

BEŞERİ SERMAYE VE SOSYAL SERMAYE ÖZELLİKLERİNİN ADANA İLİNDEKİ YABANCI DİL KURSLARINDA İNCELENMESİ

Himmet KARADAL

Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Doçent Doktor /E-Posta: hkaradal@gmail.com

Ömer Faruk RENÇBER

Çukurova Üniversitesi Kozan Meslek Yüksekokulu

Öğretim Görevlisi /E-Posta: omerren27@hotmail.com

Muhammet SAYGIN

Aksaray Üniversitesi

Akademik Uzman /E-Posta: muhammetsaygin@gmail.com

ÖZET

Örgütlere rekabet avantajı kazandıran entelektüel sermaye kavramının alt boyutlarını oluşturan beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri, örgütlere ait yeteneklerin ve yeterliliklerin anlaşılmasında büyük öneme sahiptir. Beşeri sermaye, çalışanların bilgi ve beceri gibi üretkenlik bağlamında ortaya koyabilecekleri tüm nitelikleri ifade etmektedir. Sosyal sermaye ise kişilerarası ilişkilerden oluşan ve kaynağını esas olarak katılımın oluşturduğu etkileşimleri ifade etmektedir. Çalışmada, özel öğretim kurumları yöneticilerinin beşeri sermaye ve sosyal sermaye özellikleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu bağlamda, Adana ilinde faaliyet gösteren yabancı dil öğretim kurumlarının yöneticileri ile bire bir görüşmeler yapılmış ve anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, beşeri sermaye ile sosyal sermaye arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Çalışmanın, beşeri sermaye ve sosyal sermaye kavramları ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olması bakımından alanyazına katkı yapacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Beşeri Sermaye, Sosyal Sermaye, Özel Öğretim Kurumları*

Alan Tanımı: *Yönetim&Organizasyon (İşletme)*

AN ANALYSIS OF HUMAN CAPITAL AND SOCIAL CAPITAL FEATURES AMONG FOREIGN LANGUAGE COURSES IN ADANA PROVINCE

ABSTRACT

Human capital and social capital make up the sub-dimensions of intellectual capital which provides competitive advantage for the organizations. They are vital for the competencies and skills of organizations. The concept of human capital identifies all of the skills and productivity features such as knowledge of employees. Social capital term expresses interpersonal relationships and mainly interactions formed by participation. In this study, managers of the private educational institutions such as foreign language courses have been analyzed in terms of their social and human capital features. In this context, foreign language courses located in Adana province have been selected and their managers have been informed about the study. Through face to face interviews and survey techniques data have been collected. In order to measure the collected data, human capital scale of Shane (2000) and social capital scale of Onyx and Bullen (2000) have been used in data collection tool. Consequently, it is thought that this study will contribute to the management and organization researches.

Key Words: *Social Capital, Human Capital, Foreign Language Courses*

JEL Codes: *O31, O33*

1. GİRİŞ

Bilgi ve teknoloji alanında yaşanan değişimler ve yenilikler beraberinde birçok kavramı da ortaya çıkarmıştır. Entelektüel sermaye bu kavramlardan biridir. (Karacan, 2004:81). İşletmelerin artan rekabet şartlarına uyum sağlayabilmeleri, yalnızca finansal ve fiziksel varlıklara sahip olmaları ile değil, aynı zamanda entelektüel sermayeye sahip olması ve bu sermayeyi iyi yönetebilmelerine bağlıdır. (Akın ve Aslanoğlu, 2007:63).

Entelektüel sermaye, işletme içerisindeki para ve fiziksel varlıklar gibi maddi ve pazarda değer oluşturan bilgi akışı gibi maddi olmayan kaynakları ifade etmektedir. Entelektüel sermaye; sosyal sermaye, beşeri sermaye ve örgütsel sermaye olarak üç kısımda incelenebilmektedir. Beşeri sermaye kişisel öz yeterlilikleri ifade ederken sosyal sermaye ise kişilerarası ilişkileri tanımlamaktadır (Saygın, 2012:124).

Entelektüel sermaye OECD'ye göre "İşletmelerin sahip oldukları maddi olmayan varlıkların, daha açık bir ifadeyle organizasyonel sermayenin ve insan sermayesinin ekonomik değeri" olarak tanımlanmaktadır. (Nerdrum, 2001:130). Diğer bir tanıma göre, entelektüel sermaye; "duyumsanmayan ve görünmeyen varlıklar olarak bir işletmenin sahip olduğu kayıtlı bilgiler ve işletmedeki çalışanların bilgi, beceri ve deneyimleri" şeklinde tanımlanmaktadır. (Büyüközkan, 2002:37).

Onyx ve Bullen (2000:36) çalışmalarında Coleman, Putnam ve diğerlerinin çalışmalarından esinlenerek sosyal sermaye kavramının faktörlerini araştırmışlardır. Çalışmalarında sosyal sermaye kavramını sosyal ağlar, karşılıklı güven, sosyal normlar, ortaklar ve sosyal kurum kapsamında ele almışlardır. Çalışmanın sonucunda elde edilen ölçek, yabancı dil kursu yöneticileri ve sahiplerinin sosyal sermayelerini değerlendirebilmek amacıyla bu çalışmada ölçek olarak kullanılmıştır. Shane (2000:448) çalışmasında girişimcilikte beşeri sermayenin önemini araştırmış ve kişinin ön bilgi düzeyinin girişimcilik yeteneğini etkilediğini sonucuna varmıştır. Bu çalışmada kullanılan faktörler yabancı dil kursu yöneticilerinin beşeri sermayelerini değerlendirebilmek amacıyla bu çalışmada ölçek olarak kullanılmıştır.

2. SOSYAL SERMAYE

Sosyal sermaye; ülkelerin ekonomik faaliyetlerine, toplumsal hayatın etkilerini ortaya koymayı amaçlayan sosyal içerikli bir iktisadi kavramdır. Diğer bir tanımla kişi ve kurumlar arası güvene dayalı ilişkilerin ekonomik açıdan incelenmesi sosyal sermaye olarak tanımlanmaktadır. (Karagül ve Masca, 2005:40) Sosyal sermaye kapsamında yapılan çalışmalar genellikle iktisadi konular üzerine olup ekonomik gelişme, yoksulluk, güven, iletişim ağları ve sosyal normlar etrafında yoğunlaşmaktadır. Altay (2007:341) çalışmasında sosyal sermaye ile yoksulluk kavramının arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada sosyal sermaye bir kamu malı olarak değerlendirilmiş ve sonuç olarak yoksulluğu azaltma ile sosyal sermayenin birbirine oldukça ilişkili olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

Gökalp (2003:170) çalışmasında, güven faktörünün ekonomideki yerini araştırmış ve bu faktörü sosyal sermaye kavramı kapsamında ele almıştır. Bu bağlamda büyük boyutlu aile holdinglerinde var olan güven faktörü ile işletmenin ekonomik durumu karşılaştırılmıştır. Bunun sonucu olarak Türkiye'de güven eksikliğinin var olduğu ve bunun ekonomik maliyet oluşturduğu sonucuna ulaşmış; bu sayede sosyal sermaye kavramını güven ve ekonomik gelişmişlik

açısından incelemiştir. Mercan ve Halıcı (2005:38) çalışmalarında tesis yeri planlamada sosyal sermaye faktörünün yerini incelemiştir. Sonuç olarak daha fazla sosyal sermaye ve daha fazla güven; daha büyük işletmeleri ve daha geniş ekonomik gelişmeleri ortaya çıkarmakta olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

Coleman, (1988:98) çalışmasında beşeri ve sosyal sermaye kavramlarını karşılaştırarak incelemiştir. Çalışmasında ailede sosyal sermaye ve iletişim eksikliğinin öğrencilerde beşeri sermaye oluşumdaki etkisini araştırmıştır. Portes, (2000:5) sosyal sermaye kavramını sosyolojik alanda ele almıştır. Çalışmada güven eksikliği ve iletişimsizlik kavramları ile sosyal sermaye kavramı karşılaştırılmıştır. Ghoshal ve Tsai (1998:468) çalışmalarında sosyal sermaye ve değer yaratma problemlerini ele almıştır. Buna göre sosyal sermaye faktörlerinin ürün ve marka değeri yaratmada önemli bir role sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

3. BEŞERİ SERMAYE

Beşeri sermaye bir ekonomideki bilgi ve beceri yüklü nitelikli işgücünü ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır (Şimşek ve Kadılar, 2010:123). İlk olarak Theodore W. Schultz tarafından ortaya atılan beşeri sermaye; gelir artışına bağlı olarak kazanılmış insani özellikleri içeren geniş bir sermaye kavramıdır (Saygın: 2012:132). Aynı zamanda beşeri sermaye neo klasik örgüt teorisinin temelini oluşturmaktadır. Neo klasik örgüt teorisi; sermayeyi sadece fiziksel olarak değerlendirmenin aksine işgücünü üretimde sabit bir faktör olarak kabul etmiştir. Ayrıca nüfus, işgücündeki artış, teknolojik değişimler, bilgi, eğitim, tecrübe ve beceri gibi faktörler de neo klasik örgüt teorisinin dışsal faktörleri olarak değerlendirilmiştir (Çakmak ve Gümüş, 2005:63). Beşeri sermaye kavramı literatürde daha çok ekonomik büyüme, içsel gelişme ve ihracat gibi iktisadi değerler açısından incelenmiştir. Genç, Değer ve Berber (2009) çalışmalarında beşeri sermaye ile ekonomik büyüme kavramlarını ele almış ve çalışmada nedensellik analizi kullanılmıştır. Buna göre Türkiye ekonomisinin ihracatında görülen yapısal değişime paralel olarak daha fazla beşeri sermayeye gereksinim duyduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Becker, Murphy ve Tamura (1994:330) çalışmalarında beşeri sermaye ile ekonomik gelişme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada beşeri sermayenin büyüme ve gelişme üzerine etkisi sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan değerlendirilmiştir.

Beşeri sermaye kavramı birçok nedenlerden dolayı fiziksel sermayeden ayrılmaktadır. “Beşeri sermaye stoklanabilir değildir, statik olmayıp sürekli

yenilenebilir. Fiziki sermayeyi kullanmak zaman, mekân ve şartlar açısından yansızdır, ancak beşeri sermayeyi kullanmak yansız değildir.” (Karagül, 2002:45).

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmanın temel amacı beşeri sermaye özellikleri ile sosyal sermaye unsurları arasındaki ilişkinin Adana ilinde faaliyet gösteren özel yabancı dil kurslarında araştırılmasıdır. Bu bağlamda, Adana ilinde faaliyet gösteren özel yabancı dil kurslarının listesi ve sayısı Adana İl Milli Eğitim Müdürlüğü internet sitesinden edinilmiş, faaliyetlerini aktif olarak sürdüren 21 yabancı dil kursundan 20'sine ulaşılabilmektedir. 20 adet yabancı dil kursundan elde edilen veriler araştırma metodolojisinin güvenilirlik ve geçerlik özellikleri bağlamında incelenmiş ve 17 adet işletmenin verileri çalışmaya dahil edilmiştir. İstatistikî açıdan gruplardaki n sayısının 30'dan az olması yazarları parametrik olmayan analiz yöntemlerine yönlendirmiştir. Aksi takdirde denek sayısının azlığı, parametrik testler uygulanması durumunda varsayımların bozulması riskini doğuracaktır. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket formunda yer alan değişkenler bağlamında beşeri sermaye özellikleri için Shane (2000)'in çalışmasından, sosyal sermaye bulgularına erişmek için de Onyx ve Bullen (2000)'in çalışmalarından yararlanılmıştır. Anket formları ilgili katılımcılara birebir görüşme esnasında uygulanmış olup anketin uygulanması için yabancı dil kurslarında görev yapan müdürler ve işletme sahipleri tercih edilmiştir. Çalışmanın sınırlılıklarını ise, sadece Adana ilinde uygulanmış olması ve başka bir il ile kıyaslama imkânının bu çalışmada bulunmamasıdır. Ayrıca, verilerin sadece anket yöntemi ile elde edilmiş olması başka bir sınırlılığı oluşturmaktadır. Bu sayede elde edilen veriler katılımcıların soruları anladığı ve düzgün biçimde yorumlayarak cevap verdiği düşüncesine yol açmaktadır.

5. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırmaya 17 işletme dâhil edilmiştir. Katılımcıların %35,3'ü (6) girişimci iken %47,1'i yönetici pozisyonundadır. Geri kalan kısım ise işletme içi yetkiye sahip çalışanlardır. Katılımcıların %70,6'sı erkek geriye kalan %29,4'lük (5) kısım ise kadın katılımcıları temsil etmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu %41,2'si (7) 31-35 yaş aralığındadır. Sonraki ikinci büyük grup ise 26-30 yaş aralığındaki %29,4'lük (5) kesimi oluşturan katılımcılardır. Veri toplama formuna dâhil edilen katılımcıların %52,9'u (9) lisans mezunu iken lisansüstü eğitim seviyesine sahip katılımcıların sayısı 2'dir.

Çalışmada ayrıca katılımcıların baba meslekleri öğrenilmek istenmiştir. İşçi-Memur-Emekli oranı %47,1 olarak belirlenmiş, girişimci olanların oranı ise

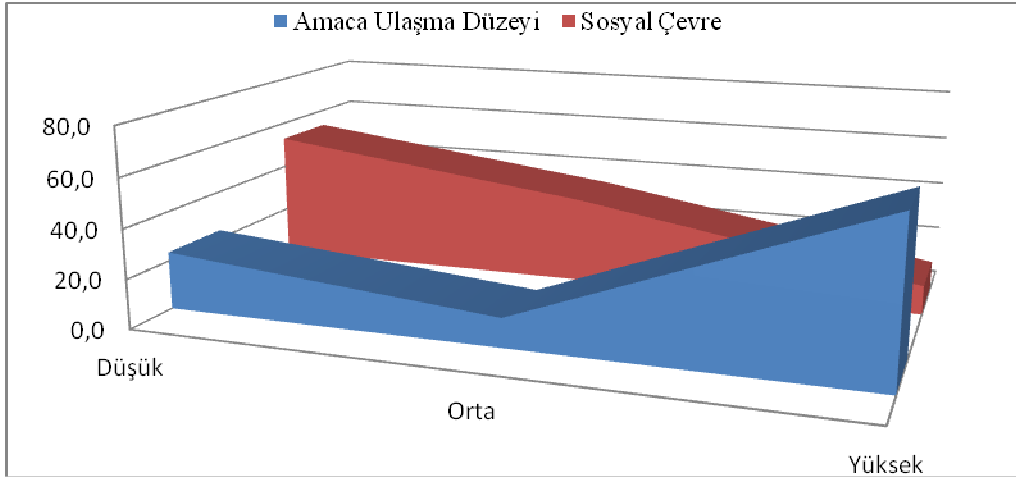
%23,5 olarak ortaya çıkmıştır. Yöneticilerle birebir görüşme neticesinde ortaya çıkan sonuçlara ilişkin bilgiler detaylı olarak Tablo 1’de crosstab analizine göre verilmiştir. Buna göre, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri cinsiyet değişkeni bağlamında aşağıda incelenmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyete Göre Sosyo-Demografik Özellikleri

		İşletmedeki Pozisyon				Toplam
		Girişimci/İşletme Sahibi veya Ortağı	Yönetici	Diğer		
Cinsiyet	Kadın	1	2	2	5	
	Erkek	5	6	1	12	
		Yaş Aralığı				Toplam
		26-30	31-35	36-40	46+	
Cinsiyet	Kadın	2	1	1	5	
	Erkek	3	6	3	12	
		Yabancı Dil			Toplam	
		Hiçbiri	Almanca	İngilizce		
Cinsiyet	Kadın	1	0	4	5	
	Erkek	1	2	9	12	
		Eğitim Düzeyi				Toplam
		Lise&Dengi	Önlisans	Lisans	Lisansüstü	
Cinsiyet	Kadın	1	1	3	0	5
	Erkek	0	4	6	2	12
Toplam					17	

Tablo 1’e göre kadın katılımcıların yalnızca bir tanesi girişimci pozisyonunda bulunmaktadır. Erkek katılımcılardan girişimci pozisyonunda bulunanların sayısı ise 5’tir. Ayrıca, kadın katılımcıların çoğunluğu 26-30 yaş aralığında iken erkek katılımcılar 31-35 yaş aralığı grubunda çoğunluk göstermektedir. Her iki cinsiyet grubundaki katılımcılar çoğunlukla İngilizce dilini yabancı dil olarak belirtmişlerdir. Almancayı yabancı dili olarak belirten erkek katılımcılar sadece 2 kişidir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde lisansüstü eğitime sahip olan katılımcıların erkek katılımcılar olduğu görülmektedir. Şekil 1’de katılımcıların amaçlarına ulaşma düzeyleri ve sosyal çevrelerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Bu bağlamda katılımcıların %64,7’si (11) amaçlarına ulaşma düzeylerinin yüksek olduğu bilgisini vermiştir. %23,5’lik kesim (4) ise amaçlarına ulaşma düzeylerinin düşük olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal çevrelerinin yoğunluğu belirlenmek istenmiş ve bu doğrultuda orta düzeyde

olduğunu belirten katılımcıların oranı %52,9 (9) ile ilk sıradadır. Çok fazla sosyal çevreye sahip olduklarını bildiren katılımcıların oranı ise sadece %11,8 (2)'dir. Şekil 1'de görüldüğü üzere katılımcıların amaca ulaşma düzeyleri ile sosyal çevreleri arasında ilişki göze çarpmaktadır. İlgili şekilde görüldüğü üzere katılımcıların genel olarak amaca ulaşma düzeyleri yüksek ancak sosyal çevreleri azdır. Ancak Şekil 1.'de gösterilen veriler katılımcılardan veri toplama aracının demografik özellikler bölümündeki sorulardan elde edilmiş olması sebebiyle sadece frekans bilgisine erişilmesini sağlamakta bir ilişki analizini yansıtmamaktadır.



Şekil 1. Amaca Ulaşma Düzeyi ve Sosyal Çevre Karşılaştırma Oranları

Tablo 2. de sınıflama ölçme düzeyinde toplanmış veriler için kullanılan binom testi sonuçlarına yer verilmektedir. Bu bağlamda katılımcıların cinsiyet değişkenlerinin öngörülen bir yüzdeden farklı olup olmadığı bilgisine ulaşılabilmektedir.

Tablo 2. Cinsiyet Değişkeni Binom Test Sonuçları

	Kategori	N	Gözlenen Değer	Test Değeri	Anlamlılık	
Cinsiyet	Grup 1	Erkek	12	,71	,50	,143
	Grup 2	Kadın	5	,29		
	Toplam		17	1,00		

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcıların cinsiyete göre dağılımı 12 erkek (%71) ve 5 kadın (%29) şeklindedir. Ancak aradaki fark istatistikî açıdan anlamlı değildir. ($p=0,143$). Dolayısıyla katılımcıların cinsiyete göre dağılımında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 3. Beşeri Sermaye Özellikleri Korelasyon Analizi

			Beşeri Sermaye (e)	Beşeri Sermaye (m)
Spearman's rho	Beşeri Sermaye (e)	Correlation Coefficient	1,000	,502*
		Sig. (2-tailed)	.	,040
		N	17	17
	Beşeri Sermaye (m)	Correlation Coefficient	,502*	1,000
		Sig. (2-tailed)	,040	.
		N	17	17

Tablo 3. incelendiğinde katılımcıların eski ve yeni beşeri sermaye özellikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. ($p=0,40$) Beşeri sermaye özelliklerinin iki grupta incelenmesinin sebebi, katılımcıların işletmelerini kurdukları an ile şu anki mevcut durumlarının bir değerlendirmesini yapabilmek amacıyla veri toplama formunda geçmiş ve mevcut durumu irdeleyen çift yönlü veri elde edilmiştir. Bu analiz sonuçları yorumlandığında katılımcıların işletmelerini kurdukları andaki beşeri sermayeleri mevcut durumdaki beşeri sermayelerinin artmasına yani etkilenmesine katkı sağlamaktadır şeklinde bir bilgiye ulaşılabilmektedir. Tablo 4.’te sosyal sermaye ile beşeri sermaye özellikleri arasındaki ilişki testine ait sonuçlar verilmektedir.

Tablo 4. Sosyal Sermaye ve Beşeri Sermaye Özellikleri Korelasyon Analizi

			Sosyal Sermaye	Beşeri Sermaye (m)
Spearman's rho	Sosyal Sermaye	Correlation Coefficient	1,000	,111
		Sig. (2-tailed)	.	,672
		N	17	17
	Beşeri Sermaye (m)	Correlation Coefficient	,111	1,000
		Sig. (2-tailed)	,672	.
		N	17	17

Tablo 4. incelendiğinde katılımcıların sosyal sermaye özellikleri ile beşeri sermaye özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. ($p=0,672$) Sosyal sermayenin kişilerarası iletişim yetkinliklerini, beşeri sermayenin ise öz yeterlilikleri ifade ettiği düşünüldüğünde her iki girişimci yeteneği arasında

anlamalı bir ilişki çıkmamış olması, katılımcıların beşeri sermayelerinin sosyal sermayelerini etkilemedikleri gibi bir sonuca ulaşılmasını sağlamaktadır.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Örgütler rekabet güçlerini artırmak için yeni stratejiler geliştirmeli, maddi kaynaklar kadar maddi olmayan kaynaklara da önem vermelidirler. Maddi olmayan kaynakları ifade eden entelektüel sermayenin alt boyutları olan sosyal ve beşeri sermaye ise, örgütlerin geleceği için büyük önem taşımaktadır. Çalışmada özel eğitim kurumları kapsamında işletmelerin sosyal ve beşeri sermayeleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın konusu ile ilgili olarak, literatürde yeterince çalışma bulunmamaktadır. Çalışmada ölçek olarak beşeri sermaye için Shane (2000)'in ve sosyal sermaye için Onyx (2000)'in çalışmalarından yararlanılmıştır. Bu ölçekler sayesinde katılımcıların sosyal ve beşeri sermaye varlıkları değerlendirilmiştir. Çalışmadaki katılımcılardan işe başlarken sahip oldukları beşeri sermaye ile şu an ki beşeri sermaye kavramlarını değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuç olarak beşeri sermayenin çalışanların işletmedeki deneyimlerine göre arttığı tespit edilmiştir. Araştırmada katılımcıların sosyal sermaye özellikleri ve beşeri sermaye özellikleri karşılaştırılmıştır. Bu amaçla elde edilen korelasyon analizinde katılımcıların sosyal sermayeleri ile beşeri sermayeleri arasında önemli bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın sadece Adana ilindeki yabancı dil kurslarında gerçekleştirilmiş olması ve verinin sadece anket yöntemiyle toplanmış olması çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmuştur. İleriki çalışmalarda sosyal ve beşeri sermaye olguları beraber ele alınarak farklı bir sektörde uygulandığı durumda farklı sonuçlara ulaşılabilecektir. Aynı zamanda örneklem alanı genişletilerek sadece yöneticilere veya sadece girişimcilere değil; kurumdaki bütün çalışanlara uygulanabildiği durumda da değişik sonuçlara ulaşılabilecektir. Kişisel ve kişilerarası yetkinlikleri örgüt bağlamında ele alan bu çalışmanın insan kaynakları yönetimi, işletme yönetimi ve örgüt kültürü oluşturulması kapsamında literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akın Adnan & Aslanoğlu Suphi, “İşlevsel ve yapısal açıdan Türk bankacılık sisteminde kurumsal yönetim işleyişi” Bankacılık Dergisi, 2007, s.61

Altay Asuman, “Bir Kamu Malı olarak Sosyal Sermaye ve Yoksulluk İlişkisi” Ege Academic Review, 2007, s.337-362

Becker Gary, Murphy Kevin & Tamura Robert, “Human capital: a theoretical and empirical analysis with special reference to education (3rd edition)” The University of Chicago Press, 1994, p. 323-350

Büyüközkan, Gülçin “Entelektüel Sermaye Yönetimi”, Kalder Forum, Nisan-Mayıs-Haziran 2002, s.35

Coleman James, “Social capital in the creation of human capital” American Journal of Sociology, 1998, 94, 95-120

Çakmak Erol & Gümüş Sevda, “Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme: Ekonometrik Bir Analiz (1960-2002), Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 2005, 60-1, s.59-72

Genç Murat Can, Değer Mustafa Kemal & Berber Metin, “Beşeri Sermaye, İhracat ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Ekonomisi Üzerine Nedensellik Analizi” The Journal of Knowledge Economy and Knowledge Management, 2010, Vol.5 Bahar

Ghoshall Sumantra & Tsai Wenpin, “Social capital and value creation: the role of intrafirm networks” Academy of management journal, 1998, v.41, 4, s. 464-476

Gökalp Nuri, “Ekonomide Güven Faktörü” Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi, 2003, c.10 s.163-174

Karacan, Sami “Entelektüel Sermaye Ve Yönetimi” Mali Çözüm Dergisi, 2001, s. 177-200

Karagül Mehmet & Masca Musa “Sosyal sermaye üzerine bir inceleme” Ekonomik ve sosyal araştırmalar dergisi, Bahar 2005, 1:37-52

Karagül, Mehmet, “Beşeri Sermayenin İktisadi gelişmedeki rolü ve Türkiye boyutu” Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları, 2002, s.37, Afyon

Mercan Birol & Halıcı Nadide Sevil, “Social capital as a soft factor in facility location planning” Strategic management conference, İstanbul 2005, s.36-43

Nerdrum Lars, “Intellectual Capital” Journal of Intellectual Capital, 2001, Vol.2, s.127-135

Onyx Jenny & Bullen Paul, “Measuring Social Capital in Five Communities” Journal of Applied Behavioral Science, 2000, v.36, p.23-42

Portes Alejandro, “The Two Meanings of Social Capital” Sociological Forum, 2000, Vol. 15, 1, p.1-12

Putnam Robert, “Making democracy work: Civic tradition in modern Italy”, Princeton University Press, 1993

Saygın Muhammet, “Girişimcilikte Beşeri Sermaye İle Bilişim ve İnovasyon Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma” Aksaray Üniversitesi SBE Yüksek Lisans Tezi, Danışman: Doç. Dr. Himmet Karadal, 2012, Aksaray

Shane Scott, “Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities” Organization Science, 2000, 11, s. 448-469

Şimşek Muammer & Kadılar Cem, “Türkiye’de Beşeri Sermaye, İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Nedensellik Analizi” C.Ü. İİBF Dergisi, 2010, c.11, s.115-139