

Sosyal Sermaye

Bilge Güler¹

Özet

Sosyal sermayenin ekonomik sistemde önemli bir rol üstlenen işletme örgütleri açısından ele alınmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada, çok disiplinli bir kavram olan sosyal sermaye, işletme örgütleri açısından ele alınarak kavramsal bilgiler sunulmaktadır.

Sosyal sermayenin özünü, “ilişkiler önemlidir” ve sosyal ağlar değerli bir varlıktır” temel tezi oluşturmaktadır. Bireyler, gruplar ve örgütler arası ilişkiler yoluyla oluşan sosyal sermayenin taklit edilmesi ve transfer edilmesi oldukça zor olduğundan örgütlere rekabet avantajı kazandıracağı söylenebilir. İş hayatında sahip olunan becerilerin yanı sıra sosyal ağlar ve ilişkiler de önem taşımaktadır. Yapılan literatür araştırması sonucu sosyal sermayenin iş tatminini, örgütsel bağlılığı, motivasyonu ve işe bağlılığı arttırdığı görülmektedir. Bununla birlikte sosyal sermayenin gençlerin iş kaygılarını azaltması, kadın girişimcilere sağladığı avantajlar, COVID-19 döneminde virüsün yayılmasını engellemesi, yaşam memnuniyeti ve yaşam kalitesini artırması, bireylerin sağlık durumlarına olan pozitif etkisi, ülkelerin ekonomik gelişimini olumlu etkilemesi gibi bireyler, toplumlar ve ülkeler açısından da faydaları olduğu belirlenmiştir. Sosyal sermayenin bireysel, örgütsel, toplumsal ve ülkeler açısından sağladığı faydalar, bu kavramın önemini ortaya koymaktadır. Özellikle örgütlere sağladığı faydaların onlara rekabet avantajı kazandırması sebebiyle bu konuda yapılan çalışmaların artırılması literatüre ve uygulayıcılara katkı sağlayabilir.

1 Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Bor Meslek Yüksekokulu, bilgeeguler@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5361-8304

1. GİRİŞ

20. yüzyılın başlarından beri popüler bir çalışma alanı haline gelen sosyal sermaye, literatürde öncelikle toplumsal düzeyde incelenmiş ve daha sonra konuya olan ilginin artmasıyla birlikte özellikle iktisat ve işletme alanlarında üzerinde sıklıkla durulan bir çalışma alanı olmuştur (Demirağ ve Çavuşoğlu, 2019, s. 644). Sosyal bilimler içinde son yıllarda önem kazanan sosyal sermayenin ana fikri, “sosyal iletişim ağlarının değerli bir servet olduğu” düşüncesine dayanmaktadır (Tamer, 2019, s. 287). Sosyal sermaye teorisyenleri tarafından, bireylerin sahip olduğu sosyal ağların sermaye niteliği taşıdığı uzun zamandır tartışılan bir konudur. İlişkilerin gücü, “sosyal” ve iktisadi bir kavram olan “sermaye” terimini bir araya getirmiştir (Abay Alyüz, 2019, s. 953).

Genel kabul görmüş üretim faktörlerinin (emek, sermaye, doğal kaynaklar ve girişimci) yeni ekonomik düzeni açıklamada karşılaştığı zorluk sebebiyle sosyal sermaye, son dönemlerde işletme biliminde sık kullanılan bir kavram olmuştur. Değişen iktisadi yapı ve işletme koşulları, örgütlerin güçlü kalabilmeleri için maddi sermayenin yeterli olmayacağını ortaya koymuş, insan sermayesi ve sosyal sermaye kavramları ön plana çıkarmıştır (Erbaşı, 2020, s. 599). Örgüt üyelerinin ortak amaç yönelimi ve aralarındaki güvenin sonucu oluşan örgüt içi sosyal ilişkilerin özelliği olarak ifade edilen sosyal sermayenin örgütsel bir olgu olarak ele alınması giderek daha fazla ilgi görmektedir (Söylemez ve Tolon, 2019, s. 373). Örgütlerin gelişmesi ve faaliyetlerinde başarılı olması; örgüt çalışanları arasındaki bağlara, ilişkilere, işbirliği ve uyuma bağlı olduğundan sosyal ağ çalışmalarının sosyal sermaye çalışmalarına katkısı hızlı bir ivme kazanmış ve farklı alanlarda çalışmalar yapılmasına imkân sağlamıştır. Sosyal sermaye kavramı ile örgüt çalışanları arasındaki ilişkilerin örgütlere sağlayacağı muhtemel faydalar araştırılmaya başlanmış ve bu konuda yapılan çalışmalar son on yılda hız kazanmıştır (Alan, 2020, s. 3). Bu bölümde, çok disiplinli bir kavram olan sosyal sermaye, işletme örgütleri açısından ele alınarak kavramsal bilgiler sunulacaktır. Sosyal sermayenin ekonomik sistemde önemli bir rol üstlenen işletme örgütleri açısından ele alınmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda öncelikle sosyal sermaye kavramının ortaya çıkışı ve gelişimi, sosyal bağ ve sosyal sermaye kavramlarının tanımı, sosyal sermayenin unsurları, boyutları, örgütsel sosyal sermaye ve sosyal sermayenin faydaları konuları ele alınacaktır.

2. SOSYAL SERMAYE KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ

Ekonomik düşüncede “sermaye” terimi başlangıçta, gelecekte kârlı bir getiri umuduyla yatırılabilir birikmiş para toplamı anlamına gelmekteydi. Daha sonra ekonomik faaliyetlerin üretkenliğini artırmada makine ve binaların rolünü anlatmak için “fiziksel sermaye” kavramı ortaya çıkmıştır. Sermaye fikri ancak 1960’larda insanları ve onların kapasitelerini kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Başlangıçta Theodore Schultz (1961) ve daha sonra Becker (1964) tarafından geliştirilen insan sermayesinin arkasındaki kavram, ekonomistin çalışanların becerilerinin değerini ölçmesine yardımcı olabilecek bir araç olarak kullanılabilmesiydi (Field, 2003, s. 12). Sermaye, ekonomik bir kavram olarak algılsa da zamanla farklı disiplinlerin de çalışma alanlarına dâhil olarak çeşitli şekillerde kavramsallaştırılmıştır. Farklı disiplinlerdeki araştırmacılar, bu kavramı kendi alanlarıyla ilişkilendirerek açıklamışlar ve ortaya farklı sermaye türleri çıkmıştır. Örneğin, sosyoloji ile ilgilenen araştırmacılar sermayenin sosyal yönüne odaklanarak sosyal ve kültürel sermaye kavramlarını ortaya çıkarmışlardır (Sivri ve Özbek, 2019, s. 157). Diğer sermaye biçimlerinden farklı olarak sosyal sermaye, kişiler arasındaki ilişkilerin yapısına bağlı bulunmakta; ne bireylerde ne de üretimin fiziksel araçlarında bulunmaktadır (Coleman, 1990, s. 302). Hukuki düzenlemeler yerine sosyal normların önemli olduğunu ortaya koyan ve karşılıklı güvene, sosyal ağlara ve bağlara önem veren sosyal sermaye bu yönüyle de diğer sermaye türlerinden farklılık göstermektedir (Kitapçı, 2015, s. 12).

İktisat, sosyoloji, işletme ve siyasal bilimler alanlarında da incelemelere konu olan sosyal sermaye, Hanifan’ın 1916 yılında ilk kez bu kavramı kullanmasıyla beraber literatürdeki yerini almıştır (Güney ve Çelik, 2019, s. 107). Hanifan 1916 yılında, okul toplum merkezlerini incelediği çalışmasında, sermaye kavramını normalde kullanıldığı anlamda değil, maddi nesnelere anlamlı kılabilecek sosyal bir birim oluşturan bireyler ve aileler arasındaki iyi niyet, arkadaşlık, empati ve sosyal etkileşimi kastedecek şekilde kullanmış ve ticari bir örgütün kurulmasında olduğu gibi topluluğun inşa edilmesinde de sermayenin gerekli olduğunu vurgulamıştır (Koç, 2019, s. 341). Pierre Bourdieu, James Coleman ve Robert Putnam, sosyal sermayenin gelişimine katkıda bulunan yazarlar arasında önde gelen isimlerdir. Bourdieu, sosyal sermaye kavramını 1970’ler ve 1980’lerde geliştirmiş ancak sosyal teorisinin diğer alanlarına göre çok daha az ilgi görmüştür. Sonraki çalışma, James Coleman’ın rasyonel eylem teorisi altında sosyoloji ve ekonomiyi birleştirme girişiminin hem sosyal bilimcileri hem de politikacıları etkilediği Amerika Birleşik Devletleri’nde yürütülmüştür. Coleman, kendi çıkarları doğrultusunda rasyonel hareket eden bireyler fikrini çıkış noktası olarak

almıştır. Bu kavramın şu anki öneminde ise Robert Putnam'ın çalışmasının önemli bir yeri vardır. Putnam, sosyal bütünleşme ve esenliğin temeli olarak dernek kurma ve yurttaşlık faaliyeti fikrini miras almış ve geliştirmiştir. Bourdieu, sosyal sermayeyi seçkin grupların konum için yarışırken kullandıkları bir varlık olarak göreyerek bu yaklaşımı bir yönde benimsemiştir. Coleman'a göre sosyal sermaye aynı zamanda görece dezavantajlı kişiler için bir kaynak işlevi görebilir. Putnam ise bu kavramı, toplumsal düzeyde işlev gören bir kaynak olarak göreyerek en ileri noktaya taşımıştır. Bu farklılıklara rağmen üç yazar da sosyal sermayenin, kişisel bağlantılardan ve kişiler arası etkileşimden ve bu temaslarla ilişkilendirilen paylaşılan değerler dizisinden oluştuğunu düşünmektedir (Field, 2003).

Ekonomi, siyaset ve toplum modellerinin karşı karşıya kaldığı krizler, sosyal bilimlerde yeni bir kavramın doğmasına sebep olmuştur. Sosyal sermaye, insan ilişkilerinde var olan iktisadi, siyasi ve bireyler arası ilişkileri açıklamaya, anlamaya ve çözüm bulmaya yönelik popülerlik kazanmış bir kavramdır (Şahin ve Yılmaz, 2020, s. 588). Modernite ile beraber özellikle gelişmiş ülkelerde aşırı bireyci ve rekabetçi anlayışın ekonomik, siyasi ve sosyal yapılarıdaki işbirliğini zayıflatması sonucu, bu sorunu çözmek için bireysel ve toplumsal ilişkilerin işbirliği ve dayanışmacı bir kültüre dönüştürülmesi üzerine görüşler öne sürülmüş ve sosyal sermaye çözüm sürecinde sunulmuştur (Tamer, 2019, s. 306).

2.1. Sosyal Bağ ve Sosyal Sermaye Kavramlarının Tanımı

Sosyal sermaye için öncelikle bireyler arası bir ilişkinin olması gerekmektedir ve bu ilişkinin ilk aşaması ise bireyler arasındaki bağın kurulmasıdır (Ağcasulu, 2019, s. 28). Sosyal sermaye, bir topluluk içinde var olan sosyal bağları tanımlamaktadır. Karşılıklılık ve güven normlarının yanı sıra sosyal ilişkiler ve sosyal ağları içermektedir (Borgonovi ve Andrieu, 2020, s. 1). Bu nedenle tanımlanması gereken en temel kavram, sosyal bağ kavramıdır. İki taraf arasında devam eden ve tekrarlanan temas olayı olduğunda, bir ilişki veya bağın var olduğu söylenebilir. Bir bağ, herhangi bir resmi organizasyondan farklı olduğunda, buna sosyal bağ veya sosyal ilişki denir. Sosyal bağlar hakkında önemli bazı özellikler şöyledir (Koput, 2010, s. 3):

- İki taraf gerektirirler; kişinin kendisiyle olan ilişkisi sosyal değildir.
- Temas gerektirirler, ancak bu temasın yüz yüze olması gerekmez. İletişim; telefon, e-posta, yazılı yazışma, kısa mesaj veya diğer yollarla gerçekleşebilir.
- Temas devam ediyor olmalıdır. Bir süre sonra yeniden meydana gelebilir, ancak böyle bir süre belirsiz olabilir.

- Resmi bir organizasyon bağlamında, sosyal bağlar bir şekilde öngörülen iş akışı etkileşiminin ötesine geçmelidir. Bir çalışanın amirine belirli bilgileri bildirmesi gerekiyorsa, yalnızca bu belirli bilgilerin değış tokuş edildiği temas olayı kendi başına bir sosyal bağ oluşturmaz.
- Bir sosyal ağ, iyi tanımlanmış bir grup taraf arasındaki bir sosyal bağ modelidir.

Oldukça geniş bir çalışma alanına sahip olan ve farklı disiplinler tarafından ele alınan sosyal sermaye kavramı, yapılan çalışmalarda farklı açılardan tanımlanmış ve ölçülmüştür. Bu nedenle bu kavramın tek ve net bir tanımının yapılması zordur (Şenbayram ve Ercan, 2018, s. 44). Bu konuda yapılan tanımlardan bazıları şöyledir:

- Sosyal sermaye, bir kişinin veya grubun başka bir kişiye veya gruba karşı, bir değışim ilişkisinde beklenenin ötesinde başka bir kişi veya grup için potansiyel bir fayda, avantaj ve ayrıcalıklı muamele sağlamasıdır (Robison vd., 2002, s. 19).
- Sosyal sermaye; normları, değerleri, tercihleri ve diğer sosyal nitelikleri ve özellikleri dağıtmak için ağların düğümleri/aktörleri tarafından oluşturulan, sürdürülen ve kullanılan sosyal, resmi olmayan ama aynı zamanda bu özelliklerden bazılarını paylaşan aktörlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan ağlar olarak tanımlanmaktadır (Westlund, 2006, s. 8).
- Sosyal sermaye, bir toplumun üretkenliğini ve sağlıklı bir yapıya kavuşmasını sağlayan normlar, sosyal ağlar ve insanlar arası güven olarak tanımlanmaktadır (Abdioğlu, 2013, s. 33).
- Sosyal sermaye, kolektif eylemi kolaylaştıran normlar ve ağlar olarak tanımlanabilir (Jha ve Cox, 2015, s. 254).
- Sosyal sermaye, sosyal ağlara üyelik yoluyla bireylere ve gruplara sunulan kaynaklardır (Villalonga-Olives ve Kawachi, 2015).
- Sosyal sermaye, “insanları bir arada tutan ve giderek parçalanmış ve belirsiz bir dünyadan bütüncül bir yapıya geçiş hissi veren sosyal yapıştırıcı” olarak ifade edilebilir (Kıyat, 2018, s. 132).
- Sosyal sermaye, insanlar arasındaki sosyal ilişkilerin yaratıcı sonuçlara dönüşme potansiyelidir. İçeriğini güven ve sosyal normların meydana getirdiği sosyal ilişki ağları oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle, toplumsal düzeyde normlar ve sosyal ilişkilerin, güven temelli olarak ortaya çıkmasıyla fayda sağlamasıdır (Vurgun, 2019, s. 37).

- Sosyal sermaye, örgütte birbirine bağlı bireylerin ve grupların aralarında oluşturdukları iyi niyet, dostluk, sempati gibi sosyal ağlardan meydana gelen fikirlerin yeni ürün ve hizmete dönüşmesine etki eden bir değerdir (Çöp ve Topcu, 2019, s. 31).
- Erbaşı (2020), sosyal sermaye literatürüne önemli katkılar yapan Hanifan, Bourdieu, Putnam, Coleman, Baker ve Fukuyama'nın tanımlarından yola çıkarak sosyal sermayeyi, örgütlerin faaliyetlerini yürütmek için kullandığı ağlar, normlar ve güven ilişkileri olarak tanımlamıştır.

Sosyal sermaye ile ilgili yapılan tanımlarda “neyi bildiğin değil kimi tanıdığın önemlidir” düşüncesi temel alınmış ve iletişim ağları en önemli nokta olarak vurgulanmıştır (Sivri ve Özbek, 2019, s. 156). Sosyal sermaye kavramı ya bireyci bir yaklaşımla, yani bireylerin ağ bağlantıları aracılığıyla eriştiği kaynaklarla (bilgi ya da araşsal yardım gibi) veya kolektif bir yaklaşımla, örneğin, uyumlu ilişkilerin varlığının bir sonucu olarak bir grubun üyelerine tahakkuk eden faydalarla ilgili olarak tanımlanmıştır. Buradaki önemli nokta, sosyal sermayenin tanımının özellikle bireysel odaklı veya kolektif odaklı olmamasıdır; ikisine de odaklıdır (Villalonga-Olives ve Kawachi, 2015, ss. 62-63). Sosyal sermaye tanımlarının çeşitliliği, bu kavramın politika, ekonomi, sosyoloji, psikoloji, işletme gibi farklı disiplinlerin teorik arka planı ile zengin perspektife sahip olduğunu göstermektedir. Örneğin; politik açıdan uluslararası sosyal politika ile ilişkisini, ekonomik açıdan ekonomik büyümeye etkisini, sosyoloji alanında toplumsal yapıya etkisini, işletme alanında beşeri sermayeyi güçlendirici bir unsur olması ve örgütlerdeki bireylerin sosyal ağ ilişkilerini incelemektedir (Abay Alyüz, 2019, s. 957). Çalışılan alana göre değişik açılardan ele alınan bu tanımlar, farklı ihtiyaçlara cevap vermekte ve her disiplinin konuya yaklaşımı kendi ilgi alanına göre farklı olmaktadır. Yapılan tanımlardan hareketle, sosyal sermayenin bireysel ve kolektif fayda sağlayan sosyal ağlar, sosyal normlar ve güven unsuru kapsamında kavramsallaştırıldığı görülmektedir (Kıyat, 2018, s. 136).

2.2. Sosyal Sermayenin Unsurları

Sosyal sermaye unsurlarının yazarlar tarafından çeşitli şekillerde sınıflandırıldığı görülmektedir. Pretty ve Ward'a (2001) göre sosyal sermayenin; 1-Güven ilişkileri, 2-Karşılıklılık ve mübadele, 3-Ortak kurallar, normlar ve yaptırımlar, 4-Bağlantılılık, ağlar ve gruplar olmak üzere dört merkezi yönü bulunmaktadır. Nanetti ve Holguin'e (2016) göre ise sosyal sermaye; güven, dayanışma değerleri ve normları kümesi ve amaca yönelik eyleme katılım olmak üzere üç özel unsurla karakterize edilmektedir. Tamer

(2019); sosyal ilişkiler ağı, karşılıklı güven ve sadakat, aidiyet duygusunun sosyal sermayenin başlıca unsurları olduğunu ifade etmektedir. Bu sınıflandırmalar doğrultusunda sosyal sermayenin üç temel unsuru aşağıda açıklanmaktadır.

1-Güven: Literatürde güven, sosyal sermayeyi temsil etmek için en çok kullanılan göstergedir (Pilatin, 2022, s. 218). Güven, bireyler ve topluluklar olarak insanlar arasındaki etkileşimin altını çizmekte ve insanların yaşamlarının çeşitli alanları arasındaki etkileşimi kolaylaştırmaktadır (Nanetti ve Holguin, 2016). Sosyal sermaye; güven, adalet, fedakârlık vb. gibi sosyal erdemlerin, toplumun çıkarları doğrultusunda değere dönüştürülmesine teşvik etmektedir. Bunu eyleme geçiren en önemli unsur ise bireylerin birbirlerine, topluma, siyasi otoriteye ve normlara olan güvenidir. Güvene dayalı ilişkilerin ekonomik yansıması ise sosyal sermayeyi oluşturmaktadır. Güven olgusu, sosyal sermayenin yalnızca oluşması için değil sürdürülebilirliği noktasında da önemli role sahiptir. Bununla birlikte güven, ekonomik başarı ve demokrasi için de gerekli koşulu oluşturmaktadır. Bireysel ve toplumsal güven düzeyinin yüksek olduğu ülkelerde, başarılı büyük örgütlerin olması bir tesadüf olmayıp güven düzeyinin başarı ve istikrarla paralel olduğu açıktır (Şenbayram ve Ercan, 2018).

Güçlü bir iletişim, sosyal ağların sağlamlığını ve yoğunluğunu arttırarak güven olgusunun oluşmasında önem taşımaktadır. Bu açıdan güven; kişi-kişi, kişi-örgüt, örgüt-örgüt, örgüt-kurum ve kurum-toplum etkileşiminin oluşturduğu bir olgu olarak düşünülebilir (Demirağ ve Çavuşoğlu, 2019, s. 647). Kişiler arası ve örgütler arası güvenin oluşturulması, sosyal sermayenin varlığına dair temel göstergelerden biridir (Balıkçoğlu ve Çoban, 2019, s. 107).

Güven, işbirliğini kolaylaştırmakta ve insanlar arasındaki işlem maliyetlerini azaltmaktadır. Başkalarını izlemeye yatırım yapmak yerine, bireyler beklendiği gibi hareket edeceklerine güvenebilirler. Bu, paradan ve zamandan tasarruf sağlamaktadır. Aynı zamanda, birine güvenmek karşılıklı güveni doğuran sosyal bir zorunluluk da yaratabilmektedir (Pretty ve Ward, 2001). Hazleton ve Kennan (2000), işlem maliyetlerinin mevcut sosyal sermaye stokuna dayalı olduğunu ifade etmektedirler. Bu tür maliyetler, çalışan hırsızlığı ve işçi sendikası kaynaklı şikâyetler vb. şekillerde olabilir. Örneğin, çalışan hırsızlığı, hırsızlığa ilişkin bir dizi beklenti ve yükümlülük üreten bir normun yer aldığı ilişkisel bir bağlamın yokluğunu yansıtır. Çalışan izleme cihazları, uygun iletişimsel ilişkiler yoluyla kültürel olarak ortaya çıkmamış bir tür ilişkiyi zorlamak için maliyetli yöntemlerdir (Hazleton ve Kennan, 2000, s. 85).

2-Bağlantılılık, ağlar ve gruplar: Bağlantılılık, ağlar, gruplar ve ilişkilerin doğası, sosyal sermayenin hayati bir yönüdür. Gruplar arasında pek çok farklı türde bağlantı olabilir (mal ticareti, bilgi alışverişi, karşılıklı yardımlaşma, borç verme, ortak kutlamalar gibi). Bu bağlantılar, tek yönlü veya çift yönlü ve köklü olabilir (Pretty ve Ward, 2001). Sosyal ağlara ekonomik bir yaklaşım uygulamak, sosyal ilişkilerin sermaye nesnelere olarak kabul edilebilecek bağlantılarla sonuçlanan (kasıtlı veya kasıtsız) yatırım (zaman veya diğer kaynaklar) tarafından inşa edildiği anlamına gelmektedir. Bu yatırımlar sosyal ağlara yapıldığında, bir tür “sosyal sermaye” biriktirdikleri söylenebilir (Westlund, 2006, s. 5).

Sosyal sermaye, kullanılmadıkça yıpranan bir yatırım türü olma noktasında diğer sermaye türlerinden ayrılmaktadır. Bu nedenle kurulan ilişkilerin sürekliliğini sağlamak amacıyla enerji, zaman ve çaba ayırmak gerekmektedir. Bu çabalar neticesinde ise ilişkiler güven esasına dayalı şekilde daha da güçlenmektedir. Güçlü bağlardan oluşan ağlardan ise sermaye olarak nitelendirilebilecek kazanımlar elde edilebilmektedir (Ağcasulu, 2019, s. 28). Sosyal ilişkilerden elde edilen faydalar “sermaye” olarak nitelendirilmektedir (Abay Alyüz, 2019, s. 957).

3-Ortak kurallar, normlar ve yaptırımlar: Üyelerinin ortak hedefler ve uyumlu politikalar peşinde ortak normlar temelinde bir araya gelme ve hareket etme kapasitesidir (Nanetti ve Holguin, 2016). Ortak kurallar, normlar ve yaptırımlar; grup çıkarlarını bireylerin çıkarlarından üstün tutan karşılıklı olarak kabul edilmiş veya nesilden nesile aktarılmış davranış normlarıdır. Bireylere, başkalarının da aynı şeyi yapacağını bilerek, kolektif veya grup faaliyetlerine yatırım yapma konusunda güven vermektedir. Bireyler sorumluluk alabilir ve haklarının ihlal edilmemesini sağlayabilir. Karşılıklı olarak kararlaştırılan yaptırımlar, kuralları çiğneyenlerin cezalandırılacağını bilmelerini sağlamaktadır (Pretty ve Ward, 2001). Bu, belirli topluluk içinde, bireysel çıkarların ötesinde ortak bir iyinin var olduğu görüşünün birçok kişi tarafından paylaşılması, ancak aynı zamanda bireyin çıkarının toplum için ortak bir vizyon peşinde koşmaktan yararlandığı ve bu şekilde geliştirildiği inancına dayanmaktadır (Nanetti ve Holguin, 2016). Sosyal sermaye için “ilişkiler” ve “ilişkiler ağı” çok önemlidir. Bu iletişim ağları, insanların amaçlarına ulaşmalarına yardım eden ve toplumu bir arada tutmaya olanak tanıyan daha geniş ilişkiler ve normlar kümesinin bir parçasıdır. Bu bakımdan sosyal sermaye, ağlar ve gruplar içinde işbirliğini kolaylaştıran normlar, değerler ve anlayışlar olarak görülmektedir (Tamer, 2019, s. 306).

2.3. Sosyal Sermayenin Boyutları

Sosyal sermayenin boyutlarına yönelik literatürde bir fikir birliği bulunmadığı, çeşitli sınıflandırmalar olduğu, sosyal sermayenin temel unsurları arasında yer alan güven, normlar ve sosyal ağların da sosyal sermayenin boyutları olarak ele alındığı görülmektedir. En yaygın olarak bilinen sosyal sermaye boyutlarına burada yer verilmektedir.

Nanetti ve Holguin (2016), sosyal sermaye boyutlarını; bağlayıcı (bonding), köprü kuran (bridging) ve birleştirici (linking) sosyal sermaye olarak ele almaktadırlar.

1-Bağlayıcı sosyal sermaye: Sosyolojinin birincil veya temel gruplar olarak atıfta bulunduğu, üyeleri aile bağlarını veya coğrafi çevreyi veya özel bir kültürel yakınlığı paylaşan sosyal kümelenmeler içinde, güven birincil grubun üyeleri arasında dağılır, ancak toplumun geri kalanına zorunlu olarak yayılmaz. Bu nedenle, dayanışma odaklı empati ve davranış, yalnızca grubun üyelerine karşı ve geniş aile, komşular veya kültürel azınlık grupları gibi gayri resmi ilişkisel ağların yaratılması yoluyla gösterilme eğilimindedir. Bu, sosyal sermayenin “bağlayıcı” biçimini oluşturmaktadır (Nanetti ve Holguin, 2016). Bağlayıcı sosyal sermaye; aile, akraba, cinsiyet, etnik köken ve örgüt kültürü gibi ortak bir kimlik temelinde güçlü sosyal ilişkilerden ortaya çıkmaktadır. Grup içindeki bütünleşme, grup içi sosyal sermayenin oluşmasını sağlamaktadır (Erselcan, 2009, s. 70).

2-Köprü kuran sosyal sermaye: Köprü kuran sosyal sermaye, daha uzak çevreler ve birbirine benzemeyen insanların ortak amaçlar için bir araya gelmeleri ile kurulan ilişkileri ifade etmektedir. Sosyal sermayenin en önemli unsurlarından biri olan güveni oluşturabilmek için bağlayıcı sosyal sermayeden ziyade köprü kuran sosyal sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır (Kitapçı, 2015, s. 25). Bu biçimde, topluluğun ekonomik, sosyal ve politik ilişkileri, karşılıklı ve toplum üyeleri arasında yaygın olan ve aile veya komşuluk veya kültürel azınlık bağlarının ötesine geçen bir güven ile karakterize edilmektedir. Bu tür sosyal sermaye ile karakterize edilen topluluklarda; tüketiciler ve tüccarlar, profesyoneller ve müşteriler, öğretmenler ve aileler, politikacılar ve seçmenler, dini liderler ve takipçiler ve diğer sosyal etkileşim ifadeleri arasında önemli bir güven varlığı bulunmaktadır. Spesifik olarak, bu tür topluluklarda, dayanışma değerleri ve normları çok sayıda sosyal, ekonomik ve kültürel konuyu aşmakta, yoğun ve çeşitli resmi dernek ağları tarafından ifade edilmektedir (Nanetti ve Holguin, 2016).

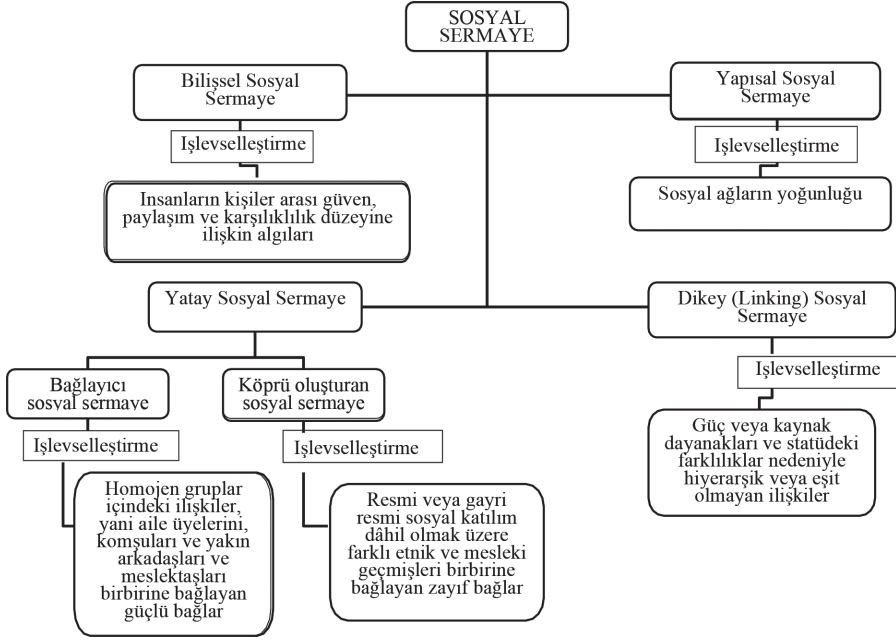
3-Birleştirici sosyal sermaye: Birleştirici sosyal sermaye, insanların gücü ve yetkiyi elinde tutan kişilerle olan ilişkisini ifade etmektedir. Yönetici

ile çalışan arasındaki ilişkiler buna örnektir. Yönetişim kavramının önem kazanmasıyla birlikte dikey ilişki ağlarının önemi azalmış olup yöneticiler ve çalışanlar arasında saygı, bağlılık ve güvene dayanan yatay ilişki ağları güçlenmiştir. Bunun sonucu ise birleştirici sosyal sermayenin önemi artmış ve bu da örgütlere ve devlete olan aidiyet duygusunu geliştirmiştir. Bu durum ise işbirlikçi davranışların oluşmasına katkı sağlamıştır (Kitapçı, 2015, s. 27). Bu sermaye biçimi, bir toplulukta köprü kuran ilişkiler, sorunların tanımlanması ve tartışılmasının ötesine geçtiğinde ve kurumlarla üretken etkileşimler üretme kapasitesini gösterdiğinde ortaya çıkmaktadır. Bu etkileşimler, birleştirici sosyal sermayeyi, yani önemli muhataplar olarak kabul edilen ve ilgili ağların, yenilikçi ve duyarlı politika kararlarından kalkınma sonuçları üretmek için taleplerini yönelttikleri karar alma kurumlarıyla yapısal bağlantıları oluşturur. Bu, sivil toplumun kurumlara yönelik organize ilişkilere katılımının, kurumların performansını doğrudan destekleyen ve etkileyen sosyal sermaye biçimi olduğu anlamına gelmektedir. Birleştirici sosyal sermaye, örneğin, kararlar alınmadan önce ağlarla yapılan kamusal tartışmalar veya resmi istişareler yoluyla veya ağların politikaların uygulanmasına sağlayabileceği teknik destek yoluyla ifade edilebilir (Nanetti ve Holguin, 2016). Gruplar arası düzeyde ortaya çıkan ilişkiler, genellikle birbiriyle bağları zayıf olan bireyler ve gruplar arasında yatay düzlemde oluşan ağlar şeklinde ya da hiyerarşik şekilde dikey olarak da ortaya çıkabilir. Birbirinden farklı kimliğe sahip, farklı gruplara ait heterojen yapıdaki insanlar arasındaki bağlar zayıf olarak görülse de bu zayıf bağ olumsuz anlam taşımamaktadır. Aksine birleştirici sosyal sermayenin gücünü artırıcı bir nitelik taşımaktadır. Çünkü bu tür sosyal ilişkiler gönüllük esasına dayandığı için herhangi bir sosyal yaptırımı yoktur (Erselcan, 2009, s. 71).

Sosyal sermaye boyutlarının ilişkilerin kapsamına göre sınıflandırıldığı görülmektedir. İlişkiler aile ve yakın arkadaşlar gibi dar bir kapsamla sınırlı ise “bağlayıcı”, bireyler ve örgütler arasında ise “köprü kuran” sosyal sermaye söz konusudur. Yatay ve dikey ilişkilerin oluşması ise sosyal sermayenin birleştirici boyutunu tanımlamaktadır (Kaya, 2011, ss. 33-34). Sosyal sermaye, bazen birbirine benzeyen bazen de birbirine benzemeyen insanları bir araya getiren hem bireyler arasında hem de bireyle devlet arasında köprüler kuran birleştirici bir yapıya sahiptir. Sosyal sermayenin heterojen bir yapıya sahip olmasından dolayı toplumsal sorunları çözmede farklı toplumsal ağları bir araya getirebilir. Aynı zamanda informel kurallara verdiği önemle bazen devlet ile birey, bazen yöneticiler ile çalışanlar arasında köprü kuran ve bazen de toplumdaki yakın bağların önemine dikkat çeken bir özelliğe sahiptir (Kitapçı, 2015). Sosyal sermaye, bireylerin toplumsallaşmasını sağlayarak

karşılıklı güvene dayalı yatay ilişki ağlarını harekete geçirerek toplumdaki işbirlikçi davranışları arttırmaktadır. Bu açıdan sosyal sermayenin toplumsal başarı için gerekli olan kaynakları aktive eden yüksek bir motivasyon gücüne sahip kamusal mala dönüştüğü söylenebilmektedir. Sosyal sermaye; ağlar, gelenekler, örgütler, sivil toplum ve ailelerden oluşan toplumsal yapının katma değer yaratacak şekilde organize edilmesine katkı sağlamaktadır (Kitapçı, 2015, s. 33).

Ghahtarani ve diğerleri (2020) ise sosyal sermaye türlerini *yapısal*, *bilişsel* ve *ilişkisel sosyal sermaye* olarak ele almaktadırlar. *Yapısal sermaye*, bireyler arasındaki genel iletişim modelini temsil etmektedir. Bu boyut, kullanıcıların sosyal sistemdeki konumunu yansıtmakta ve kullanıcıların kaynaklara erişme yeteneğini tanımlamaktadır. Periyodik etkileşimler, yapısal sermayenin en önemli temellerinden biridir. Sosyal etkileşim, bilgi kaynaklarına erişmek için birlikte çalışmanın bir yolu olabilmektedir. Periyodik olarak artan sosyal etkileşimler, taraflar arasında yapısal bir sermaye oluşturabilen aşinalık artışına yol açmaktadır. Sosyal sermayenin *bilişsel boyutu*, gruplar arasında tezahürler, yorumlar ve ortak anlam sistemleri sağlayan kaynakları ifade etmektedir. Bilişsel sermaye, kullanıcıların ortak anlamları paylaşabilecekleri bir sistemle sonuçlanmaktadır. *İlişkisel sermaye*, sosyal ağlarla etkileşimlerin tarihi boyunca ilişkilerin gelişimini ifade etmektedir. Saygı ve arkadaşlığa dayalı bir ilişki, sosyal ağ üyelerinin davranışlarını etkileyebilir. Böyle bir ilişki, bireylere, grubu kullanmak için değerli varlıkları sosyal ağda kullanılabilir hale getirme konusunda yardımcı olabilir. Sosyal ağdaki bu değerli varlıklar bilgi ile aynıdır. Aslında ilişkisel sermayenin gelişmesi, sosyal ağdaki bireylerin güven ve saygı ilişkisine sahip olmasını sağlamakta ve bu ilişki, bilgi paylaşımının artmasına neden olmaktadır (Ghahtarani vd., 2020, ss. 195-196). Yapısal sermaye, insanların birbiriyle ilişkisini incelerken ilişkisel sermaye bu ilişkinin kalitesini ve içeriğini incelemekte ve kişilerarası güvene dayanmaktadır (Keleş vd., 2018, s. 125). Bilişsel ve ilişkisel boyutların gelişiminin ve sürdürülebilir olmasının temel koşulu, sosyal etkileşim olarak yapısal boyuttur. Yapısal sermaye, ağ bağlantı süreçlerinin ve örgüt üyelerinin katkısının tanımlanabilmesinde zorunlu bir faktördür. Bu boyut, birey ve onun bağlantıda olduğu kişiler arasındaki güven, norm, yükümlülük ve tanınma ilişkileri ile ilgilidir (Söylemez ve Tolon, 2019, ss. 376-377). Islam ve diğerleri (2006), sosyal sermayenin farklı biçimlerini ve boyutlarını, işlevselleştirmeleriyle birlikte Şekil 1'deki gibi sunmuşlardır.



Şekil 1. Sosyal sermayenin biçimleri ve boyutları (Islam vd., 2006, s. 5)

Hazleton ve Kennan (2000) ise sosyal sermayeyi yaratmak ve kullanmak için iletişim gerektiğinden dolayı sosyal sermayenin bilişsel boyuttan çok iletişim boyutunu içerdiğini ifade etmektedirler. İletişim, sosyal sermayenin oluşumu ve kullanımı için gerekli bir koşuldur. İletişim, sosyal sermayenin ortaya çıkması için temel oluşturmanın yanı sıra mevcut sosyal sermaye stokuna erişilebilen ve çeşitli örgütsel amaç ve hedeflere daha fazla harcanabilen bir mekanizmadır. Sosyal sermaye stokundan yararlanma mekanizmasını sağlayan dört iletişim işlevi vardır: *Bilgi alışverişi, sorun/çözüm belirleme, davranış düzenleme ve çatışma yönetimi*. *Bilgi alışverişi*; kuruluşların sembolleri toplama, yorumlama, organize etme, saklama ve ilgili seçmenlere yayma becerisini ifade etmektedir. Bilgi alışverişi için sistematik ve başarılı bir strateji olmadan kuruluşlar, etkileşim kurma ve çevrelerine uyum sağlama yeteneklerini kaybederler. Örtülü ve açık bilgi biçimlerine erişim, yalnızca bilginin kullanımına izin vermek için güvenin yeterli olduğu durumlarda mümkündür. *Sorun tanımlama ve çözümü*, kuruluşların karşılaştıkları sorunları belirlemek ve bu sorunlara etkili bir şekilde uygun çözümler bulmak için sembolleri etkin bir şekilde değiş tokuş edebilmeleri gerektiğini kabul etmektedir. Sorunun tanımlanması ve çözümü, doğası gereği ve temel olarak yalnızca yeterli sosyal sermayenin varlığıyla mümkün kılınan sembolik bir süreçtir. Sorun tanımlama ve çözüm kapasitesinin olmaması, esnekliğe

ve çevresel değişime yanıt olarak yeniden yapılandırılmamaya neden olur. *Davranış düzenleme*, çeşitli aktörlerin davranışlarının örgütsel amaç ve hedeflere göre şekillendiği sembolik bir süreci ifade etmektedir. *Çatışma yönetimi*, çatışmanın düzenli ve devam eden bir süreç olarak yönetilmesi gereken normal ve hatta değerli bir örgütsel faaliyet olarak anlaşıldığı sembolik süreçtir (Hazleton ve Kennan, 2000, s. 83).

2.4. Örgütsel Sosyal Sermaye

Örgütler, yönetimi ve çalışanları yalnızca sahip oldukları mesleki bilgi ve beceriler temelinde işe almamaktadır. Hem örgüt içinde hem de örgüt dışında sosyal ağlara bağlanma ve oluşturma becerisine sahip yöneticilere ve çalışanlara giderek daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Bu, örgüt bir yönetici veya çalışan istihdam ettiğinde, aynı anda o çalışanın sosyal sermayesini kiraladığı anlamına gelmektedir. Bununla birlikte örgütler kuruluş yerini seçerken, aynı zamanda sosyal sermayesi hakkında da kararlar almaktadır. Firmanın gelecekte yetkin çalışanlara, müşterilere, ortaklara, karar alıcılara vb. erişimi ve bu aktörlerle ekonomik ve sosyal bağlar kurma yeteneği, yer seçiminden etkilenmektedir. Tablo 1’de örgütlerin sosyal sermayesinin farklı bileşenleri gösterilmektedir (Westlund, 2006).

Tablo 1. Örgütlerin sosyal sermayesinin farklı bileşenleri (Westlund, 2006, s. 52)

Örgütün içsel sosyal sermayesi	Örgütün dış sosyal sermayesi		
	Üretimle ilgili	Çevre ile ilgili	Pazarla ilgili
Piyasa ile ilgili olarak şu şekillerde ifade edilen tutumları, normları, gelenekleri vb. yaratan ve dağıtan bağlantılar/ ilişkiler: - Şirket ruhu - İşbirliği ortamı - Bilgiyi kodlama yöntemleri, ürün geliştirme, çatışma çözümü vb.	Tedarikçiler, ürün kullanıcıları, işbirliği ve geliştirme ortakları ile bağlantılar/ ilişkiler	Yerel/bölgesel çevre, siyasi karar vericiler (lobiciliğe yatırım dâhil), üniversiteler, (üretimle ilgili olmayan bağlantılar) diğer işletmelerle bağlantılar/ ilişkiler.	Pazarlama, müşteri kulüpleri, programlar vb. aracılığıyla oluşturulan ve örneğin ticari markalar ve itibarla ifade edilen genel müşteri ilişkileri.

Örgütlerin sosyal sermayesi, iç ve dış sosyal sermaye olarak ikiye ayrılmaktadır. Dış sosyal sermaye; üretimle ilgili, çevreyle ilgili (kısmen üretimle ve kısmen satışla bağlantılı) ve pazarla ilgili (satışla bağlantılı) olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. Örgütteki tüm aktörler, yani hem

yönetim hem de çalışanlar, içsel sosyal sermayenin oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Bilgi ekonomisinin büyümesinin bir sonucu olarak, yukarıdan aşağıya yönetim giderek daha az verimli hale gelmiş olup daha yatay bir iş organizasyonu tarzına ihtiyaç duyulmuştur. Bilgiye dayalı üretim için bu tür bir organizasyonun iki temel özelliği, temel birimlerin (ekipler, gruplar, birimler vb.) bileşimi ve yatay olarak birimler arasında ve dikey olarak birimler ve daha yüksek seviyeler arasında bağlantıların oluşturulması ve sürdürülmesidir. Örtük bilginin aksine kodlanmış bilgi, işletmenin rekabet gücünü artırmak için kasıtlı olarak kullanabileceği bir varlık olarak kabul edilebilir. Örtük bilginin hem yaratılması hem de kodlanması, büyük ölçüde işin organizasyonuna bağlıdır. Bunu başarmak için, bir şirketin örtük bilginin taşıyıcıları, çalışma grupları ve kodlayıcılar arasında güven bağları oluşturması gerekmektedir (Westlund, 2006, ss. 52-54). İçsel sosyal sermaye; yapısal, ilişkisel ve bilişsel olarak geliştirilmesi gereken bir değer iken dışsal sosyal sermaye ise örgütlerin birikimleri ile geliştirilmesi gereken bir değer olarak ele alınmaktadır (Erbil ve Ögüt, 2016, s. 207).

Beşeri ve yapısal sermayeden oluşan örgütler, ekonominin yapı taşlarıdır. Sosyal sermaye, çalışma ortamı ile derin bir ilişkiye sahip olduğundan örgütlerin başarısı için sahip oldukları maddi ve insan sermayelerinin sosyal sermaye olmadan etkili olması çok zordur. Sosyal sermaye; örgüte olan güvenin arttırılmasında, çalışanların örgüte bağlılık hissetmelerinde, bilgi paylaşımının iyileştirilmesi vb. konularda ipuçları vermektedir (Demirağ ve Çavuşoğlu, 2019, s. 661). Örgütlerin rekabet üstünlüğü sağlayan yenilikçi mal ve hizmet sunabilmeleri için çalışanlar karşılıklı ilişkiler geliştirerek bilgi paylaşımında bulunmalıdır. Çalışanlar arasında geliştirilen ilişkiler güven, şebekeler ve normlara bağlanmakta ve bu da örgütlerin sosyal sermayesini ortaya koymaktadır. Sosyal sermaye sayesinde örgüt çalışanları işbirliği içinde hareket etmekte, çalışma arkadaşları ve çalıştığı örgütten zarar gelmeyeceğine inanmakta ve bunun sonucu bilgi paylaşımında bulunmakta ve bu da örgütlere değer katmaktadır (Abdioğlu, 2013, s. 49). Sosyal sermayeyi ifade eden ilişkiler, örgütleri harekete geçirebilecek koordineli eylemleri kolaylaştırmaktadır (Nanetti ve Holguin, 2016, s. 13). Örgütlerdeki sosyal ağları analiz etmenin amacı, resmi olmayan yapının resmi yapı ve iş akışı ile birlikte nasıl işlediğini anlamaktır. Amaç gayri resmi yapıyı değiştirmek olmadığı gibi resmi yapıyı da değiştirmek değildir (Koput, 2010, s. 4).

İktisadi olarak sosyal sermaye, örgütlerin birbirleri arasında güven ve şeffaflık ilkelerine dayalı sosyal ağlar yoluyla etkileşimde bulunması sonucu ortaya çıkan ekonomik getiri olarak tanımlanmakta ve özünü kurumsallaşmış sosyal ağlar yaklaşımı oluşturmaktadır. Bu ekonomik getiriyi, başlangıçta iktisatçılar açıklanamayan bileşenler olarak tarif etmişler ancak 1990'lı yıllarla

birlikte sosyologların çalışmaları sonucu konu kalkınma iktisatçılarının da dikkatini çekerek iktisadi kalkınmanın önemli bir unsuru haline gelmiştir. Bu bağlamda sosyal sermayenin post-modern bir evrimleşme sonucu yeni olgusal tanımı yapılmıştır. Buna göre sosyal sermaye, bilgi üretimi ve üretilen bilginin aktif kullanımını gerçekleştiren aktörlerin birbirleriyle güven temelli, kurumsal sosyal ağlar yoluyla etkileşimde oldukları ve bunun sonucu işlem ücretlerinin azaltarak verimli girişimleri destekledikleri, bu yapının toplum refahını artırıcı buluşları teşvik yeteneğine sahip etkisini şekillendirdikleri gelişmiş bir olgudur. Bu tanımın içindeki aktörler; üniversiteler, bankalar, hukuk firmaları, sivil toplum örgütleri, ar-ge firmaları gibi örgütlerdir (Öztürk ve Gülbahar, 2020, s. 214).

Vurgun (2019), büyük ölçekli işletme sahibi olan başarılı girişimciler üzerine yaptığı araştırmada, sosyal sermayenin ülkemizde güven konusunda yaşanan sorunlardan dolayı girişimcilerin başarılı olmasında yeterince kullanılmayan bir faktör olduğunu belirlemiştir. Katılımcılar sosyal sermayeyi, finansal sermayeyi temin edebilecekleri sosyal ilişkiler olarak anlamışlar ve sosyal sermayenin ülkemizdeki karşılığını güven olarak görmüşlerdir. Bu nedenle sadece en yakın aile üyelerine ve çok nadir olarak sosyal ilişki kurdukları kişilere güvendiklerini belirtmişlerdir. Sosyal ağlarını ve ilişkilerini bireysel düzeyde kurdukları, bu ilişkilerini profesyonel ilişki ve sinerjiye dönüştüremedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kültürel özellikler nedeniyle bu kavramın genellikle dar kapsamlı olarak anlaşıldığı, sosyal ve ticari ilişkilerde güven anlayışına indirgendığı ve ülkemiz açısından anlam kaymasına uğradığı ifade edilmiştir. Orta gelirli ülkeler arasında olan Türkiye'nin bir üst gelir grubuna dâhil olması için sosyal sermaye düzeyinin artırılması önem taşımaktadır. Sosyal sermaye düzeyinde artış sağlamak, ülkeler için ortak bir hedef niteliğindedir. Sosyal sermaye, toplumda yerleşmiş olan güven, norm ve ilişkilerle bağlantılı olduğundan her ülkede ve bölgede farklılık gösteren kültürel ve toplumsal özellikler de göz önüne alınmalıdır (Koç, 2019, ss. 351-352). Sosyal sermayesi yüksek olan ülkelerin veya toplumların ekonomik kalkınmaları da paralel olarak gelişme göstermektedir (Basut ve Özyakışır, 2020, s. 268).

2.5. Sosyal Sermayenin Faydaları

Literatürde yapılan araştırmalar, sosyal sermayenin bireylere, örgütlere ve topluma birtakım faydalar sağladığını ortaya koymaktadır. Jha ve Cox (2015) yaptıkları araştırmada, genel merkezi ABD'de yüksek sosyal sermayeli bir ilçede bulunan bir şirketin daha fazla kurumsal sosyal sorumluluğa sahip olduğunu belirlemişlerdir. Araştırma sonuçları, bazı firmaların merkezlerinin bulunduğu yer nedeniyle diğerlerinden daha fedakâr olduğunu ve bu

fedakârlığın sosyal sorumluluk faaliyetlerini etkilediğini göstermiştir. Kim ve Shim (2018), bir turizm kümesindeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) sosyal sermayesi, bilgi paylaşımı, yenilikçiliği ve performansı arasındaki yapısal ilişkiyi belirlemeyi amaçlamışlardır. Bulgular; yapısal, bilişsel ve ilişkisel sermayeden oluşan sosyal sermayenin, bir turizm kümesinde artan bilgi paylaşımını ve yeniliği kolaylaştırdığını ve bunun da KOBİ'lerin iş performansını artırdığını ortaya koymuştur. Allameh (2018), otel endüstrisi bağlamında yaptıkları araştırma sonucu, sosyal sermaye boyutlarının (yapısal, ilişkisel ve bilişsel sermaye) bilgi paylaşımı üzerinde, bilgi paylaşımının ise entelektüel sermaye üzerinde olumlu etkileri olduğunu saptamıştır. Ayrıca entelektüel sermayenin ise inovasyon üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Entelektüel sermaye, bilgi ve yeni fikirleri aktararak ve çalışanların bunları anlama ve uygulama yeteneğini artırarak inovasyonu kolaylaştıracaktır. Ghahtarani ve diğerleri (2020) yaptıkları araştırmada, sosyal sermaye ve sosyal etkileşimin bilgi/bilgi paylaşımı yoluyla satın alma niyeti üzerinde güçlü bir etkili değişken olduğunu belirlemişlerdir. Jia ve diğerleri (2020), sosyal sermaye boyutlarının (bilişsel, yapısal, ilişkisel) proaktif ve reaktif örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırma sonucu, yapısal sermayenin proaktif örgütsel dayanıklılığı, ilişkisel sermayenin ise reaktif örgütsel dayanıklılığı arttırdığı saptanmıştır. Küresel olarak artan yüksek büyüklükteki yıkıcı olaylarla birlikte, dayanıklılık oluşturmak birçok kuruluş için bir öncelik haline gelmiştir. Huang ve diğerleri (2021); insan sermayesi, sosyal sermaye ve psikolojik sermayenin otel çalışanlarının iş performansı üzerindeki göreceli etkilerini incelemişlerdir. Araştırma sonucu, psikolojik sermayenin araştırılan sermaye türleri arasında iş performansının en güçlü göstergesi olduğu bulunmuştur. Tran ve Adomako (2021), KOBİ'ler üzerine yaptıkları araştırmada, paydaş entegrasyonunun, CEO sosyal sermayesi ile kurumsal sosyal performans arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini tespit etmişlerdir. Tajpour ve diğerleri (2022), aile medya şirketleri üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin aile şirketlerinin gelişimini etkilediğini belirlemişlerdir.

Şenbayram ve Ercan (2018) banka çalışanları üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin iş tatminini pozitif etkilediğini ve bunun bireysel ve örgütsel performansı arttırdığını saptamışlardır. Topsakal (2018) otel işletmelerinde yaptığı araştırma sonucu, sosyal sermayenin örgütsel performans üzerine etkisinde rekabet stratejilerinin aracı role sahip olduğunu tespit etmiştir. Kocaoğlu ve Şener (2018), sağlık çalışanları üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin iç girişimcilik ve örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Tamer (2019), Trabzon ilindeki çeşitli liselerin okul yöneticileri üzerine yaptığı araştırma sonucu, bu yöneticilerin

çaba ve desteğiyle oluşturulan sosyal sermaye unsurlarının okul ortamına yansıtılmasının okulun başarısını pozitif yönde etkilediğini saptamıştır. Çöp ve Topcu (2019), otel çalışanları üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin hizmet inovasyonunu ve bilgi paylaşımını etkilediği ve bilgi paylaşımının bu etkide kısmi aracı role sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Şahin ve Yılmaz (2020), akademik ve idari personeller üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin motivasyon ve iş tatmini arasında kısmi aracı rol oynadığını belirlemişlerdir. Ayrıca sosyal sermayenin çalışanların iş tatmini ve motivasyonu üzerinde etkisi olduğu ifade edilmiştir. Işık (2020), Bitlis ilinde faaliyette bulunan 38 KOBİ'nin yönetici ve sahipleri üzerine uyguladığı anket sonucu, sosyal sermaye alt boyutlarının (yapısal, ilişkisel ve bilişsel) stratejik çevikliğin alt boyutları (teknolojik yetenek, işbirlikçi inovasyon, örgütsel öğrenme ve içsel uyum) üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Belirsizlik ve çevresel dinamizmin oldukça yüksek olduğu Türkiye'de KOBİ'lerin başarısı için yöneticilerinin ağlara dâhil olup sosyal sermayelerini geliştirmeleri önerilmiştir. Düzgün ve Ataman (2020) yaptıkları araştırmada, stratejik lider olarak nitelendirilen üst düzey yöneticilerin sahip oldukları sosyal sermayelerinin performanslarını pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Üst düzey yöneticilerin gerekli ortamlara katılıp güçlü bağlar oluşturmaları ve bu bağları örgütlerinin çıkarları doğrultusunda kullanmaları, rekabet üstünlüğü elde etmelerini ve performans artışını sağlayacaktır. Akyürek ve Çelik (2020), ilkokulda görev yapan öğretmenler üzerine yaptıkları araştırmada, sosyal sermaye ile örgüt sağlığı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Örgüt sağlığı, bir örgütün atmosferini, psikolojik ve sosyal durumunu göstermekte olup sosyal sermayenin etkin şekilde kullanılması olumlu atmosferin ve sağlıklı çalışma ortamının oluşmasını sağlamaktadır. Çıpa ve diğerleri (2021), öğretmenler üzerinde yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Alioğulları (2021), perakendecilik sektöründe faaliyette bulunan bir işletmenin çalışanları üzerine yaptığı araştırmada, sosyal sermayenin işe bağlılık ve hizmet inovasyonunu pozitif yönde etkilediğini belirlemiştir. Pilatin (2022) yaptığı araştırmada, sosyal sermayenin ekonomik ve finansal büyümeye etkisi üzerine yapılan çalışmaları meta-analiz yöntemiyle incelemiştir. Meta-analiz sonuçlarına göre, ülkelerin sosyal sermaye düzeylerinin ekonomik gelişmeye etki ettiği saptanmıştır. Çünkü sosyal sermaye örgütlerin iş yapma şekillerini ve dolayısıyla ticareti etkilemesi sonucu ekonomik gelişmeye etki etmektedir.

Sosyal sermaye, bir topluluk içinde daha fazla güven ve ilişkilerle ilgili olduğundan bireylerin başkaları için daha fazla endişelenmelerine sebep olmaktadır. Bu durum ise daha hijyenik uygulamalara ve sosyal mesafeye

yol açabilmektedir. Giderek artan sayıda araştırma, kriz zamanlarında daha yüksek sosyal sermaye düzeylerinin, bireylerin veya toplulukların bu tür krizlere hazırlanma, yanıt verme ve bu tür krizlerden kurtulma becerilerini artırabileceğini önermektedir. Sosyal sermaye, COVID-19'un yayılmasını paylaşılan normlar ve güvenin yanı sıra ağlar biçiminde azaltabilir. Örneğin, daha fazla sosyal sermayeye sahip bölgelerde yaşayanlar, komşularına ve topluluk üyelerine duydukları güven ve ilgiden dolayı daha hijyenik uygulamalar ve daha fazla sorumluluk kullanabilirler. Sosyal sermaye, daha fazla sosyal etkileşim yoluyla virüsün yayılmasına yol açmak yerine, virüsün bulaşma sayısı ve büyümesi üzerinde önemli bir olumsuz etkiye sahiptir. Sosyal sermayeye ve kişilerarası ilişkilere yatırım yapmak, olumsuz şokları yönetmeye ve bireylerin birbirine bağlılık ve esenlik düzeylerini korumaya yardımcı olmaktadır (Makridis ve Wu, 2021). Daha yüksek sosyal sermayeye sahip bireyler sosyal olarak daha sorumlu davrandıklarından sosyal sermayenin virüsün yayılmasını yavaşlatabileceği varsayımından hareketle Bartscher ve diğerleri (2021), yedi Avrupa ülkesinde yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin Covid-19 vakalarının yayılması ve ölüm sayısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir. Olumlu ekonomik gelişmelerle ilişkili olduğu uzun süredir bilinen sosyal sermaye, toplu eylem ve sosyal olarak sorumlu davranış gerektiren (sağlık) kriz zamanlarında ek potansiyel ortaya çıkarabilir. Ayrıca bu yazarlar, elde ettikleri sonuçlardan hareketle, sosyal sermaye oluşumunun gelecekteki benzer salgınlara karşı önemli bir sigorta olduğunu belirtmişlerdir. Birçok yönden fayda sağlayan sosyal sermayenin bireylerin sağlık durumuna da etkisi vardır. Sosyal destek, güven ve bağlılık zemininde oluşan sosyal sermaye, bireylerin belirli hastalıklara yakalanma riskini azaltmakta ve yaşam kalitelerini arttırmaktadır (Yadigaroglu, 2018, s. 465). Keleş ve diğerleri (2018), Erzurum'da ilçe ve köylerde yaptıkları araştırma sonucu, sosyal sermaye boyutlarının (ilişkisel, bilişsel ve yapısal) yaşam memnuniyetini pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir. Kırsal alanlarda yardımlaşma ve dayanışma, komşuluk ilişkileri ve bağlılık güçlü dostluklara dönüşmekte ve yaşam memnuniyeti artmaktadır. Güney ve Çelik (2019), İİBF son sınıf öğrencileri üzerine yaptıkları araştırma sonucu, sosyal sermaye düzeyi yüksek olan öğrencilerin işsizlik kaygılarının azalacağını belirlemişlerdir. Sosyal sermayenin kadın girişimcilere de faydası bulunmaktadır. Kadın girişimciler; sosyal ağlar, güven, dayanışma, sosyal ve siyasal katılımı da içeren sosyal sermaye ile girişimsel sorunlarını çözerek ekonomik faaliyetlerindeki dezavantajı avantaja dönüştürebilmektedirler. Beşeri ve finansal sermaye kaynaklarına duyulan ihtiyaç kadar sosyal sermaye kaynakları da kadın girişimcilerin başarısında önem taşımaktadır (Alp ve Aksoy, 2019).

Sosyal sermaye üzerine yapılan araştırmalar, sosyal sermayenin bireysel, toplumsal ve örgütsel açıdan birçok fayda sağladığını ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmalar doğrultusunda, sosyal sermayenin örgütsel açıdan faydalarına bakıldığında; sosyal sermayenin bilgi paylaşımını, iş performansını, iş tatminini, örgütsel bağlılığı, iç girişimciliği, inovasyonu, motivasyonu, stratejik çevikliği, işe bağlılığı ve örgüt sağlığını pozitif yönde etkilediği ve örgütlere rekabet avantajı sağladığı söylenebilir.

Yapılan araştırmaların daha çok sosyal sermayenin bilgi paylaşımı üzerindeki etkisini incelediği görülmektedir (Kim ve Shim, 2018; Çöp ve Topcu, 2019; Ghahtarani vd., 2020). Bilgi paylaşımı, kuruluşların pazarda büyümesine, yenilik yapmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olmakla birlikte kuruluşların iş stratejilerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yoğun rekabetin damgasını vurduğu günümüz iş dünyası, firmaların yenilikçi yeteneklerinin daha fazla farkında olmalarını gerektirmektedir. Bilginin veya enformasyonun etkili bir şekilde paylaşılması, bu amaca ulaşılmasında hayati bir bileşen olarak kabul edilebilir (Ganguly vd., 2019, s. 1105). Sosyal sermaye; ilişki ağlarını genişletmekte, kaynaklara ulaşmayı kolaylaştırarak işlem maliyetlerini azaltmakta, örgüt içinde oluşan norm ve değerlerde farkındalık yaratarak örgüt dinamiğinin ve yenilikçilik anlayışının benimsenmesini sağlamakla birlikte beşeri ve entelektüel sermayenin de gelişimini arttırarak örgüt performansının artmasına katkı sağlamaktadır (Demirağ ve Çavuşoğlu, 2019, s. 661).

Modern büyüme teorileriyle beraber büyümenin sadece ekonomik göstergelerle açıklanamayacağı, bununla beraber sosyal, kültürel, kurumsal, politik, teknolojik unsurların da önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal sermaye de bu göstergelerden biri olup özellikle inovasyon temelli ekonomik büyümede rol oynamaktadır (Akar ve Ay, 2018, s. 105). Akar ve Ay (2018), 52 ülkede 1990-2014 yılları arasında panel veri analizi ile yaptıkları araştırma sonucu, sosyal sermaye ve inovasyonun ekonomik büyüme üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğunu, ayrıca sosyal sermaye ve inovasyon arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Teknolojik gelişim, inovasyon, optimal kaynak dağılımı ve yatırım kararları, işlem maliyetlerinde azalma, gelir dağılımının adaletli olması ve ekonomik büyüme sosyal sermayenin ekonomik açıdan olumlu etkileri arasındadır.

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Birey, örgüt ve ülkeler arası güvene dayalı ilişkilerin ekonomik bir yansıması olarak görülen sosyal sermaye, günümüzde örgütlerin gelişmişlik düzeylerinin yalnızca ekonomik sebeplere bağlı olmadığını bir göstergesi

niteliğindedir. Beşeri sermayenin yanı sıra güçlü sosyal sermayeye sahip olan işgörenler, günümüzde tercih edilen değil tercih eden konumundadırlar. İşgörenlerin bilgi, beceri ve tecrübe gibi beşeri sermayelerinin yanında değere dönüştürülebilir sosyal ilişkilere de sahip olması, işgücü piyasasındaki olanaklara kolayca erişme imkânını sağlayacak, bireysel ve örgütsel açıdan değer oluşturacaktır (Şenbayram ve Ercan, 2018). Beşeri sermaye, sosyal sermayenin en önemli kaynağıdır. Bireysel becerilerin toplumsal faydaya yönlendirilmesi için sosyal sermayeye ihtiyaç duyulduğundan güçlü bir beşeri sermayeye sahip olmak tek başına ekonomik gelişimi ve toplumsal kalkınmayı sağlamayabilir (Türkseven ve Kutlar, 2019, s. 20). Dolayısıyla iş hayatında sahip olunan becerilerin yanı sıra sosyal ağlar ve ilişkiler de önem taşımaktadır. Başka bir ifadeyle, sahip olunan beşeri sermayenin sosyal sermaye ile güçlendirilmesi gerekmektedir.

Sosyal sermayenin özü, “ilişkiler önemlidir” ve “sosyal ağlar değerli bir varlıktır” temel tezi ile açıklanabilmektedir. İnsanlar birbirleriyle bağlantılar kurarak ve bunları zaman içinde devam ettirerek, kendi başlarına başaramayacakları veya ancak büyük zorluklarla başarabilecekleri şeyleri başarmak için birlikte çalışabilirler. İnsanlar bir dizi ağ aracılığıyla bağlantı kurarlar ve bu ağların diğer üyeleriyle ortak değerleri paylaşma eğilimindedirler. Bu ağlar bir kaynak oluşturduğu ölçüde, bir tür sermaye olarak görülür. Ağlar, insanların karşılıklı yarar sağlamak amacıyla (sadece doğrudan tanıdıkları insanlarla değil) birbirleriyle işbirliği yapmalarını sağlaması bakımından sosyal uyum için bir temel sağlamaktadır (Field, 2003).

Sosyal sermaye bireyler, gruplar ve örgütler arasındaki ilişkiler yoluyla oluştuğundan sosyal sermayenin transfer edilmesi ve taklit edilmesi oldukça sınırlıdır (Demirağ ve Çavuşoğlu, 2019, s. 662). Sosyal sermayenin iş tatminini, örgütsel bağlılığı, motivasyonu, işe bağlılığı arttırması gibi örgütsel faydalarının yanı sıra gençlerin iş kaygılarını azaltması, kadın girişimcilere sağladığı avantajlar, COVID-19 döneminde virüsün yayılmasını engellemesi, yaşam memnuniyeti ve yaşam kalitesini arttırması, bireylerin sağlık durumlarına olan pozitif etkisi, ülkelerin ekonomik gelişimini olumlu etkilemesi gibi bireyler, toplumlar ve ülkeler açısından da faydaları bulunmaktadır (Şenbayram ve Ercan, 2018; Kocaoğlu ve Şener, 2018; Yadigaroğlu, 2018; Akar ve Ay, 2018; Alp ve Aksoy, 2019; Şahin ve Yılmaz, 2020; Bartscher vd., 2021; Alioğulları, 2021; Huang vd., 2021). Sosyal sermayenin bireysel, örgütsel, toplumsal ve ülkeler açısından sağladığı faydalar bu kavramın önemini ortaya koymaktadır. Özellikle örgütlere sağladığı faydaların onlara rekabet avantajı kazandırması sebebiyle bu konuda yapılan çalışmaların arttırılması literatüre ve uygulayıcılara katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Abay Alyüz, S. B. (2019). Sosyal çalışmada sosyal ağların gücünü keşfetmek: Sosyal sermaye ve sosyal destek. *Electronic Turkish Studies*, 14(3), 953-975. <http://dx.doi.org/110.29228/TurkishStudies.22811>
- Abdioğlu, H. ve Yavuz, S. (2013). İşletmelerde sosyal sermayenin ölçülmesi ve raporlanmasına yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 25-56. <https://dergipark.org.tr/en/pub/akuiibfd/issue/1619/20279>
- Ağcasulu, H. (2019). Sosyal sermayenin bireysel bağlarla kurulması ve korunması. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 18-31. <https://dergipark.org.tr/en/pub/hiad/issue/46906/587948>
- Akar, T. ve Ay, A. (2018). Sosyal sermaye ve inovasyonun ekonomik büyüme üzerindeki etkisi. *Journal of Economy Culture and Society*, 58, 105-126. <https://doi.org/10.26650/JECS421152>
- Akyürek, M. İ. ve Çelik, S. (2020). Okullarda sosyal sermaye ve örgüt sağlığı ilişkisi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 40(2), 621-663. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gefad/issue/56462/714019>
- Alan, H. (2020). *Kadınların kariyer gelişimlerinde sosyal sermaye edinme biçimleri*. İksad Yayınevi.
- Alioğulları, Z. D. (2021). İdeal çalışanın oluşmasında sosyal sermaye, hizmet inovasyonu ve bilgi paylaşımının önemi: İşe bağlılık değişkeninin aracılık rolü. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 163-186. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ahbvuibfd/issue/61592/774215>
- Allameh, S. M. (2018). Antecedents and consequences of intellectual capital: The role of social capital, knowledge sharing and innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 858-874. <https://doi.org/10.1108/JIC-05-2017-0068>
- Alp, G. T. ve Aksoy, B. (2019). Kadın girişimciliği ve sosyal sermaye: Nitel bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 126-148. <https://doi.org/10.20875/makusobed.504848>
- Balıkçoğlu, E. ve Çoban, H. (2019). Bir sosyal sermaye olarak güven ve inovasyon ilişkisi. İçinde S. A. Oktar ve Y. Taşkın (Ed.), *Maliye araştırmaları 3* (ss. 107-114). On İki Levha Yayıncılık.
- Bartscher, A. K., Seitz, S., Sieglösch, S., Slotwinski, M. ve Wehrhöfer, N. (2021). Social capital and the spread of Covid-19: Insights from European countries. *Journal of Health Economics*, 80, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2021.102531>
- Basut, Ö. ve Özyakışır, D. (2020). Kars ilinin sosyal sermaye düzeyinin belirlenmesi: Bir saha çalışması. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bi-*

- İlimler Fakültesi Dergisi*, 11(21), 268-289. <https://doi.org/10.36543/kauibfd.2020.013>
- Borgonovi, F. ve Andrieu, E. (2020). Bowling together by bowling alone: Social capital and Covid-19. *Social Science & Medicine*, 265, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113501>
- Borgonovi, F., Andrieu, E. ve Subramanian, S. V. (2021). The evolution of the association between community level social capital and COVID-19 deaths and hospitalizations in the United States. *Social Science & Medicine*, 278, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.113948>
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Belknap Press of Harvard University.
- Çıpa, D., Fındıklı, M. A. ve Altındağ, E. (2021). Duygusal ve kültürel zekânın iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi: Sosyal sermayenin aracılık rolü. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 457-476. <https://doi.org/10.53506/egitim.977077>
- Çöp, S. ve Topcu, M. (2019). Sosyal sermayenin hizmet inovasyonu üzerine etkisinde bilgi paylaşımının aracılık rolü: Otel işletmeleri üzerine bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 31-48. <https://dergipark.org.tr/en/pub/touraj/issue/46702/482953>
- Demirağ, B. ve Çavuşoğlu, S. (2019). Sosyal sermayede güven boyutunun örgütsel performans ve bağlılık üzerindeki etkilerine yönelik teorik bir değerlendirme. *BMIJ*, 7(2), 644-667. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i2.1026>
- Düzgün, A. ve Ataman, G. (2020). Stratejik liderlik, sosyal sermaye ve performans arasındaki ilişkiler. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 2161-2192. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.969>
- Erbaşı, A. (2020). Sosyal sermaye. İçinde M. Ş. Şimşek, A. Çelik, T. Akgemci ve A. Diken (Ed.), *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi* (ss. 597-606). Eğitim Yayınevi.
- Erbil, C. ve Ögüt, A. (2016). Örgütsel sosyal sermayenin inşasında çalışanların değişen rolü: Richard Sennett'in perspektifinden yeni kapitalizm örgütlerine bakış. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 192-216. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gaziuibfd/issue/28289/300489>
- Erselcan, F. (2009). *Sosyal sermaye ve ekonomik kalkınma: Sivas, Kayseri ve Yozgat bölgesinde bir araştırma* (Yayın No. 254370) [Doktora tezi, Cumhuriyet Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurumu Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Field, J. (2003). *Social capital*. Routledge.
- Ganguly, A., Talukdar, A. ve Chatterjee, D. (2019). Evaluating the role of social capital, tacit knowledge sharing, knowledge quality and recipro-

- city in determining innovation capability of an organization. *Journal of Knowledge Management*, 23(6), 1105-1135. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2018-0190>
- Ghahtarani, A., Sheikhmohammady, M. ve Rostami, M. (2020). The impact of social capital and social interaction on customers' purchase intention, considering knowledge sharing in social commerce context. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(3), 190-198. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.08.004>
- Güney, A. ve Çelik, E. (2019). Sosyal sermaye ile işsizlik kaygısı arasındaki ilişki: Atatürk Üniversitesi İİBF son sınıf öğrencileri üzerine bir uygulama. *İstanbul İktisat Dergisi*, 69(1), 103-131. <https://doi.org/10.26650/ISTJECON2019-0005>
- Hazleton, V. ve Kennan, W. (2000). Social capital: Reconceptualizing the bottom line. *Corporate Communications: An International Journal*, 5(2), 81-86. <https://doi.org/10.1108/13563280010372513>
- Huang, S. S., Yu, Z., Shao, Y., Yu, M. ve Li, Z. (2021). Relative effects of human capital, social capital and psychological capital on hotel employees' job performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(2), 448-466. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2020-0650>
- İslam, M. K., Merlo, J., Kawachi, I., Lindström, M. ve Gerdtham, U. G. (2006). Social capital and health: Does egalitarianism matter? A literature review. *International Journal for Equity in Health*, 5(3), 1-28. <http://www.equity-healthj.com/content/5/1/3>
- İşık, M. (2020). KOBİ'lerde sosyal sermayenin stratejik çevikliğe etkisi. *İzmir İktisat Dergisi*, 35(1), 187-200. <https://doi.org/10.24988/ije.202035114>
- Jha, A. ve Cox, J. (2015). Corporate social responsibility and social capital. *Journal of Banking & Finance*, 60, 252-270. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2015.08.003>
- Jia, X., Chowdhury, M., Prayag, G. ve Chowdhury, M. M. H. (2020). The role of social capital on proactive and reactive resilience of organizations post-disaster. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 48, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101614>
- Kaya, Y. (2011). *Sosyal sermaye düzeyinin belirlenmesi ve sosyal sermaye düzeyini etkileyen faktörlerin analizi: Gönüllü teşekküller bağlamında Kayseri örneği* (Yayın No. 296734) [Yüksek lisans tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi]. Yüksek Öğretim Kurumu Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Keleş Ş., Keskin A. ve Ertek N. (2018). Kırsal alanda sosyal sermayenin yaşam memnuniyeti üzerine etkisi. *KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi*, 21(Özel Sayı), 123-132. <https://doi.org/10.18016/ksutarimdoga.vi.504999>

- Kıyat, B. D. (2018). Sosyal sermayenin kurum kimliğindeki önemi üzerine bir inceleme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 131-146. <https://dergipark.org.tr/en/pub/asead/issue/41120/497047>
- Kim, N. ve Shim, C. (2018). Social capital, knowledge sharing and innovation of small-and medium-sized enterprises in a tourism cluster. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6), 2417-2437. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0392>
- Kitapçı, İ. (2015). Motivasyonel bir güç olarak sosyal sermaye kavramı ve rasyonallitesi. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 7(1-2), 11-36. <https://dergipark.org.tr/en/pub/hiad/issue/36076/405053>
- Kocaoğlu, M. ve Şener, E. (2018). Kurum içi girişimcilik, örgütsel bağlılık ve sosyal sermaye ilişkisi: Kamu sektörü ve özel sektörde bir karşılaştırma. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(14), 164-175. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.510646>
- Koç, N. (2019). Sosyal sermaye: Türkiye açısından bir değerlendirme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 3(2), 338-354. <https://doi.org/10.31200/makuubd.610492>
- Koput, K. W. (2010). *Social capital: An introduction to managing networks*. Edward Elgar Publishing.
- Makridis, C. A. ve Wu, C. (2021). How social capital helps communities weather the COVID-19 pandemic. *PLOS One*, 16(1), 1-18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245135>
- Nanetti, R. Y. ve Holguin, C. (2016). *Social capital in development planning: Linking the actors*. Palgrave Macmillan.
- Öztürk, M. ve Gülbahar, F. B. Ş. (2020). Sosyal sermaye olgusu olarak ele alınan UFM'lerin iktisadi kalkınmaya ve refaha olan etkisi üzerine ampirik bir uygulama. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 12(22), 213-227. <https://doi.org/10.14784/marufacd.688413>
- Pilatin, A. (2022). Impact of social capital on economic growth: A meta-analysis. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 6(2), 216-235. <https://doi.org/10.29216/ueip.1132292>
- Pretty, J. ve Ward, H. (2001). Social capital and the environment. *World Development*, 29(2), 209-227. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(00\)00098-X](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(00)00098-X)
- Robison, L. J., Schmid, A. A. ve Siles, M. E. (2002). Is social capital really capital?. *Review of Social Economy*, 60(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/00346760110127074>
- Sivri, S. ve Özbek, O. (2019). Sosyal sermayeden sportif sermayeye. *Sportmetre*, 17(1), 156-166. <https://doi.org/10.33689/sportmetre.487394>
- Söylemez, M. ve Tolon, M. (2019). Dönüşümsel liderliğin sosyal sermayeye etkisinde lider-üye etkileşiminin aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 372-389. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.606>

- Şahin, M. M. ve Yılmaz, O. (2020). Sosyal sermaye, motivasyon ve iş tatmini arasındaki aracılık etkisi: Batman Üniversitesi örneği. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(3), 587-606. <https://doi.org/10.18657/yonveek.632766>
- Şenbayram, E. A. ve Ercan, C. (2018). Banka işgörenlerinin sosyal sermaye ve iş tatminine ilişkin algı düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 42-58. <https://doi.org/10.30711/utead.400028>
- Tajpour, M., Salamezadeh, A., Salamezadeh, Y. ve Braga, V. (2022). Investigating social capital, trust and commitment in family business: Case of media firms. *Journal of Family Business Management*, 12(4), 938-958. <https://doi.org/10.1108/JFBM-02-2021-0013>
- Tamer, M. G. (2019). Okul yöneticilerinin desteğiyle oluşturulan sosyal sermayenin okul başarısına etkisi. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (41), 283-312. <https://doi.org/10.21497/sefad.586619>
- Topsakal, Y. (2018). Konaklama işletmelerinde sosyal sermayenin örgütsel performansa etkisinde rekabet stratejilerinin aracı rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(1), 334-349, <http://dx.doi.org/110.21547/jss.337950>
- Tran, M. D. ve Adomako, S. (2021). How CEO social capital drives corporate social performance: The roles of stakeholders, and CEO tenure. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(2), 819-830. <https://doi.org/10.1002/csr.2092>
- Türkseven, D. N. ve Kutlar, A. (2019). TR71 bölgesinin bölgesel geliri ve sosyal sermayesi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 12-21. <https://dergi-park.org.tr/en/pub/nohusosbil/issue/50445/649070>
- Villalonga-Olives, E. ve Kawachi, I. (2015). The measurement of social capital. *Gaceta Sanitaria*, 29(1), 62-64. <http://dx.doi.org/10.1016/j.gaceta.2014.09.006>
- Vurgun, L. (2019). Girişimcilikte sosyal sermayenin rolü: Başarılı girişimciler üzerine nitel bir değerlendirme. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 35-46. <http://www.uyasad.com/FileUpload/as907385/File/3-levent-vurgun-girisimcilikte-sosyal-sermayenin-rolu-1.pdf>
- Westlund, H. (2006). *Social capital in the knowledge economy: Theory and empirics*. Springer Science & Business Media.
- Yadigaroğlu, H. (2018). Sosyal sermaye ve sağlık ilişkisine dair bir değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 11(56), 457-467. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20185639019>