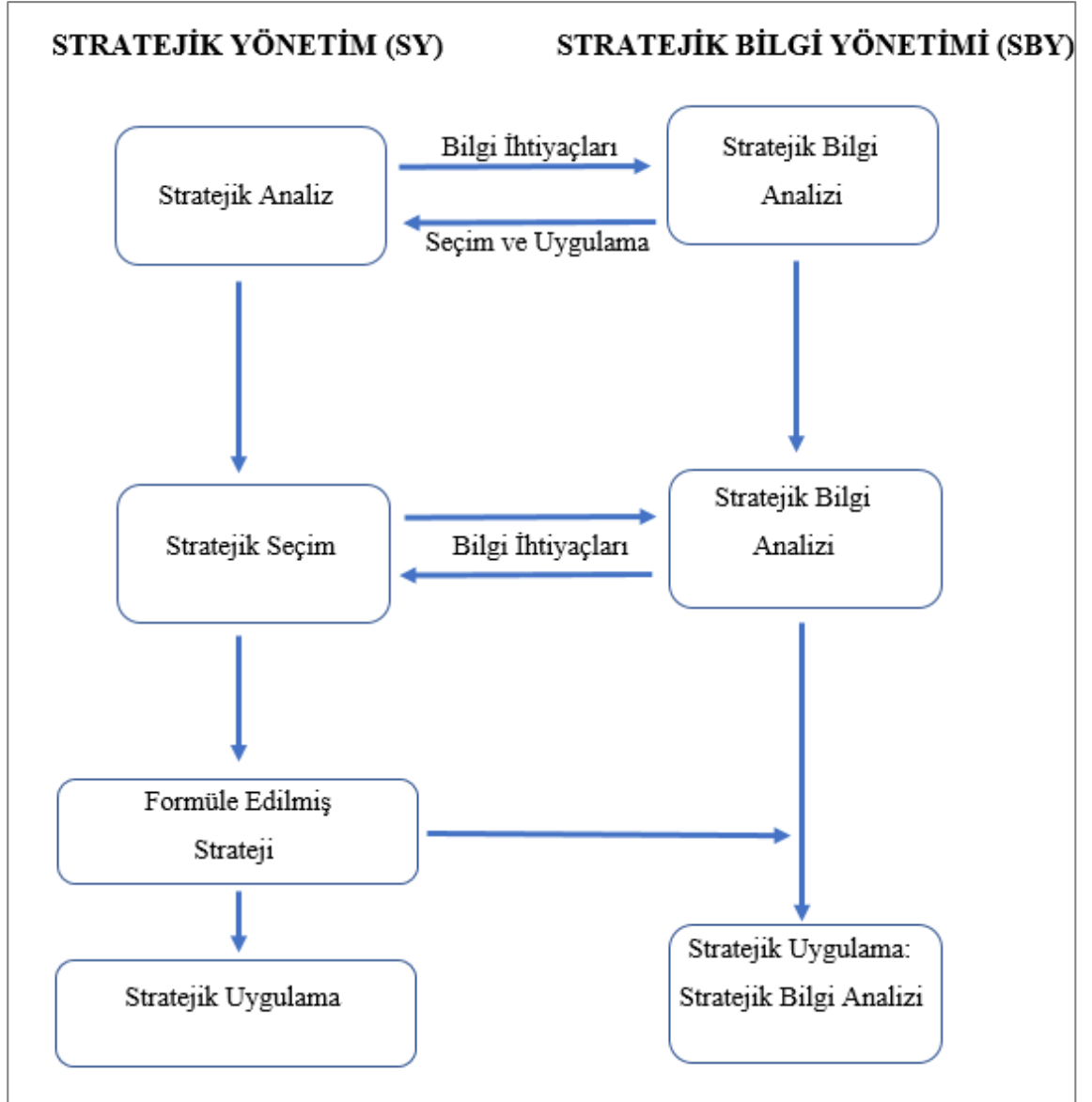
- Bilginin içeriği: Elde edilen bilginin içerik olarak doğru, uygun ve güvenilir olması durumlarının kontrolünde kullanılan kriterdir.
- Bilginin zaman boyutu: Seçilen bilginin ihtiyacı karşılama durumunun farklı zamanlar için geçerli olup olmamasını belirleyen kriterdir.
- Bilginin yer boyutu: Bilginin doğru yere yönlendirilmesi demek olan doğru kişiye ulaştırılması konusundaki yeterlilik seviyesidir.

- Bilginin maliyeti: Bilgi yukarıda sayılan tüm özellikleri karşılarsa bile işletmeye olan maliyetinin de karşılanabilir boyutlarda olması gerekmektedir.

Belirlenen bilgi opsiyonları yukarıda sunulan kriterler baz alınarak değerlendirilmektedir. Sonuçta fayda/maliyet analizi yapılarak en uygun stratejik bilginin seçimine karar verilir. Karar verme aşamasında beyin fırtınası gibi yöntemler kullanılabileceği gibi karar ağacı tarzı sayısal teknikler de kullanılabilmektedir. Bütün bunlarla birlikte stratejik bilgi yönetiminin uygulama aşamasının etkin bir şekilde tamamlanması için en önemli faktör, temelde iç çevre – dış çevre analizlerinin doğru şekilde yapılarak ilk iki aşamanın doğru şekilde tamamlanması ve stratejik değere sahip bilginin doğru şekilde seçilmesidir (Zaim, 2005). Bu nedenle, stratejik bilginin yönetimi bu hususlar göz önünde bulundurularak yürütülmelidir.

Son aşama olan **stratejik bilgi uygulaması aşamasında** ise bilginin uygulama aşamasına geçilir. Bu aşamada stratejik bilginin kısa veya uzun vadede ne şekilde fayda sağlayacağı, stratejik bilgiden rakiplerin haberdar olup olmadığı ve işletme yönetiminin stratejik bilgiyi ne şekilde kullanması gerektiği üzerinde durulur. Bu aşamada, hazırlanan programlar doğrultusunda gerekli yöntemler belirlenerek organizasyonel yapıda ihtiyaç duyulan değişiklikler yapılır. Stratejik bilgi yönetimi süreci belirlenen stratejinin uygulamaya konulmasıyla sona ermektedir (Aydın, 1999).

Aşağıda yer alan Şekil 2.7’de stratejik bilgi yönetimi ve stratejik yönetim etkileşimlerinin gösterildiği, stratejik bilgi yönetimine ait sürecin şekilsel gösterimi sunulmuştur.



Kaynak: Aydın, 1999.

Şekil 2.7. Stratejik Yönetim ile Stratejik Bilgi Yönetimi Süreci Arasındaki Etkileşim

Stratejik bilgi yönetimi sürecinin gerektiği şekilde yürütüldüğünün bir nevi test edilmesi amacıyla aşağıda sıralanan soruların sorulması mümkündür (Beijerse,1999):

- İşletme yönetimince, rakip firmaların bilgi yönetimi ile ilgili uygulamaları bilinmekte midir?
- Yönetim, eldeki mevcut bilgi kaynaklarından daha iyi yararlanılabilmesi için organizasyonun sahip olduğu imkân ve kabiliyetlerin bilincinde midir?
- Yönetimin belirlediği uzun vadeli stratejik hedefler ve şirket vizyonu bulunmakta mıdır?

- Belirlenen vizyon ve hedefler doğrultusunda daha kısa vadeli somut planlamalar belirlenmiş midir?
- Stratejik bilgi yönetimi konusunda gerçekleştirilen faaliyetler hakkında alt kademelerde çalışan personelin bilgilendirilmesi yapılmış mıdır?
- Stratejik bilgi yönetimi faaliyetlerinin uygulanması sonucunda elde edilen fayda ve zararlar ayrıntılı şekilde değerlendirmeye tabi tutulmuş mudur?

Stratejik bilgi yönetimi sürecinin takibi konusunda yol gösterici nitelikteki yukarıdaki sorularla ulaşılmak istenen temel amaç, doğru durum tespiti yapabilmektir.

2.3.3. Stratejik Bilgi Yönetiminin Rekabet Performansına Etkileri

Stratejik bilgi, örgüt ve işletmelerin stratejik yönetim içerisinde kullandıkları ve işletmeleri bulundukları konumdan vizyonları doğrultusunda üst konumlara taşıyacak olan bilgidir. Dolayısıyla, kendine has öznel değerlerden ve işletme içi değerlendirmelerden ortaya çıktığı için stratejik bilgi işletmeye rekabet ortamında avantaj sağlayan ve işletmenin rakiplerinden öne geçmesini sağlayan bir bilgi türüdür. Bu nedenle, işletmeler; bu stratejik bilgiyi rekabet koşullarında sektör içerisinde uygulamaya giderler ve stratejik bilgiden fark yaratmasını beklerler. Stratejik bilgi rekabet ortamında işletmelere şu avantajları sağlar (Zaim, 2005):

- Stratejik bilgi; az bulunan, değerli olan ve amaç güden bir bilgi olduğu için işletmenin rekabet ortamında hedeflediği noktaya gelmesine yardımcı olur.
- Stratejik bilgi ile işletmelerin kaynaklarını maksimum verimle kullanarak kar sağlama amacı güderler.
- Stratejik bilgi; belirli süreçlerden geçerek oluşturulur. İşletmenin iç ve dış kaynaklarının analizi yapıldıktan sonra oluşturulan stratejik bilgi işletmenin ortak ürünü olduğu için rekabet ortamında kendine has değer ve fikirler ortaya koyar.

Stratejik bilgi yönetiminin işletme performansı üzerinde etkisi bulunduğu ilişkin çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Günümüzde artan sayıda organizasyonun, bilgi yönetiminin performans ölçümleriyle kolayca ilişkilendirilebileceğini ifade eden BSC Modeli ve EFQM Mükemmellik Modellerini uyguladığı görülmektedir. Bilgi yönetimi

kapsamında yararlanılabilecek olan bir performans yönetimi sistemine ilişkin bazı varsayımlar aşağıda sıralandığı gibidir (Yılmaz, 2010):

1. Bilgi yönetimi performans çerçevesi, işletmenin performans çerçevesinden ayrı tutulamaz.
2. Kişisel çalışma planları, takım hedefleri, işletme birim hedefleri ve organizasyonun anahtar alanları arasında şeffaflık ve doğrudan ilişki vardır.
3. Performans ölçümüne karşı belirgin kıyaslamalar vardır.
4. Performans göstergeleri kesindir.
5. Bilgi yönetimi bir işletme prensibidir ve organizasyon süreçlerinin tüm boyutlarında yer alır.

3. BÖLÜM

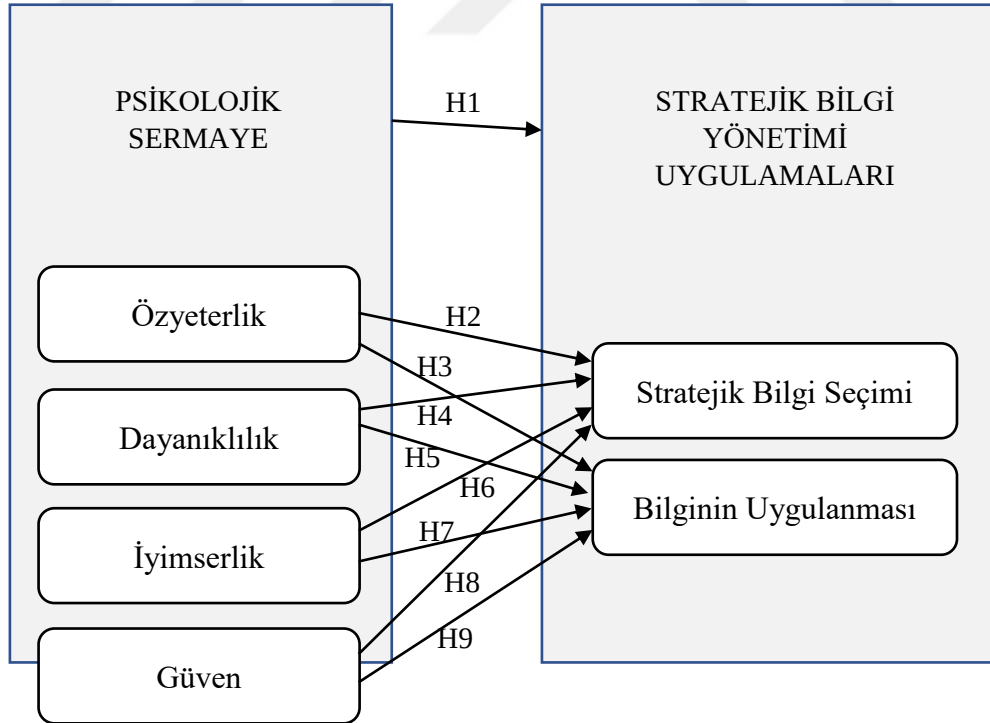
3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, hipotezleri, evren ve örnekleme ile verilerin toplanması ve analizinde kullanılan yöntemler başlıkları altında çalışmamızın yöntemi hakkında bilgiler verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmamızda psikolojik sermayenin stratejik bilgi yönetimi uygulamalarına etkisinin tespiti amaçlanmıştır. Bu nedenle araştırma, ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. İlişkisel tarama modeli, “iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim olup olmadığını ve birlikte değişim mevcutsa bu değişimin derecesini tespit etmeyi amaçlayan araştırma modelidir” (Karasar, 2016: 81).

Araştırmamızda ilişkisel tarama modeline uygun biçimde oluşturulan araştırma modeli ve hipotezler Şekil 3.1’de gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın hipotezleri şunlardır:

- H1: Psikolojik sermaye ve bilgi yönetimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H2: Özyeterlik ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3: Özyeterlik ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H4: Dayanıklılık ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H5: Dayanıklılık ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H6: İyimserlik ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H7: İyimserlik ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H8: Güven ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H9: Güven ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Türkiye’de bankacılık sektöründe çalışan işgörenler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise evren içerisinde “basit rastgele örnekleme” yöntemi kullanılarak seçilen toplam 213 çalışan oluşturmuştur. Basit rastgele (seçkisiz) örneklemede örnekleme alınan birimlerin seçimi, evrenin tamamı içerisinde tamamen rastgele olacak biçimde yapılmaktadır ve her birimin örneklem içerisinde yer alma olasılığı eşit olmaktadır (Tuna, 2016: 14).

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, yapılandırılmış özellik gösteren ve araştırmacı tarafından hazırlanmış olan veri toplama anketi ile toplanmıştır. Anketin ilk bölümünde demografik sorular, ikinci bölümünde ise iki ayrı ölçek yer almıştır (Ek-1).

İlk bölümde katılımcılara yöneltilen demografik sorular cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, mesleki deneyim süresi ve kurumdaki pozisyon olmak üzere toplam 6 adettir. Bu bölümde katılımcılar sorulara çoktan seçmeli olarak yanıt vermişlerdir.

Katılımcılara yöneltilen anketin ikinci bölümünde ise Psikolojik Sermaye Ölçeği (PSÖ) ve Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği (SBYÖ) olmak üzere iki ayrı ölçek yer almıştır. Ölçekler ve alt boyutları ile madde sayıları Tablo 3.1’de verilmiştir.

Tablo 3.1. Araştırmamızda Kullanılan Ölçekler ve Madde Sayıları

Ölçekler ve Alt Boyutları	Madde Sayısı
Psikolojik Sermaye Ölçeği	26
Özyeterlik	10
Dayanıklılık	9
İyimserlik	5
Güven	2
Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği	8
Stratejik Bilgi Seçimi	4
Bilginin Uygulanması	4
TOPLAM	34

Her iki ölçeğe de katılımcılar “1=tamamen katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=kısmen katılıyorum, 5=tamamen katılıyorum” seçeneklerinden meydana gelen 5’li likert tipi ölçek ile yanıt vermişlerdir. Ölçek maddeleri olumlu bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla, ölçek ve alt boyut ortalamaları arttıkça algılanan psikolojik sermaye ve stratejik bilgi yönetimi artış göstermektedir.

3.3.1. Geçerlik

Psikolojik Sermaye ve Stratejik Bilgi Yönetimi ölçeklerinin geçerliklerini tespit etme amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Bunun için temel bileşenler (principal components) ve varimax yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar özet olarak Tablo 3.2’de verilmiştir.

Tablo 3.2. Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek	KMO	Barlett’s Küresellik Testi (p)	Açıklanan Toplam Varyans (%)
Psikolojik Sermaye Ölçeği	0,939	0,000	70,937
Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği	0,844	0,000	65,484

Tablo 3.2 incelendiğinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem uygunluğu katsayısının PSÖ’de 0,939; SBYÖ’de 0,844 olduğu görülmektedir. Ayrıca her iki ölçekte de Barlett Küresellik testi (Sphericity) p değeri 0,000 yani anlamlı olarak bulunmuştur. Açıklanan toplam varyans ise PSÖ’de %70,937; SBYÖ’de %65,484 olmuştur. Buna göre; KMO katsayısı 0,60’tan yüksek olduğu, Barlett Küresellik Testi anlamlı bulunduğu ve ölçekler ayrı ayrı toplam varyansın %50’sinden fazlasını açıkladıkları için (Büyüköztürk 2011, s. 126 ve s. 168) geçerlik şartı sağlanmıştır.

Ayrıca, faktör analizi sonuçları detaylı olarak incelendiğinde PSÖ'nün dört alt boyuttan, SBYÖ'nün ise iki alt boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Bunlara ilişkin sonuçlar Tablo 3.3 ve 3.4'te verilmiştir.

Tablo 3.3. Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Faktör Yapısı

Faktör	Başlangıç Öz Değerleri			Çıkarım Toplamları*		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	13,340	51,306	51,306	13,340	51,306	51,306
2	2,245	8,634	59,941	2,245	8,634	59,941
3	1,776	6,831	66,771	1,776	6,831	66,771
4	1,083	4,166	70,937	1,083	4,166	70,937

* Çıkarım metodu: Birincil içerik analizi.

Tablo 3.4. Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeğinin Faktör Yapısı

Faktör	Başlangıç Öz Değerleri			Çıkarım Toplamları*		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	4,008	50,105	50,105	4,008	50,105	50,105
2	1,230	15,379	65,484	1,230	15,379	65,484

* Çıkarım metodu: Birincil içerik analizi.

Bunlara ek olarak hangi maddelerin hangi alt boyutta yer aldığının tespiti için maddeler ait faktör yükleri incelenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar Tablo 3.5 ve 3.6'da verilmiştir.

Tablo 3.5. Psikolojik Sermaye Ölçeği Maddelerinin Faktör Yükleri ve Yer Aldıkları Alt Boyutlar

Maddeler	Alt Boyut			
	1	2	3	4
Çalıştığım şirkette Kendime güvenirim.	0,823			
Çalıştığım şirkette yaptığım işin tüm aşamasında kendimden eminimdir.	0,792			
Çalıştığım şirkette başarı için yapmam gerekeni biliyorum.	0,766			
Çalıştığım şirkette yaptığım her iş için hesap verebilirim.	0,765			
Çalıştığım şirkette mesleki sorumluluklarımın farkındayım.	0,762			
Çalıştığım şirkette mesleğimde güvenilir birisi olduğumu söylerler.	0,724			
Çalıştığım şirkette Mesleğimle ilgili konularda istenirse bir grubu bilgilendiririm.	0,664			
Çalıştığım şirkette beni zorlayan işlerde kimden yardım alacağımı bilirim.	0,645			
Çalıştığım şirkette bölümümün bir problemi olduğunda çözüm için gerekirse tüm mercilerle görüşürüm.	0,582			
Çalıştığım şirkette çalışma hayatımda şeffaf olmayı tercih ederim.	0,569			
Çalıştığım şirkette güçlükler karşısında mücadele ederim.		0,778		
Çalıştığım şirkette meslek hayatımda karşılaşılabileceğim problemlerle bir şekilde baş edebilirim.		0,735		
Çalıştığım şirkette zorluklar mücadele azmimi artırır.		0,718		
Çalıştığım şirkette mesleğimi icra ederken aynı anda birçok işin üstesinden gelirim.		0,711		
Çalıştığım şirkette yaşadığım problemler beni olgunlaştırır.		0,684		
Çalıştığım şirkette beklenmedik sorunlara çözümler geliştirebilirim.		0,641		
Çalıştığım şirkette mesleki konularda kurumumu temsil edebilirim.		0,627		
Çalıştığım şirkette Kurumumdaki bir sorun için yapıcı katkılar sağlarım.		0,626		
Çalıştığım şirkette bölümüm için yeni fikirler geliştiririm.		0,553		
Çalıştığım şirkette enerji doluyum.			0,848	
Çalıştığım şirkette hayat dolu bir insanım.			0,816	
Çalıştığım şirkette güler yüzlüyüm.			0,784	
Çalıştığım şirkette hayat güzeldir.			0,688	
Çalıştığım şirketteki toplulukla iç içe yaşamak bana huzur veriyor.			0,681	
Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının eğitimi için çevredeki olumsuzluklarla mücadele ederler.				0,772
Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının sorunlarını çözmekte isteklidir.				0,762

Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi, Döndürme Yöntemi: Varimax.

Tablo 3.6. Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği Maddelerinin Faktör Yükleri ve Yer Aldıkları Alt Boyutlar

Maddeler	Alt Boyut	
	1	2
Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler, basılı el kitapları ve resmî belgeler gibi kodlanmış biçimlerde paylaşılır.	0,835	
Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler, basılı haldeki el kitapları ve resmî belgelerden kolaylıkla elde edilebilir.	0,805	
Çalıştığım şirkette yapılan toplantılarda varılan kararlar ve uygulanan projelerin sonuçları yazılı olarak belgelere dönüştürülür.	0,747	
Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler (know-how, teknik beceri veya problem çözme yöntemleri) oldukça iyi kodlanmıştır.	0,637	
Çalıştığım şirkette, kişisel sohbetler ve yapılan toplantılar herkesin bilgi paylaşması amacıyla kullanılır.		0,869
Çalıştığım şirketteki uzmanlardan yüz yüze görüşerek bilgi ve tavsiyeler almak çok kolaydır.		0,850
Çalıştığım şirkette, uzmanlardan veya yöneticilerden bire bir tavsiye alınması gerektiğinde belirli düzeyde bilgiler gereklidir.		0,700
Çalıştığım şirkette işimde yararlandığım bilgiler, kendi iş arkadaşlarım ve uzmanlardan çok kolaylıkla elde edilebilir.		0,605

Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi, Döndürme Yöntemi: Varimax.

Tespit edilen faktörlere (alt boyutlara) PSÖ'de sırasıyla özyeterlik, dayanıklılık, iyimserlik ve güven; SBYÖ'de stratejik bilgi seçimi ve bilginin uygulanması adları verilmiştir.

3.3.2. Güvenirlik

Psikolojik Sermaye ve Stratejik Bilgi Yönetimi ölçeklerinin güvenirliliklerini tespit etmek amacıyla Cronbach alpha analizi yapılmıştır. Tespit edilen sonuçlar Tablo 3.3'te verilmiştir.

Tablo 3.7. Güvenirlik Sonuçları

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach Alpha
Psikolojik Sermaye Ölçeği	26	0,960
Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği	8	0,857
Genel	34	0,957

Buna göre, Psikolojik Sermaye Ölçeği'nin güvenirlilik katsayısı 0,960; Stratejik Bilgi Yönetimi Ölçeği'nin güvenirlilik katsayısı ise 0,857 olarak bulunmuştur. Her iki ölçek birlikte değerlendirildiğinde ise güvenirlilik 0,957 olmuştur. Dolayısıyla, tespit edilen güvenirlilik katsayıları 0,70'ten fazla olduğu için güvenirlilik şartı sağlanmıştır (Büyüköztürk, 2011: 171).

3.4. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler

Araştırmamızda verilerin analizinde nicel analiz yöntemlerine başvurulmuştur. Nicel analizler, yapılan araştırmanın amaçlarına yönelik olarak toplanmış olan verilerin bir istatistik haline getirilerek analiz edilmesi ve bu analizler sonucunda çalışmanın amacına yönelik olarak bulgulara ulaşılmasını amaçlayan analizlerdir (Dawson, 2015: 19).

Bu kapsamda, SPSS 25.0 istatistik programı yardımıyla tanımlayıcı istatistikler ile korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Ayrıca, veriler $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde ve %95 güven aralığında değerlendirilmiştir.



4. BÖLÜM

4. BULGULAR

Bu bölümde çalışmamız sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş ve eğitim durumuna göre dağılımı Tablo 4.1’de verilmiştir.

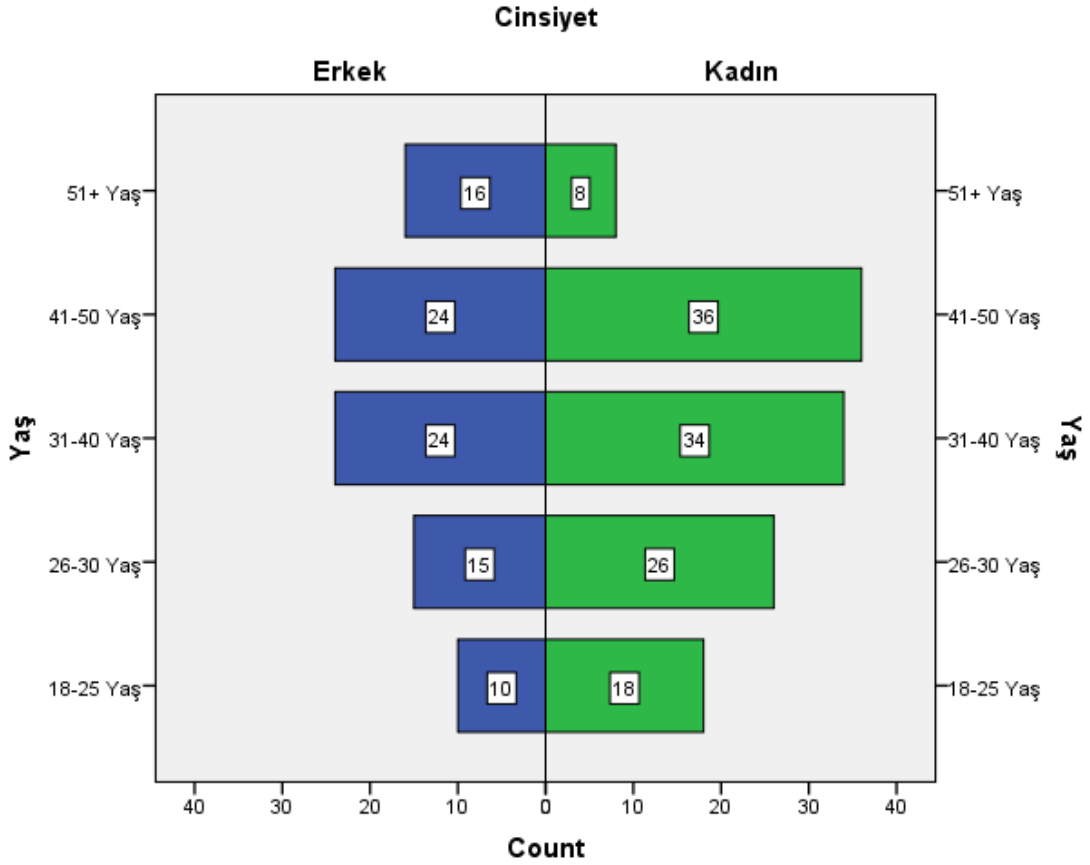
Tablo 4.1. Katılımcıların Cinsiyet, Medeni Durum, Yaş ve Eğitim Durumu Özellikleri

Demografik Özellik		N	N%
Cinsiyet	Erkek	89	41,80
	Kadın	123	57,70
	Belirtmeyen	1	0,50
Medeni Durum	Evli	137	64,32
	Bekar	76	35,68
Yaş	18-25 Yaş	28	13,21
	26-30 Yaş	41	19,34
	31-40 Yaş	59	27,83
	41-50 Yaş	60	28,30
	51+ Yaş	24	11,32
Eğitim	Üniversite	146	68,54
	Lise	41	19,25
	Y. Lisans	17	7,98
	İlköğretim	6	2,82
	Doktora	3	1,41
Toplam		213	100,00

Tablo 4.1’de görüldüğü üzere çalışmamıza toplam 213 kişi katılmıştır. Bunlardan 89’u (%41,98) erkek ve 123’ü (%58,02) kadındır. 1 katılımcı (%0,50) ise cinsiyet belirtmemiştir. Medeni durumları incelendiğinde katılımcıların 137’si (%64,32) evli, 76’sı (%35,68) bekadır.

Ayrıca, katılımcıların 28’i (%13,21) 18-25 yaş, 41’i (%19,34) 26-30 yaş, 59’u (%27,83) 31-40 yaş, 60’ı (%28,30) 41-50 yaş ve 24’ü (%11,32) 51+ yaş grubunda yer almaktadır. Eğitim durumuna göre ise katılımcıların 146’sı (%68,54) üniversite, 41’i (%19,25) lise, 17’si (%7,98) yüksek lisans, 6’sı (%2,82) ilköğretim ve 3’ü (%1,41) doktora mezunudur.

Bunlara ek olarak, Şekil 4.1’de katılımcıların cinsiyet ve yaş özellikleri birlikte verilmiştir.



Şekil 4.1. Katılımcıların Cinsiyet ve Yaş Grubuna Göre Detaylı Dağılımı

Mesleki özellikleri incelendiğinde ise katılımcıların mesleki deneyim ve kurumdaki pozisyonlarına göre dağılımı Tablo 4.2’de verilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Mesleki Deneyim ve Kurumdaki Pozisyon Özellikleri

Mesleki Özellik		N	N%
Mesleki Deneyim Süresi	1-2 Yıl	31	14,55
	3-5 Yıl	30	14,08
	6-10 Yıl	37	17,37
	11-15 Yıl	44	20,66
	16+ Yıl	71	33,33
Kurumdaki Pozisyon	Çalışan Personel	123	57,75
	Bölüm Sorumlusu	46	21,60
	Şirket Müdürü	18	8,45
	Şirket Sahibi	16	7,51
	Ustabaşı-Formen	10	4,69
Toplam		213	100,00

Tablo 4.2’ye göre; katılımcıların 31’i (%14,55) 1-2 yıl, 30’u (%14,08) 3-5 yıl, 37’si (%17,37) 6-10 yıl, 44’ü (%20,66) 11-15 yıl ve 71’i (%33,33) 16+ yıl mesleki deneyim süresine sahiptir.

Ayrıca, katılımcıların 123'ü (%57,75) çalışan personel, 46'sı (%21,60) bölüm sorumlusu, 18'i (%8,45) şirket müdürü, 16'sı (%7,51) şirket sahibi ve 10'u (%4,69) ustabaşı-formen pozisyonunda görev yapmaktadır.

4.2. Ölçek Bulgularına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

4.2.1. Ölçek ve Alt Boyut Ortalamaları

Katılımcıların; Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği (BYSÖ) ve Psikolojik Sermaye Ölçeği (PSÖ) maddelerine verdikleri cevaplar sonucunda ortaya çıkan genel ortalamalar Tablo 4.3'te verilmiştir.

Buna göre, katılımcıların PSÖ ortalaması $4,06 \pm 0,71$ 'dir. Alt boyutlarda ise özyeterlik ortalaması $4,38 \pm 0,76$; dayanıklılık ortalaması $4,15 \pm 0,78$; iyimserlik ortalaması $3,98 \pm 0,89$ ve güven ortalaması $3,74 \pm 1,00$ olarak bulunmuştur. BYSÖ ortalaması ise $3,71 \pm 0,83$ olarak bulunmuştur. Alt boyutlarda ise stratejik bilgi seçimi alt boyutu ortalaması $3,59 \pm 0,97$; bilginin uygulanması alt boyutu ortalaması $3,82 \pm 0,91$ olarak tespit edilmiştir. Bu ortalamalara göre her iki ölçek ve bunların alt boyutlarında katılım düzeyi ortalaması “kısmen katılıyorum” olmuştur.

Tablo 4.3. Bilgi Yönetimi Stratejisi ve Psikolojik Sermaye Ölçeği Ortalamaları

Ölçek ve Alt Boyutları	N	Ort.	Ss.	Katılım Düzeyi
Psikolojik Sermaye	213	4,06	0,71	Kısmen katılıyorum
Özyeterlik	213	4,38	0,76	Kısmen katılıyorum
Dayanıklılık	213	4,15	0,78	Kısmen katılıyorum
İyimserlik	213	3,98	0,89	Kısmen katılıyorum
Güven	213	3,74	1,00	Kısmen katılıyorum
Stratejik Bilgi Yönetimi	213	3,71	0,83	Kısmen katılıyorum
Stratejik Bilgi Seçimi	213	3,59	0,97	Kısmen katılıyorum
Bilginin Uygulanması	213	3,82	0,91	Kısmen katılıyorum

4.2.2. Psikolojik Sermaye Ölçeği Madde Ortalamaları

Psikolojik Sermaye Ölçeği özyeterlik alt boyutunda yer alan toplam 10 maddeye ait ortalamalar, ortalamaya göre sıralanmış halde Tablo 4.4'te verilmiştir.

Tablo 4.4'e göre özgüven alt boyutunda en yüksek ortalamaya sahip olan maddeler “*çalıştığım şirkette mesleki sorumluluklarımın farkındayım*”, “*çalıştığım şirkette yaptığım her iş için hesap verebilirim*” ve “*çalıştığım şirkette çalışma hayatımda şeffaf olmayı tercih ederim*” olmuştur. En düşük ortalamaya sahip iki madde ise “*çalıştığım şirkette bölümümün*

bir problemi olduğunda çözüm için gerekirse tüm mercilerle görüşürüm” ve “çalıştığım şirkette mesleğimle ilgili konularda istenirse bir grubu bilgilendiririm” maddeleridir.

Tablo 4.4. Psikolojik Sermaye Ölçeği Özyeterlik Alt Boyutu Madde Ortalamaları

SN	Madde	N	Ort.	Ss.
1	Çalıştığım şirkette mesleki sorumluluklarımın farkındayım.	213	4,52	0,90
2	Çalıştığım şirkette yaptığım her iş için hesap verebilirim.	213	4,46	0,89
3	Çalıştığım şirkette çalışma hayatımda şeffaf olmayı tercih ederim.	212	4,44	0,90
4	Çalıştığım şirkette kendime güvenirim.	213	4,41	0,95
5	Çalıştığım şirkette başarı için yapmam gerekeni biliyorum.	213	4,37	0,92
6	Çalıştığım şirkette yaptığım işin tüm aşamasında kendimden eminimdir.	213	4,36	0,92
7	Çalıştığım şirkette mesleğimde güvenilir birisi olduğumu söylerler.	212	4,34	0,96
8	Çalıştığım şirkette beni zorlayan işlerde kimden yardım alacağımı bilirim.	213	4,32	0,92
9	Çalıştığım şirkette bölümümün bir problemi olduğunda çözüm için gerekirse tüm mercilerle görüşürüm.	213	4,27	0,98
10	Çalıştığım şirkette mesleğimle ilgili konularda istenirse bir grubu bilgilendiririm.	213	4,25	0,99
Ortalama		213	4,38	0,76

Psikolojik Sermaye Ölçeği dayanıklılık alt boyutunda yer alan toplam 9 maddeye ait ortalamalar, ortalamaya göre sıralanmış halde Tablo 4.5’te verilmiştir.

Tablo 4.5’e göre dayanıklılık alt boyutunda en yüksek ortalamaya sahip olan maddeler “Çalıştığım şirkette mesleki konularda kurumumu temsil edebilirim”, “Çalıştığım şirkette meslek hayatımda karşılaşılabileceğim problemlerle bir şekilde baş edebilirim” ve “Çalıştığım şirkette mesleğimi icra ederken aynı anda birçok işin üstesinden gelirim” olmuştur. En düşük ortalamaya sahip iki madde ise “Çalıştığım şirkette yaşadığım problemler beni olgunlaştırır” ve “Çalıştığım şirkette zorluklar mücadele azmimi artırır” maddeleridir.

Tablo 4.5. Psikolojik Sermaye Ölçeği Dayanıklılık Alt Boyutu Madde Ortalamaları

SN	Madde	N	Ort.	Ss.
1	Çalıştığım şirkette mesleki konularda kurumumu temsil edebilirim.	213	4,31	,97
2	Çalıştığım şirkette meslek hayatımda karşılaşılabileceğim problemlerle bir şekilde baş edebilirim.	213	4,29	,97
3	Çalıştığım şirkette mesleğimi icra ederken aynı anda birçok işin üstesinden gelirim.	213	4,16	1,01
4	Çalıştığım şirkette güçlükler karşısında mücadele ederim.	213	4,16	,95
5	Çalıştığım şirkette bölümüm için yeni fikirler geliştiririm.	213	4,15	1,00
6	Çalıştığım şirkette beklenmedik sorunlara çözümler geliştirebilirim.	212	4,13	,90
7	Çalıştığım şirkette Kurumumdaki bir sorun için yapıcı katkılar sağlarım.	213	4,11	,94
8	Çalıştığım şirkette yaşadığım problemler beni olgunlaştırır.	213	4,08	1,06
9	Çalıştığım şirkette zorluklar mücadele azmimi artırır.	212	3,98	1,01
Ortalama		213	4,15	0,78

Psikolojik Sermaye Ölçeği iyimserlik alt boyutunda yer alan toplam 5 maddeye ait ortalamalar, ortalamaya göre sıralanmış halde Tablo 4.6’da verilmiştir.

Tablo 4.6. Psikolojik Sermaye Ölçeği İyimserlik Alt Boyutu Madde Ortalamaları

SN	Madde	N	Ort.	Ss.
1	Çalıştığım şirkette güler yüzlüyüm.	213	4,20	,99
2	Çalıştığım şirkette hayat dolu bir insanım.	213	4,04	1,02
3	Çalıştığım şirkette enerji doluyum.	213	4,00	1,00
4	Çalıştığım şirketteki toplulukla iç içe yaşamak bana huzur veriyor.	213	3,85	1,14
5	Çalıştığım şirkette hayat güzeldir.	212	3,83	1,08
Ortalama		213	3,98	0,89

Tablo 4.6’ya göre iyimserlik alt boyutunda en yüksek ortalamaya sahip olan maddeler “Çalıştığım şirkette güler yüzlüyüm” ve “Çalıştığım şirkette hayat dolu bir insanım” olmuştur. En düşük ortalamaya sahip madde ise “Çalıştığım şirkette hayat güzeldir” maddesidir.

Psikolojik Sermaye Ölçeği güven alt boyutunda yer alan toplam 2 maddeye ait ortalamalar, ortalamaya göre sıralanmış halde Tablo 4.7’de verilmiştir.

Tablo 4.7. Psikolojik Sermaye Ölçeği Güven Alt Boyutu Madde Ortalamaları

SN	Madde	N	Ort.	Ss.
1	Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının sorunlarını çözmekte isteklidir.	211	3,88	1,10
2	Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının eğitimi için çevredeki olumsuzluklarla mücadele ederler.	213	3,60	1,11
Ortalama		213	3,74	1,00

Tablo 4.7’ye göre güven alt boyutunda en yüksek ortalamaya sahip olan madde “Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının sorunlarını çözmekte isteklidir” olmuştur. “Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının eğitimi için çevredeki olumsuzluklarla mücadele ederler” maddesi ise ikinci sırada yer almıştır.

4.2.3. Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği Madde Ortalamaları

Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği stratejik bilgi seçimi alt boyutunda yer alan toplam 4 maddeye ait ortalamalar, ortalamaya göre sıralanmış halde Tablo 4.8’de verilmiştir.

Tablo 4.8’e göre bilgi yönetimi stratejisi alt boyutunda en yüksek ortalamaya sahip olan madde “Çalıştığım şirkette yapılan toplantılarda varılan kararlar ve uygulanan projelerin sonuçları yazılı olarak belgelere dönüştürülür” olmuştur. “Çalıştığım şirkette

kullanılan bilgiler, basılı el kitapları ve resmî belgeler gibi kodlanmış biçimlerde paylaşılır” maddesi ise son sırada yer almıştır.

Tablo 4.8. Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği Stratejik Bilgi Seçimi Alt Boyutu Madde Ortalamaları

SN	Madde	N	Ort.	Ss.
1	Çalıştığım şirkette yapılan toplantılarda varılan kararlar ve uygulanan projelerin sonuçları yazılı olarak belgelere dönüştürülür.	213	3,85	1,20
2	Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler, basılı haldeki el kitapları ve resmî belgelerden kolaylıkla elde edilebilir.	213	3,57	1,26
3	Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler (know-how, teknik beceri veya problem çözme yöntemleri) oldukça iyi kodlanmıştır.	213	3,47	1,20
4	Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler, basılı el kitapları ve resmî belgeler gibi kodlanmış biçimlerde paylaşılır.	213	3,46	1,25
Ortalama		213	3,59	0,97

Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği bilginin uygulanması alt boyutunda yer alan toplam 4 maddeye ait ortalamalar, ortalamaya göre sıralanmış halde Tablo 4.9’da verilmiştir.

Tablo 4.9. Bilgi Yönetimi Stratejisi Ölçeği Bilginin Uygulanması Alt Boyutu Madde Ortalamaları

SN	Madde	N	Ort.	Ss.
1	Çalıştığım şirketteki uzmanlardan yüz yüze görüşerek bilgi ve tavsiyeler almak çok kolaydır.	212	3,96	1,10
2	Çalıştığım şirkette işimde yararlandığım bilgiler, kendi iş arkadaşlarım ve uzmanlardan çok kolaylıkla elde edilebilir.	213	3,83	1,16
3	Çalıştığım şirkette, kişisel sohbetler ve yapılan toplantılar herkesin bilgi paylaşması amacıyla kullanılır.	213	3,81	1,10
4	Çalıştığım şirkette, uzmanlardan veya yöneticilerden bire bir tavsiye alınması gerektiğinde belirli düzeyde bilgiler gereklidir.	213	3,69	1,13
Ortalama		213	3,82	0,91

Tablo 4.9’a göre bilginin uygulanması alt boyutunda en yüksek ortalamaya sahip olan madde “*Çalıştığım şirketteki uzmanlardan yüz yüze görüşerek bilgi ve tavsiyeler almak çok kolaydır*” olmuştur. “*Çalıştığım şirkette, uzmanlardan veya yöneticilerden bire bir tavsiye alınması gerektiğinde belirli düzeyde bilgiler gereklidir*” maddesi ise son sırada yer almıştır.

4.3. Psikolojik Sermayenin Stratejik Bilgi Yönetimi Uygulamalarına Etkisi

Psikolojik sermayenin stratejik bilgi yönetimi uygulamalarına etkisi çalışmamızın hipotezlerine göre alt başlıklar halinde sunulmuştur.

4.3.1. Psikolojik Sermayenin Bilgi Yönetimi Uygulamalarına Genel Etkisi

Psikolojik sermayenin bilgi yönetimi uygulamalarına genel etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.10'da verilmiştir.

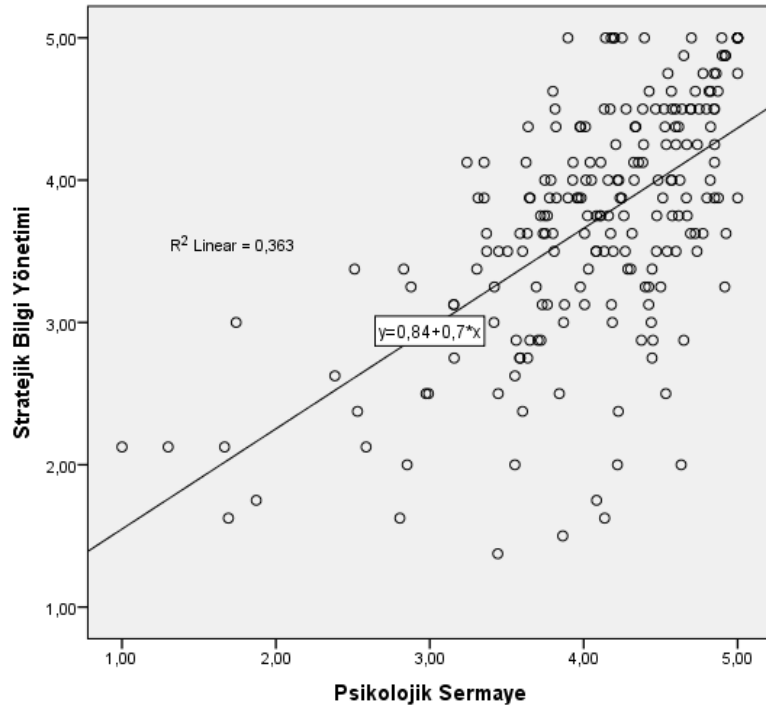
Tablo 4.10. Psikolojik Sermayenin Bilgi Yönetimi Uygulamalarına Genel Etkisi

Regresyon Modeli $r=0,603$ $r^2=0,363$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	0,844	0,265		3,184	0,002
Psikolojik Sermaye	0,705	0,064	0,603	10,966	0,000

*Bağımlı Değişken: Stratejik Bilgi Yönetimi.

Buna göre, psikolojik sermaye (x) ve stratejik bilgi yönetimi (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=0,844+0,705x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,603$ 'tür. Örgütün psikolojik sermayesi ile stratejik bilgi yönetimi arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani, psikolojik sermaye arttıkça stratejik bilgi yönetimi artmaktadır. Örgütün psikolojik sermayesinin stratejik bilgi yönetimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=10,966$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans (r^2 =determinasyon katsayısı) ise %36,3'tür.

Bu sonuçlara göre, “H1: Psikolojik sermaye ve bilgi yönetimi arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, psikolojik sermaye ve stratejik bilgi yönetimi arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.2'de gösterilmiştir.



Şekil 4.2. Psikolojik Sermaye ve Bilgi Yönetimi Uygulamaları Arasındaki Genel İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.2. Özyeterliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

Özyeterliğin stratejik bilgi seçimine etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.11’de verilmiştir.

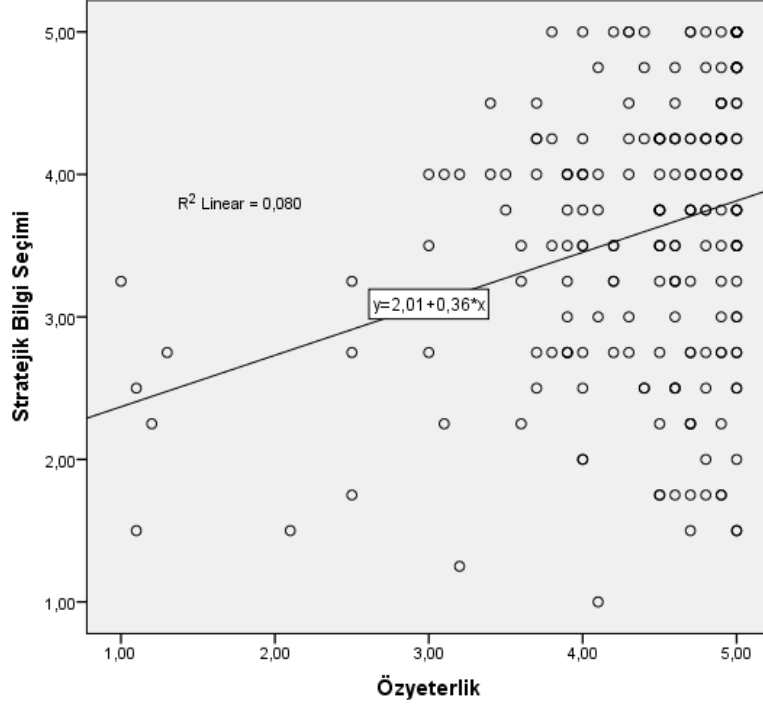
Tablo 4.11. Özyeterliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

Regresyon Modeli $r=0,283$ $r^2=0,080$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	2,008	0,375		5,358	0,000
Özyeterlik	0,361	0,084	0,283	4,281	0,000

* Bağımlı Değişken: Stratejik Bilgi Seçimi.

Buna göre, özyeterlik (x) ve stratejik bilgi seçimi (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=2,008+0,361x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,283$ ’tür. Özyeterlik ile stratejik bilgi seçimi arasında pozitif bir şekilde, düşük düzeyde ancak anlamlı bir ilişki vardır. Yani, özyeterlik arttıkça stratejik bilgi seçimi artmaktadır. Özyeterliğin stratejik bilgi seçimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=4,281$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans (r^2 =determinasyon katsayısı) ise %8’dir.

Bu sonuçlara göre, “H2: Özyeterlik ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, özyeterlik ve stratejik bilgi seçimi arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.3’te gösterilmiştir.



Şekil 4.3. Özyeterlik ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.3. Özyeterliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi

Özyeterliğin bilginin uygulanmasına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.12’de verilmiştir.

Tablo 4.12. Özyeterliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi

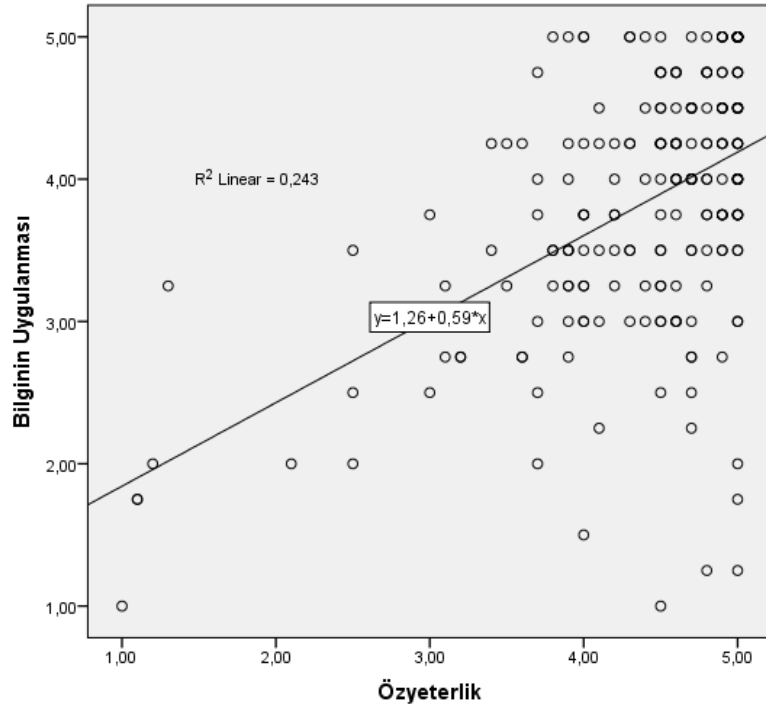
Regresyon Modeli $r=0,492$ $r^2=0,243$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	1,256	0,317		3,959	0,000
Özyeterlik	0,587	0,071	0,492	8,219	0,000

* Bağımlı Değişken: Bilginin Uygulanması.

Buna göre, özyeterlik (x) ve bilginin uygulanması (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=1,256+0,587x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,492$ ’dir. Özyeterlik ile bilginin uygulanması arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani, özyeterlik arttıkça bilginin uygulanması artmaktadır. Özyeterliğin

bilginin uygulanması üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=8,219$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans ise %24'tür.

Bu sonuçlara göre, “H3: Özyeterlik ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, özyeterlik ve bilginin uygulanması arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.4'te gösterilmiştir.



Şekil 4.4. Özyeterlik ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.4. Dayanıklılığın Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

Dayanıklılığın stratejik bilgi seçimine etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.13'te verilmiştir.

Tablo 4.13. Dayanıklılığın Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

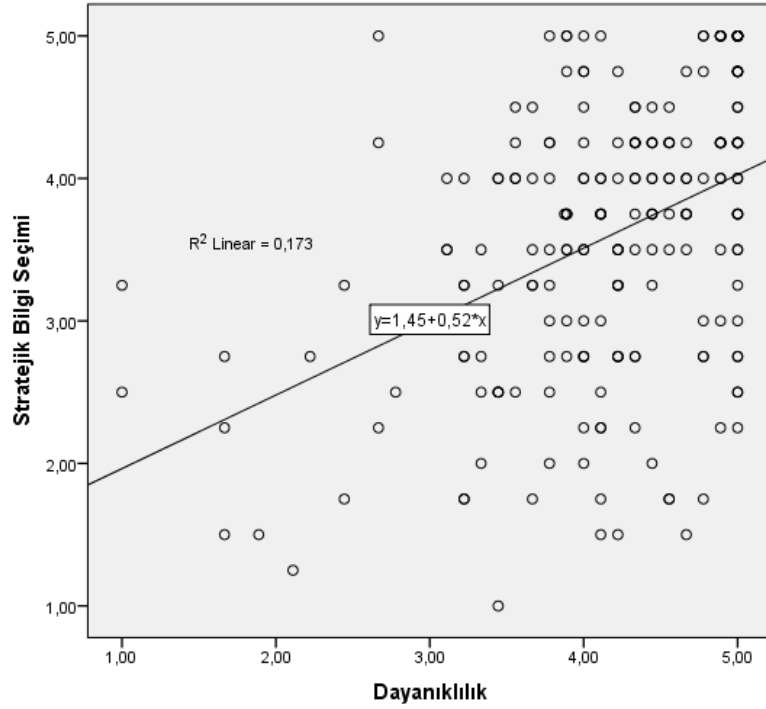
Regresyon Modeli $r=0,416$ $r^2=0,173$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	1,448	0,328		4,411	0,000
Dayanıklılık	0,516	0,078	0,416	6,637	0,000

* Bağımlı Değişken: Stratejik Bilgi Seçimi.

Buna göre, dayanıklılık (x) ve stratejik bilgi seçimi (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=1,448+0,516x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,416$ 'dır. Dayanıklılık ile stratejik bilgi seçimi arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir

ilişki vardır. Yani, dayanıklılık arttıkça stratejik bilgi seçimi artmaktadır. Dayanıklılığın stratejik bilgi seçimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=6,637$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans ise %17’dir.

Bu sonuçlara göre, “H4: Dayanıklılık ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, dayanıklılık ve stratejik bilgi seçimi arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.5’te gösterilmiştir.



Şekil 4.5. Dayanıklılık ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.5. Dayanıklılığın Bilginin Uygulanmasına Etkisi

Dayanıklılığın bilginin uygulanmasına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.14’te verilmiştir.

Tablo 4.14. Dayanıklılığın Bilginin Uygulanmasına Etkisi

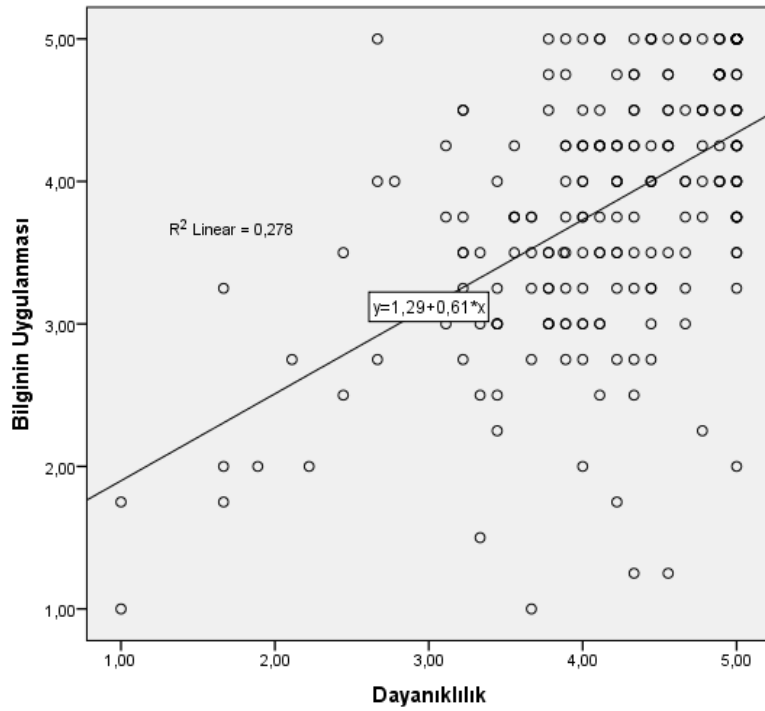
Regresyon Modeli $r=0,528$ $r^2=0,278$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	1,289	0,286		4,508	0,000
Dayanıklılık	0,610	0,068	0,528	9,020	0,000

* Bağımlı Değişken: Bilginin Uygulanması.

Buna göre, dayanıklılık (x) ve bilginin uygulanması (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=1,289+0,610x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,528$ ’dir.

Dayanıklılık ile bilginin uygulanması arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani, dayanıklılık arttıkça bilginin uygulanması artmaktadır. Dayanıklılığın bilginin uygulanması üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=9,020$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans ise %28'dir.

Bu sonuçlara göre, “H5: Dayanıklılık ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, dayanıklılık ve bilginin uygulanması arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.6'da gösterilmiştir.



Şekil 4.6. Dayanıklılık ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.6. İyimserliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

İyimserliğin stratejik bilgi seçimine etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.15'te verilmiştir.

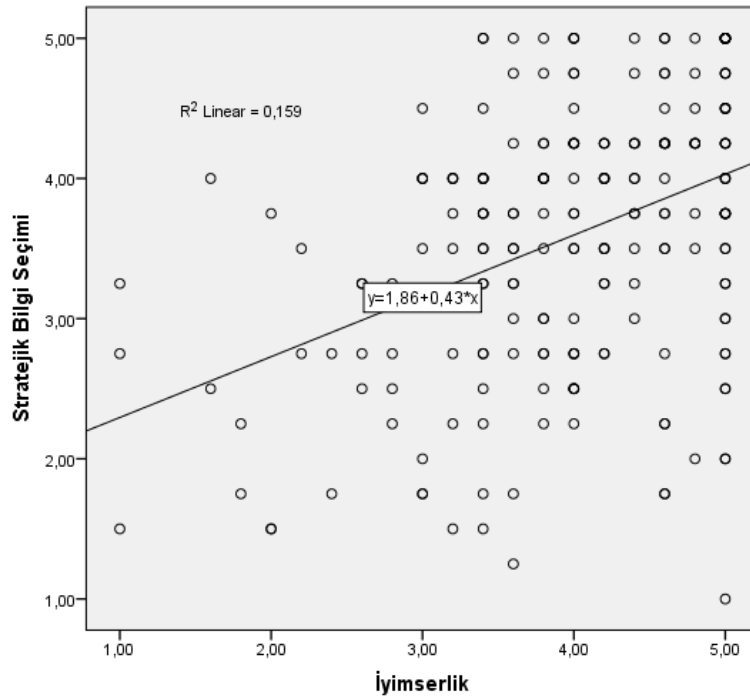
Tablo 4.15. İyimserliğin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

Regresyon Modeli $r=0,399$ $r^2=0,159$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	1,861	0,281		6,634	0,000
İyimserlik	0,434	0,069	0,399	6,312	0,000

* Bağımlı Değişken: Stratejik Bilgi Seçimi.

Buna göre, iyimserlik (x) ve stratejik bilgi seçimi (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=1,861+0,434x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,399$ 'dur. İyimserlik ile stratejik bilgi seçimi arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani, iyimserlik arttıkça stratejik bilgi seçimi artmaktadır. İyimserliğin stratejik bilgi seçimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=6,312$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans ise %16'dır.

Bu sonuçlara göre, “H6: İyimserlik ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, iyimserlik ve stratejik bilgi seçimi arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.7’de gösterilmiştir.



Şekil 4.7. İyimserlik ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.7. İyimserliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi

İyimserliğin bilginin uygulanmasına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.16’da verilmiştir.

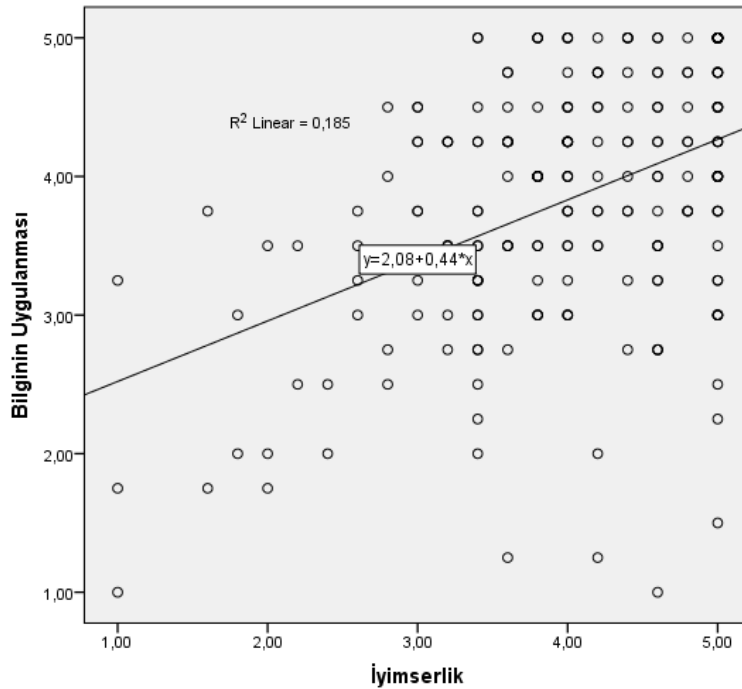
Tablo 4.16. İyimserliğin Bilginin Uygulanmasına Etkisi

Regresyon Modeli $r=0,430$ $r^2=0,185$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	2,084	0,258		8,094	0,000
İyimserlik	0,437	0,063	0,430	6,923	0,000

* Bağımlı Değişken: Bilginin Uygulanması.

Buna göre, iyimserlik (x) ve bilginin uygulanması (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=2,084+0,437x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,430$ 'dur. İyimserlik ile bilginin uygulanması arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani, iyimserlik arttıkça bilginin uygulanması artmaktadır. İyimserliğin bilginin uygulanması üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=6,923$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans ise %18,5'tir.

Bu sonuçlara göre, “H7: İyimserlik ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, iyimserlik ve bilginin uygulanması arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.8’de gösterilmiştir.



Şekil 4.8. İyimserlik ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.8. Güvenin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

Güvenin stratejik bilgi seçimine etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.17’de verilmiştir.

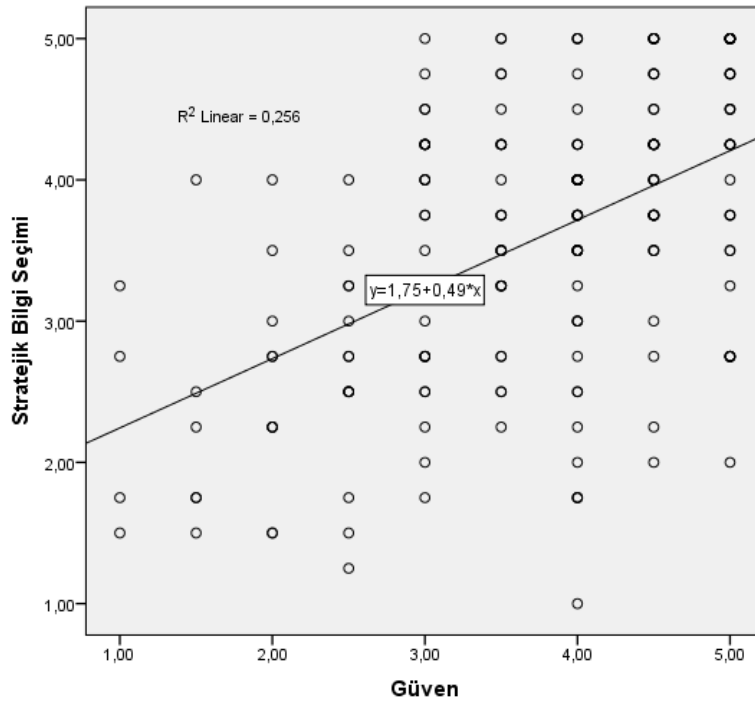
Tablo 4.17. Güvenin Stratejik Bilgi Seçimine Etkisi

Regresyon Modeli $r=0,506$ $r^2=0,256$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	1,753	0,223		7,867	0,000
Güven	0,491	0,058	0,506	8,528	0,000

* Bağımlı Değişken: Stratejik Bilgi Seçimi.

Buna göre, güven (x) ve stratejik bilgi seçimi (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=1,753+0,491x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,506$ 'dır. Güven ile stratejik bilgi seçimi arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani, güven arttıkça stratejik bilgi seçimi artmaktadır. Güvenin stratejik bilgi seçimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=8,528$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans ise %25,6'dır.

Bu sonuçlara göre, “H8: Güven ile stratejik bilgi seçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, güven ve stratejik bilgi seçimi arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.9'da gösterilmiştir.



Şekil 4.9. Güven ve Stratejik Bilgi Seçimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

4.3.9. Güvenin Bilginin Uygulanmasına Etkisi

Güvenin bilginin uygulanmasına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.18'de verilmiştir.

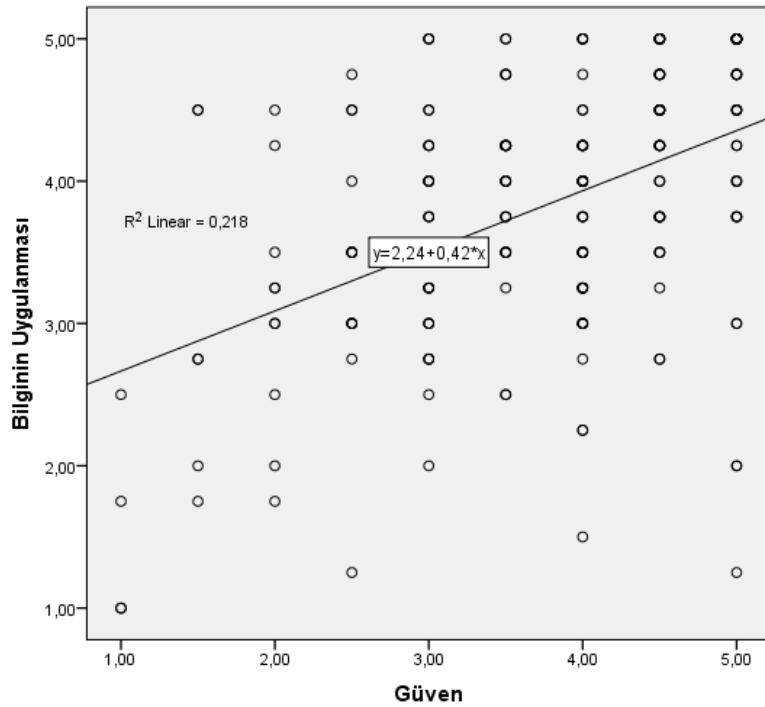
Tablo 4.18. Güvenin Bilginin Uygulanmasına Etkisi

Regresyon Modeli $r=0,467$ $r^2=0,218$	Standardize Olmayan Parametreler		Standardize Parametreler	t	p
	B	S. Hata	β		
Sabit	2,243	0,213		10,528	0,000
Güven	0,422	0,055	0,467	7,680	0,000

* Bağımlı Değişken: Bilginin Uygulanması.

Buna göre, güven (x) ve bilginin uygulanması (y) arasındaki regresyon eşitliği $y=2,243+0,422x$ olarak bulunmuştur. İki değişken arasındaki korelasyon $r=0,467$ 'dir. Güven ile bilginin uygulanması arasında pozitif bir şekilde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani, güven arttıkça bilginin uygulanması artmaktadır. Güvenin bilginin uygulanması üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır ($t=7,680$; $p=0,000<0,05$). Değişkenlerin birbirlerinde açıkladıkları varyans ise %21,8'dir.

Bu sonuçlara göre, “H9: Güven ile bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, güven ve bilginin uygulanması arasındaki regresyon eşitliğinin regresyon doğrusu ile gösterimi Şekil 4.10'da gösterilmiştir.



Şekil 4.10. Güven ve Bilginin Uygulanması Arasındaki İlişkiyi Gösteren Regresyon Doğrusu

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bankacılık sektöründe, psikolojik sermayenin stratejik bilgi yönetimi uygulamalarına etkisinin araştırıldığı çalışmamızda yarıdan fazlası kadın ve üçte ikisi evli olan, dörtte üçü 26-50 yaş arasında yer alan ve üçte ikisi üniversite mezunlarından oluşan bir örneklem grubu katılmıştır. Ayrıca, katılımcıların yarıdan fazlası 11 yıldan fazla mesleki deneyime sahiptir ve çalışan personel pozisyonunda görev yapmaktadırlar. Dolayısıyla ortaya çıkan sonuçların bu özelliklere göre değerlendirilmesi yerinde olacaktır.

Çalışma sonucunda önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Ulaşılan bu sonuçları aşağıdaki gibi maddeleştirmek mümkündür:

- Katılımcıların psikolojik sermaye ve stratejik bilgi yönetimi ile ilgili algılarının 5,00 üzerinden 4,06 - 3,71 ortalama ile oldukça iyi bir düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Genel ortalamaya göre katılımcılar psikolojik sermaye ve stratejik bilgi yönetimi ile ilgili kanılara “kısmen katılıyorum” düzeyinde cevap vermişlerdir. Dolayısıyla, bankacılık sektöründe çalışanların psikolojik sermaye ve stratejik bilgi yönetimi algılarının iyi düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Literatürde bankacılık sektöründe çalışanların benzer algılarını ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmadığı için karşılaştırma yapılamamaktadır. Ancak, öğretmenlerin psikolojik algıları Şimşek (2018) ve Aslan (2017) tarafından çok iyi olarak bulunmuştur.
- Psikolojik sermaye alt boyutlarında katılımcıların ortalama puanları 4,38 - 3,74 arasında yer almıştır. Buna göre, alt boyutların da tamamına “kısmen katılıyorum” düzeyinde cevap verilmiştir. Ancak, yüksek ortalamadan başlayarak yapılan sıralamaya göre alt boyutlar özyeterlik, dayanıklılık, iyimserlik ve güven olarak sıralanmıştır. Yani, katılımcıların özyeterlikleri diğer psikolojik sermaye boyutlarından fazladır. Güven ise en sonda yer almıştır.
- Stratejik bilgi yönetimi alt boyutlarında ise katılımcıların ortalama puanları 3,82 – 3,59 arasında yer almıştır. Buna göre, her iki alt boyutta da görüşlere katılım düzeyi “kısmen katılıyorum” düzeyindedir. Ancak bilginin uygulanması alt boyutundaki kanılara katılım ortalaması stratejik bilgi seçimi alt boyutundan daha yüksek bulunmuştur. Diğer bir ifade ile katılımcılara göre; çalıştıkları örgütte bilginin uygulanması stratejik bilgi seçiminden biraz daha iyi yapılmaktadır.

- Katılımcıların özyeterliklerini arttıran en önemli nedenler sorumluluklarının ve başarı için yapılması gerekenlerin farkında olmaları, dolayısıyla şeffaf bir biçimde hesap vermeye hazır bulunmaları ve kendilerine güvenmeleridir. Dayanıklılık ile ilgili olarak katılımcılar özellikle; mesleki konularda kurumlarını temsil edebileceklerine, problemlerle baş edebileceklerine ve bir çok işin üstesinden gelebileceklerine inanç duymaktadırlar. Dolayısıyla kendilerini güler yüzlü, hayat/enerji dolu olarak tanımlamışlardır.
- Stratejik bilgi yönetimi ile ilgili olarak en iyi yapılan işler; toplantılarda varılan kararlar ve uygulanan projelerin sonuçlarının yazılı olarak belgelere dönüştürülmesi ve şirketteki uzmanlardan yüz yüze görüşerek bilgi ve tavsiyeler almanın çok kolay olmasıdır.
- Psikolojik sermaye ve bilgi yönetimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Stratejik bilgi yönetimi uygulamalarındaki değişimin %36,3'ünün psikolojik sermayeden kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Yapılan çalışmalar sonucunda psikolojik sermayenin genel olarak olumlu olan örgütsel sonuçlarla aynı yönlü; olumsuz olan sonuçlarla ters yönlü ilişkiler içerisinde olduğunu söylemek mümkündür (Çakmak ve Arabacı, 2017; Büyükgöze, 2014; Avey vd., 2011; Luthans, Avolio ve Li, 2005; Açan, 2015). Dolayısıyla, elde ettiğimiz bulgular yapılan çalışmaları desteklemektedir. Ayrıca, Yetiş (2016) tarafından bankacılık sektöründe yapılan bir araştırma sonucunda psikolojik sermayenin bilgi toplama ve bilgi dağıtımını pozitif yönde etkilediği bulunmuştur. Yetiş bilgi toplamanın %21'ini, bilgi dağıtımının %19'unu psikolojik sermaye ile açıklamıştır. Dolayısıyla çalışmamızın sonuçları Yetiş'in (2016) çalışması ile benzerlik göstermiştir. Ancak, açıklanan varyans çalışmamızda %36,3 olarak bulunmuştur.

- Özyeterlik ile stratejik bilgi seçimi ve bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır. Stratejik bilgi seçiminin %8'inin; bilginin uygulanmasının ise %24'ünün özyeterlikten kaynaklandığını söylemek mümkündür.
- Dayanıklılık ile stratejik bilgi seçimi ve bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır. Stratejik bilgi seçiminin %17'sinin; bilginin uygulanmasının ise %28'inin dayanıklılıktan kaynaklandığını söylemek mümkündür.

- İyimserlik ile stratejik bilgi seçimi ve bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır. Stratejik bilgi seçiminin %16'sının; bilginin uygulanmasının ise %18,5'inin iyimserlikten kaynaklandığını söylemek mümkündür.
- Güven ile stratejik bilgi seçimi ve bilginin uygulanması arasında anlamlı bir ilişki vardır. Stratejik bilgi seçiminin %25,6'sının; bilginin uygulanmasının ise %21,8'inin güvenden kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Sonuç olarak, bankacılık sektöründe çalışanların psikolojik sermaye yönetimi algıları iyi bir düzeydedir. Ayrıca özyeterlik düzeyi, dayanıklılık ve iyimserlikten daha fazladır. Özellikle öz yeterlik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık bakımından kendini denetleyen ve geliştiren çalışanların varlığı örgütlere çok önemli faydalar sağlamaktadır. Çalışanları yüksek psikolojik sermayeye sahip olan örgütlerde çalışanların psikolojik iyi oluş düzeyleri yükselmekte, çalışanların iş tatminleri artmakta, işe bağlılık ve örgütsel bağlılık artmakta, örgüt iklimi pozitif bir havaya bürünmekte, işten ayrılma niyeti azalmakta ve performans artmaktadır (Açan, 2015). Dolayısıyla bu sonuç bankacılık sektörü için oldukça sevindirici bulunmuştur. Zira psikolojik sermaye benzersiz özellikleri ve örgütlerin gelişimi, verimlilik, performans, iş tutumu ve rekabet gibi konulara yaptığı katkılardan dolayı ayrı bir önem taşımaktadır (Polatçı, 2014).

Ancak, güven ortalaması alt boyutlar içerisinde görece daha azdır. Bu durum bankacılık çalışanlarının kendilerine güvenlerinin dayanıklılık ve iyimserliklerinden daha fazla olmasına rağmen genel olarak güven konusunda endişelerinin olduğunu göstermektedir.

Psikolojik sermayenin yanında bankacılık sektöründe stratejik bilgi yönetimi de iyi bir düzeydedir. Rekabet gücünü sürekli tutmak ve piyasadaki müşteri beklentilerine karşılık verebilmek için bilginin stratejiye dönüştürülerek organizasyonel süreçlerde kullanılması bankacılık sektöründe büyük önem taşımaktadır (Kurt ve Ağca, 2007). Dolayısıyla bulunan sonuçlar bankacılık sektörünün mevcut durumu açısından oldukça olumludur.

Bu çalışma sonucunda ulaşılan sonuçlardan sonra aşağıdaki önerilerde bulunmak mümkündür:

- Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre bankacılık sektöründe psikolojik sermaye ve stratejik bilgi yönetimi uygulamaları ile ilgili algının oldukça iyi olduğu

görülmüştür. Ancak, düzey çok iyi değildir. Bu nedenle, psikolojik sermayenin artırılması ve stratejik bilgi yönetimi uygulamalarının iyileştirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

- Çalışmamızda da belirtildiği üzere Psikolojik sermaye ve iş performansı arasındaki olumlu ilişki göz önüne alındığında; işverenlerin iş görenlerin psikolojik sermaye algı düzeylerine katkı sağlaması gerekmektedir. Üç ayda düzenlenecek anketlerle her bir çalışanın (adına özel olabilir mümkünse) bireysel farkındalığı için sorular konulmalıdır. Sorular kişinin çalıştığı pozisyona uygunluğu ile ilgili olarak psikolojik sermaye boyutlarında değerlendirilmelidir. Yapılan anket çalışmalarının yanında, İnsan Kaynakları departmanının kendi uygunluklarına göre belirleyecekleri dönemlerde; her bir çalışanla bireysel olarak konuşması uygun olacaktır. Kişi değerlendirmeye alınabilir. Bu yöntemle aslında psikolojik sermaye boyutlarına inilmiş olacaktır. Kişinin kim olduğunu ve pozitif gelişim sayesinde kim olabileceğini anlamasına katkı sağlayacaktır.
- Psikolojik sermayenin artırılması için özellikler güven alt boyutu üzerinde durulması yerinde olacaktır. Çalışanın çalıştığı kurumda kendini güvende hissetmesi önemlidir.. Örgüt içi tatmin çalışan için önemli olup performansına direkt yansımaktadır bu da işletme için pozitif fayda demektir.
- Stratejik bilgi yönetimi uygulamalarının iyileştirilmesinin ise %36 gibi önemli bir oranının psikolojik sermayenin iyileştirilmesine bağlı olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.
- Ayrıca, çalışmamıza benzer çalışmalar farklı örneklem grupları üzerinde tekrarlanarak elde edilen bulgular ile karşılaştırılması yararlı olacaktır.

6. KAYNAKLAR

- Açan, A. M. (2015). *Psikolojik sermayenin iş tatminine etkisi: Hava trafik kontrolörleri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Akbaba, Ö. (2016). *Değişim mühendisliği, örgüt iklimi ve psikolojik sermayenin firma performansı üzerine etkisi: İstanbul Anadolu yakası aile şirketleri uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akçay, V. H. (2012). Pozitif Psikolojik Sermayenin İş Tatmini İle İlişkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 123-140.
- Akgemici, T. (2003). *Stratejik Yönetim*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aktan, C. Vural, Y. (2004). Yeni Ekonomi, Mercek, 9(36), sayfa numaraları bulunmuyor.
- Argote, L. (2005). Reflections on Two Views of Managing Learning and Knowledge in Organizations, *Journal of Management Inquiry*, 1(14), 43-48.
- Aslan, İ. (2017). *Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siirt.
- Avey, J., Wernsing, T. S. ve Luthans, F. (2008), Can Positive Employees Help Positive Organizational Change? Impact of Psychological Capital and Emotions on Relevant Attitudes and Behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), 48-70.
- Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of Management*, 38, 9-44.
- Barca, M. (2002), Yeni Ekonomide Bilginin Stratejik Önemi, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, İzmit.
- Barutçugil, İ. (2002). *Bilgi Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Basım, N. ve Çetin, F. (2011). Yetişkinler İçin Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği'nin Güvenilirlik Ve Geçerlilik Çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi*. 22(2), 1-13.
- Bayram, H. (2010). *Bilgi Toplumu ve Bilgi Yönetimi*. İstanbul: Etap Yayınları.
- Begenirbaş, M. ve Turgut, E. (2016). Psikolojik Sermayenin Çalışanların Yenilikçi Davranışlarına Ve Performanslarına Etkileri: Savunma Sektöründe Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 57-93.
- Bollinger, A. S., ve Smith, R. D. (2001). Managing Organizational Knowledge As A Strategic Asset. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 8-18.

- Büyükgoze, H. (2014). *Lise öğretmenlerinin görüşlerine göre algılanan örgütsel destek ve psikolojik sermaye ilişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çakmak, M. S. ve Arabacı, İ. B. (2017). Öğretmenlerin Pozitif Psikolojik Sermaye Algılarının İş Doyumları ve Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(62), 890-909.
- Çapar, B. (2005). *Bilgi Yönetimi-Üretimi ve Pazarlanması-Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlanması Sempozyumu*, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.
- Çetin, F. ve Basım, H. N. (2012). Örgütsel Psikolojik Sermaye: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. *Amme İdaresi Dergisi*, 48(1), 121-137.
- Çetin, F. ve Varoğlu, A. K. (2013). Psikolojik sermayenin algılanan performansa ve işten ayrılma niyetine etkilerinde iş tatmini ve cinsiyetin rolü. *21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı* (468-471). Kütahya: 21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi.
- Dawson, C. (2015). *Araştırma Yöntemlerine Giriş*. A. Arı (çev.). Konya: Eğitim Yayıncılık.
- De Geus, A.P. (1999). *Öğrenme Olarak Planlama*, *Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler, Belirsizliği Yönetmek*. (Çev. Günay Bulut). İstanbul: Türk Metal Sanayicileri Sendikası.
- Dinçer, Ö. (1997). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Dinçer, Ö. (2013). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Doğan, S. ve Şanlı, B. (2003). İktisadi Kalkınmada Beşerî Sermaye. Süleyman Demirel Üniversitesi *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 8(1), 173-196.
- Erdem, H., Gökmen, Y. ve Türen, U. (2015). Psikolojik Sermayenin Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 38-62.
- Erkan, H. (1998). *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Erkmen, T. ve Esen, E. (2013). Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Öneri Dergisi*, 10(39), 23-30.
- Erkus, A. ve Afacan Fındıklı, M. (2013). Psikolojik Sermayenin İş Tatmini, İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 42(2), 302.
- Fidancı, M. S. (2017). *Örgütlerde bilgi yönetimi uygulamalarının örgüt kültürüne etkisi: Adıyaman Belediyesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

- Fredrickson B. L. (2001). The Role of Positive Emotions in Positive Psychology: The Broaden-And Build Theory of Positive Emotions. *American Psychologist*, 56, 218–226.
- George H., Pemberton, J. (1999). Learning and Knowledge Management Intelligent Organization *Participation & Empowerment*, 7(5), 131-144.
- Gleick, J. (2014). *Enformasyon* (çev.: Ümit Şensoy). İstanbul: Optimist Yayınevi.
- Gohel, K. (2012). Psychological Capital as A Determinant of Employee Satisfaction. *International Referred Research Journal*, 3(36), 34-37.
- Göcen, G. (2013). Pozitif Psikoloji Düzleminde Psikolojik İyi Olma ve Dini Yönelim İlişkisi: Yetişkinler Üzerine Bir Araştırma. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 7(13), 97-130.
- Gökce, Ş. (2006). *Bilgi çağının iş organizasyonlarında stratejik bilgi yönetimi: teori ve bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Hatch, NW., ve Dyer, JH. (2004). Human Capital And Learning As A Source Of Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 25(12), 1155-1178.
- Kaplan, Y. (2000). *Veri Haberleşmesi Kavramları*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Karagül, M. ve Masca, M. (2005). Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 1, 37-52.
- Karakaya, A. (2002), İşletme yönetiminde Stratejik Bilgi Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Kardemir A.S. ve Bağlı Ortaklıklar, 10.Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi, Bildiriler Kitabı, Antalya.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Keleş, H. N. (2011). Pozitif Psikolojik Sermaye: Tanımı, Bileşenleri ve Örgüt Yönetimine Etkileri. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 343-350
- Keyes, C. L. M., Shmotkin, D. ve Ryff, C. D. (2002). Optmizing Well-Being: The Emprical Encounter of Two Traditons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82 (6), 1007-1022.
- Kurt, M. ve Ağca, V. (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 83-112.
- Lin, CY. ve Kuo, TH. (2007). The Mediate Effect Of Learning And Knowledge On Organizational Performance. *Industrial Management & Data Systems*, 107(7), 1066-1083.

- Lopez, S. J., Ciarlelli, R., Coffman, L., Stone, M. ve Wyatt, L. (2000), Diagnosing for Strengths: On Measuring Hope Building Blocks, *Handbook of Hope Theory, Measures And Applications* (Ed. C.R. Snyder), Academic Press, San Diego, 57-85.
- Luthans F, Avolio B, Walumbwa F. ve Li W. (2005). The Psychological Capital of Chinese Workers: Exploring the Relationship with Performance. *Management and Organization Review*, 1, 247–269.
- Luthans F., Youssef C. M. ve Avolio B.J. (2007). Positive Organizational Behavior Debra L. Nelson and Cary L. Cooper (Ed.) *Psychological Capital: Investing and Developing*. (9-24). SAGE Publications.
- Luthans, F. (2002). Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths. *The Academy of Management Executive*. 16, 57-75.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J. ve Peterson, S. J. (2010). The Development and Resulting Performance Impact of Positive Psychological Capital. *Human Resource Development Quarterly*, 21, 41-67.
- Luthans, F., Avey, J.B., Avolio, B.J., Norman, S.M. ve Combs, G.M. (2006). Psychological Capital Development: Toward A Microintervention, *Journal of Organizational Behavior*, 27, 387-393.
- Macinnis, D. J. ve De Mello G. E., (2005) The Concept of Hope and Its Relevance to Product Evaluation and Choice. *Journal of Marketing*, 69: 1-14.
- Martha, H. ve Winston, B., 2005. Towards A Deeper Understanding of Hope And Leadership. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 12 (2), Ss. 42-53.
- Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F. ve Hirst, G. (2014). Psychological Capital: A Review and Synthesis. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 120-138.
- Norman, S. M., (2006), *The Role Of Trust: Implications For Psychological Capital And Authentic Leadership*" (2006). ETD Collection for University of Nebraska - Lincoln. AAI3208085.
- Özdemir, A. ve Özgüner, M. (2016). The Effect of Psychological Capital On Entrepreneurship: A Study On University Students. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 5107-5121.
- Özdemirci, F. ve Aydın, C. (2007). Kurumsal Bilgi Kaynakları ve Bilgi Yönetimi. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(2), 164–185.
- Özgener, Ş. (2000). Öğrenen Organizasyon Anlayışının Gerçek Yönetim Uygulamalarına Yansıtılması. *Verimlilik Dergisi*, 2, 41-64.
- Page, L. F., Danohue, R. (2004). Positive Psychological Capital: A Preliminary Exploration of the Construct. *Monash University Department of Management Working Paper Series*, 51(4), 1-10.

- Pauramini, Z. ve Fayyazi, M. (2015). The Relationship between Positive Organizational Behavior with Job Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, and Employee Engagement. *International Business Research*, 8(9), 57-66.
- Petrides, L.A. (2002). Organizational Learning and The Case for Knowledge-Based Systems, *New Directions for Institutional Research*, 113, 69-84.
- Prahalad, C.K., ve Hamel, G. (1990). The Core Competence of The Corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- Robbins, S.P. (2001). *Organizational behavior, 9th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rowley, J. (2001). Knowledge Management in Pursuit of Learning: The Learning with Knowledge Cycle. *Journal of Information Science*, 27(4), 227-237.
- Scheier, M. F ve Carver, C. S. (1987). Dispositional Optimism and Physical WellBeing: The Influence of Generalized Outcome Expectancies on Health. *Journal of Personality*, 55 (2), 169-210.
- Soliman, F. ve Spooner, K. (2000). Strategies For Implementing Knowledge Management: Role Of Human Resources Management. *Journal of Knowledge Management*, 4(4), 337-345.
- Şenturan, Ş. ve Kamitoğlu, Z. (2007). *Yönetmel ve Örgütsel Açından İnsan Kaynakları*. İstanbul: Beta Basım.
- Şimşek, H.A. (2018). *Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermaye düzeyleri ile okul müdürlerine yönelik öğretimsel liderlik algıları arasındaki ilişki (Çanakkale örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- TDK (2017). 24.07. 2017, *Büyük Türkçe Sözlük*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts.
- Tekin, M., Güleş, H. K. ve Burgess, T. (2000), *Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi*, Konya.
- Tiwana, A. (2003). *Bilginin Yönetimi*. (Çev. Elif Özsayar). İstanbul: Dışbank.
- Tuna, F. (2016). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. Ankara: Pegem Akademi.
- Tuna, N. (2016). *Psikolojik sermaye ile algılanan yönetici desteğinin örgüt içi girişimcilik üzerine etkisi: Kamu çalışanları üzerine görgül bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Türk, M., (2003). *Küreselleşme Sürecinde İşletmelerde Bilgi Yönetimi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Türkmen, İ. (2016). *Stratejik girişimciliğin bilgi yönetimi performansı üzerine etkisi: Bilişim 500 şirketlerinde bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.

- Uygunil, S. (2017). *Pozitif psikolojik sermaye ile çalışan tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Adana ilinde bir uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta.
- Ünlü, O. (2015). *Stratejik bilgi yönetimi enstrümanlarından entelektüel sermayenin boyutları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Türk prefabrik sektörü üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Şah Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Wang, KL., Chiang, C. ve Tung, CM. (2012). Integrating Human Resource Management And Knowledge Management: From The Viewpoint Of Core Employees And Organizational Performance. *International Journal of Organizational Innovation*, 5(1), 109-137.
- Yahya, S. ve Goh, WK. (2002). Managing Human Resources Toward Achieving Knowledge Management. *Journal of Knowledge Management*, 6(5), 457–468.
- Yalçınkaya, İ. (2012). *Bilgi Yönetiminin Örgütsel Etkileri*. S. Gülseçen içinde, Bilgi ve Bilginin Yönetimi (s. 37-48). İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Yeniçeri, Ö. (2003). Örgütleri etkinleştirme aracı olarak bilgi ve bilgi yönetimi. *Standard*, 499.
- Yetiş, E. (2016). *Psikolojik sermaye ve etkileri: Bankacılık sektöründe bir alan çalışması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Yılmaz, H. (2010). Bilgi Yönetimi Sürecinde Performans Yönetim Modellerinin Uygulanması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 59-76.
- Zaim, H. (2005). *Bilginin Artan Önemi ve Bilgi Yönetimi*. İstanbul: İşaret Yayınları.
- Zhao, Z. ve Hou, J. (2009), The Study on Psychological Capital Development on Entrepreneurial Team. *International Journal of Psychological Studies*, 1(2), 35-40.

7. EKLER

Ek 1. Araştırmada Kullanılan Anket

SAYGI DEĞER İLGİLİ,						
Anket formumuz Yüksek Lisans tezi hazırlamak için size sunulmaktadır. Göstereceğiniz özen ve katkınız için şimdiden teşekkür ederiz. Ankette firma bilgisi ve özel şahsi bilgilerin yazılması kesinlikle istenilmemektedir.						
Yüksek Lisans Öğrencisi Başak BALYÜREK, ADÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü						
Mesleki deneyim süreniz	1-2 Yıl	2-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16 + Yıl	
Yaşınız	18-25	26-30	31-40	41-50	51+	
Cinsiyetiniz	Erkek	Bayan				
Medeni Durumunuz	Evli	Bekar				
Eğitiminiz	İlköğretim	Lise	Üniversite	Y. Lisans	Doktora	
Kurumdaki Pozisyonunuz	Şirket Sahibi	Şirket Müdürü	Bölüm Sorumlusu	Ustabaşı-Formen	Çalışan Personel	
Lütfen aşağıdaki ifadelerden karşısındaki rakamlardan En önemsiz olarak gördüğünüz için (1) En önemli gördüğünüz için (5) işaretleyiniz.						
(1) Tamamen Katılmıyorum, (2) Kısmen Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Kısmen Katılıyorum, (5) Tamamen Katılıyorum Anlamındadır.						
BİLGİ YÖNETİMİ STRATEJİSİ ÖLÇEĞİ						
Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler (know-how, teknik beceri veya problem çözme yöntemleri) oldukça iyi kodlanmıştır.	1	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler, basılı haldeki el kitapları ve resmi belgelerden kolaylıkla elde edilebilir.	2	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette yapılan toplantılarda alınan kararlar ve uygulanan projelerin sonuçları yazılı olarak belgelere dönüştürülür.	3	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette kullanılan bilgiler, basılı el kitapları ve resmi belgeler gibi kodlanmış biçimlerde paylaşılır.	4	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette işimde yararlandığım bilgiler, kendi iş arkadaşlarım ve uzmanlardan çok kolaylıkla elde edilebilir.	5	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirketteki uzmanlardan yüz yüze görüşerek bilgi ve tavsiyeler almak çok kolaydır.	6	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette, kişisel sohbetler ve yapılan toplantılar herkesin bilgi paylaşması amacıyla kullanılır.	7	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette, uzmanlardan veya yöneticilerden bire bir tavsiye alınması gerektiğinde belirli düzeyde bilgiler gereklidir.	8	1	2	3	4	5
PSİKOLOJİK SERMAYE ÖLÇEĞİ						
ÖZYETERLİLİK ALT BOYUTU						
Çalıştığım şirkette yaptığım işin tüm aşamasında kendimden eminimdir.	9	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette Kendime güvenirim.	10	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette başarı için yapmam gerekeni biliyorum.	11	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette beni zorlayan işlerde kimden yardım alacağımı bilirim.	12	1	2	3	4	5
İYİMSERLİK ALT BOYUTU						
Çalıştığım şirkette hayat dolu bir insanım.	13	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette enerji doluyum.	14	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette hayat güzeldir.	15	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette güler yüzüyüm.	16	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirketteki toplulukla iç içe yaşamak bana huzur veriyor.	17	1	2	3	4	5
GUVEN ALT BOYUTU						
Çalıştığım şirkette mesleki sorumluluklarımın farkındayım.	18	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının sorunlarını çözmekte isteklidir.	19	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette mesleğimde güvenilir birisi olduğumu söylerler.	20	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette yaptığım her iş için hesap verebilirim.	21	1	2	3	4	5
DIŞADONUKLUK ALT BOYUTU						
Çalıştığım şirkette Mesleğimle ilgili konularda istenirse bir grubu bilgilendiririm.	22	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette bölümümün bir problemi olduğunda çözüm için gerekirse tüm mercilerle görüşürüm.	23	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette bölümüm için yeni fikirler geliştiririm.	24	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette mesleki konularda kurumumu temsil edebilirim.	25	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette çalışma hayatımda şeffaf olmayı tercih ederim.	26	1	2	3	4	5
PSİKOLOJİK DAYANIKLILIK						
Çalıştığım şirketteki yöneticiler astlarının eğitimi için çevredeki olumsuzluklarla mücadele ederler.	27	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette Kurumumdaki bir sorun için yapıcı katkılar sağlarım.	28	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette beklenmedik sorunlara çözümler geliştirebilirim.	29	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette zorluklar mücadele azmimi artırır.	30	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette güçlükler karşısında mücadele ederim.	31	1	2	3	4	5
UMUT						
Çalıştığım şirkette yaşadığım problemler beni olgunlaştırır.	32	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette mesleğimi icra ederken aynı anda birçok işin üstesinden gelirim.	33	1	2	3	4	5
Çalıştığım şirkette meslek hayatımda karşılaşılabileceğim problemlerle bir şekilde baş edebilirim.	34	1	2	3	4	5
Anketimiz sona ermiştir. Teşekkür eder, iyi çalışmalar dileriz.						

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Başak BALYÜREK

Doğum Yeri ve Tarihi : Ankara / 16.09.1992

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Celal Bayar Üniversitesi / İşletme Fakültesi / İşletme

Lisansüstü Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Ekonomi
ve Finans İnterdisiplinler / Yüksek Lisans

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce

İş Deneyimi

Sigorta Danışmanı (2018-Devam etmekte) Arkas Holding , Konak\ İzmir

İletişim

e-posta Adresi : basakbalyurek15@gmail.com /basak.balyurek@arkassigorta.com.tr

Tarih :04.08.2018