

## BANKA ÇALIŞANLARININ BİLGİ PAYLAŞIMI DAVRANIŞINA YÖNELİK TUTUMLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Ayşe DEMİRHAN<sup>a</sup>  
Arş. Gör. Serdar BOZKURT<sup>b</sup>

### ÖZET

*Araştırmada, banka çalışanlarının bilgi paylaşımı davranışına yönelik tutumlarını etkileyen faktörlerin tespiti Kwok ve Gao (2005) tarafından geliştirilen ölçekler yardımıyla, İstanbul'da bulunan altı bankanın çalışanlarına uygulanmıştır. Ayrıca çalışmada, banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumlarının demografik nitelikteki özelliklere (cinsiyet, yaş ve eğitim durumları) göre değişip değişmediği de incelenmiştir. Veriler SPSS 11.5 for Windows programında analiz edilmiştir. Ölçeklerdeki boyutlara ilişkin veri analizinde, faktör analizinin yanı sıra tanımlayıcı istatistik analizlerden (aritmetik ortalama ve standart sapma) ve regresyon analizinden yararlanılmıştır. Demografik değişkenlerle ilgili geliştirilen hipotezler için ise tek yönlü varyans analizi ve t-testinden yararlanılmıştır. Sonuçta, iletişim kanallarının zenginliği ve bireyin bilgiyi özümseme kapasitesi boyutlarının, bireylerin bilgi paylaşımına yönelik tutumları etkilediği görülürken, aynı sonuca dışsal motivasyon boyutunda rastlanmamıştır. Ayrıca bireylerin bilgi paylaşımına yönelik tutumlarının, demografik değişkenlere göre farklılık göstermediği de tespit edilmiştir*

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi, Bilgi Paylaşımı, Banka Çalışanları

### 1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada bilgi ve iletişim teknolojilerindeki sürekli gelişim ve yenilikler bilgiye erişimi oldukça kolaylaştırmıştır. Bilginin yayılımı, bilgisayar iletişim teknolojileri ile oldukça hızlanmıştır. Böylelikle işletmeler bilgiye oldukça kolay ve düşük maliyetlerle erişebilir ve kullanabilir hale gelmişlerdir. Bu süreçte bilginin bireyler tarafından kullanımı, yayılımı ve paylaşımı, işletmelerin rekabet avantajı elde edebilmesi için önemli bir konum arz etmektedir. Bu durum bilgiyi etkileyen faktörlerin incelenmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Organizasyon tarafından bilgi yönetimi sisteminin kurulması ve paylaşılan açık bilgiye ulaşımın sağlanması ancak çalışanların bilgi paylaşımına yönelik olumlu tutumları ile mümkün olabilmektedir. Bilgi paylaşımı sayesinde işletmeler, bilgiyi organizasyonun tüm departmanlarına hızlı bir şekilde yayarak örgütsel performansın artmasını sağlayabilirler. Bu bağlamda bilgi ve bilgi yönetimi ile bilgi paylaşımı kavramlarının tanımlanması, bilgi paylaşımına yönelik faktörlerin açıklanmasına yardımcı olacaktır.

Bu çalışmada Kwok ve Gao (2005) tarafından ortaya konulan bireylerin bilgi paylaşımına yönelik tutumları ve bu tutumları etkileyen faktörler incelenmiştir. Bu faktörler; dışsal motivasyon, bilgiyi özümseme kapasitesi ve iletişim kanallarının zenginliğidir.

Çalışmada öncelikle bilgi, bilgi paylaşımı ve bilgi yönetimi kavramları ifade edilmiş ve daha sonra araştırmada incelenen boyutlar açıklanmıştır. Literatür araştırmasına ait bilgilerin ardından, bankacılık sektörü çalışanları arasında yapılan çalışmanın sonuçları ortaya konulmuştur.

<sup>a</sup> Dr. Yıldız Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, aysed@yildiz.edu.tr

<sup>b</sup> Arş. Gör. Yıldız Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, sbozkurt@yildiz.edu.tr

## 2. KURAMSAL TEMEL

### 2.1. Bilgi, Bilgi Paylaşımı ve Bilgi Yönetimi Kavramları

Bilgi; bireyin zihninde olan ve fiziksel varlığı bulunmayan kaynak olarak ifade edilmektedir (Sharratt ve Usoro, 2003:188). Diğer bir tanımda ise bilginin; bireyin inançları, değerleri, yargıları, becerileri ve uzmanlığı, kuralları, fikirleri ile önceki deneyimlerini içeren bir öge olduğu belirtilmiştir (Fong ve Chu, 2006:929). Bilgi kavramı üzerine birçok tanım bulunmaktadır. Ancak tanımların ortak noktası iki kavrama dayanmaktadır. Bu kavramlar; açık ve örtülü bilgidir. Açık bilgi (explicit knowledge), kodlanabilen daha biçimsel, sistematik ve sıklıkla kitabi, şirketlerin veri ambarlarında, veritabanlarında ve bilgisayar sistemlerinde bulunan bilgidir. Örtülü bilgi (tacit knowledge) ise, daha çok kişisel, açıkça ifade edilmesi zor olan ve kökleri bireyin deneyimlerinde bulunan bilgidir (Small ve Sage, 2005:154). Örgüt üyeleri arasında paylaşılan bilgi, en iyi uygulamaları, öğrenmeyi ve gereksiz deneme yanılmaları azaltmak gibi konulara yardımcı olması bakımından önemlidir (Cho vd., 2007:2).

Bilgi paylaşımı ise en temel düzeyde, kaynak ve alıcı arasında bilgi kanalı aracılığıyla oluşan süreçleri içermektedir. Bireyin şirketteki rolüne bakılmaksızın, herhangi bir bilgi paylaşımı sürecinin amacı, kaynaktan alıcıya bilginin transfer edilmesidir. Birçok bilgi paylaşımı durumları, karşılıklı bilgi değişimini meydana getirmektedir. Bilgi paylaşımının başarısını tanımlamadaki bir yaklaşım, bilginin alıcı tarafından yeniden oluşturulmasında bilginin derecesine odaklanmaktadır. Bu yaklaşımda bilgi kavramı, organizasyonların farklı öğeleri tarafından kullanılan; çalışan becerileri, teknik araçları, rutin uygulamaları ve sistemlerinin içine yerleştirilmektedir (Cummings ve Teng, 2006:2). Bilgi paylaşımının temelinde, organizasyon içerisinde çok yönlü iletişim kanallarının açık olması yatmaktadır. Resmi ve gayri resmi nitelikteki sabah toplantılarından kalite çemberleri toplantılarına kadar her türlü yöntem kullanılarak sorunlar hızla tanımlanmakta ve bilgi paylaşımı sağlanmaktadır (Uçkan ve Kağınçoğlu, 2004:299).

Bilgi paylaşımı, bir kişi veya gruptan başka kişi veya gruba bilgi transferini içermektedir. Bu süreç, organizasyonların başarısında hayati öneme sahiptir ve rekabet avantajı sağlar. Ancak bilgi paylaşımı, kolay ve kesin bir süreç değildir ve özel bir kültürel ortamda meydana gelmektedir (Messarra vd., 2008:127). Kuo ve Young (2008) tarafından bilgi paylaşımının temel faaliyetleri; iletim ve özümseme olarak belirtilmektedir. İletim faaliyeti, potansiyel bilgi alıcılarına doğru şekilde bilginin sunulması ve etkin şekilde gönderilmesini içermekte ve özümseme faaliyeti ise bilgi kullanımının etkinliği olarak karşımıza çıkmaktadır (Kuo ve Young, 2008: 1225).

Bilgi ve bilgi paylaşımı kavramlarının bağlı olduğu temel süreç ise bilgi yönetimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi yönetimi, bir çeşit işlevsel stratejidir ve firmalara pazara ilişkin teknolojik yenilik ve rekabet etme konularında yardımcı olur. Aynı zamanda bilgi yönetimi, şirketlerin uzun vadeli rekabete dayalı yeteneklerini arttırması, yenilik yapabilmesi, uygulanması, depolanması ve korunmasında yardımcı olur (Lee ve Chen, 2005:662).

### 2.2. Bilgi Paylaşımı Davranışına Yönelik Tutumlar ve Etkileyen Değişkenler

Literatürde bilgi paylaşımını etkileyen çeşitli örgütsel, kişiler arası ve bireyin kendisinden kaynaklanan faktörler bulunmaktadır. Bu faktörlerden örgütsel olanları; örgüt yapısı, örgüt kültürü, liderlik ve bilgi sistemleri şeklinde sıralanabilir. Kişiler arası faktörler ise; bireylerin sıklıkla kaçınması, zorunluluklar, karşılıklı güven algılamaları ve özdeşleştirme olarak ifade edilmektedir. Bireyin kendisinden kaynaklanan faktörler olarak; bireysel yetenek (uzmanlık, kıdem), hırs, öz-etkinlik(self-efficacy), dışsal ödüller, ceza korkusu, beklenen ödüller, beklenen katkı, algılanan maliyetler, sosyal haklar, beklenen karşılıklılık ilişkileri ve kendine değer verme hissi sayılabilir (Cho, vd., 2007:3). Small ve Sage (2005) tarafından bilgi paylaşımına katkı yapan faktörler ise; işletmenin çevresi, örgütsel yapı ve roller, örgütsel süreçler, örgüt kültürü, örgütün fiziksel şartları, teknoloji, bireyin yeteneği ve motivasyon olarak sıralanmıştır (Small ve Sage, 2005:161–162).

Literatürde tutumların davranışa dönüşmesini inceleyen en önemli teorilerden biri Ajzen'in geliştirmiş olduğu "Planlı Davranış Teorisi"dir. Bu teoriye göre; belirli bir davranışa niyette bulunma, sosyal normların algılanması ve bu davranışa ilişkin tutumlar tarafından belirlenmektedir (Cabrera ve Cabrera, 2005:721; Tarkiainen ve Sundqvist, 2005:809; Ajzen, 1991:188). Planlı davranış teorisi bağlamında **bilgi paylaşımı**

**davranışına yönelik tutum boyutu;** bireyin söz konusu davranışa yönelik uygunluk (veya elverişsizlik) yönünde yaptığı değerlendirmeyi ifade eder. Örgütsel bilgiyi paylaşma hakkında bireyin tutumu, bilgi paylaşımı faaliyetlerini açıklamada önemli bir etkidir (Kuo ve Young, 2008:1226).

Kwok ve Gao (2005) tarafından yapılan çalışmada ise, yukarıdaki faktörler dikkate alınarak bilgi paylaşımı davranışına yönelik tutumları etkileyen üç boyut belirlenmiştir. Araştırmada incelenen bu boyutlar ise şu şekilde açıklanabilir:

**1- Dışsal motivasyon (Extrinsic motivation):** Sözlük anlamı olarak incelendiğinde dışsal motivasyon “bir şeyi, kendi içinde etkinlikten haz almak için veya o etkinlikten hoşlanıldığı için değil; övgü, not, para gibi dışsal bir ödül elde etmek amacıyla yapma arzusu” olarak tanımlanmaktadır (<http://www.termbank.net/psychology/1795.html>). Dışsal motivasyon, bazı sonuçları elde edebilmek için çalışanların faaliyetlerinde gösterdikleri performanslarına işaret eder. Dışsal olarak motive edilmiş davranışlar kendiliğinden oluşmazlar ve bu nedenle cezadan kaçınma veya ödül kazanma gibi dışsal olarak yönetilen sonuçlar tarafından teşvik edilirler. Dışsal motivasyon stratejisinin çoğunlukla daha az yaratıcılık gerektiren, yakın nezaretin ve detaylı kuralların bulunduğu şartlar altında etkili bir şekilde uygulanabileceğine inanılır (Kwok ve Gao, 2005:46). Dışsal motive ediciler, bireyin sosyal statüsü ve korunma ihtiyacını güvence altına almak gibi daha çok dış nedenlerle kullanmaya devam ettiği güdüleyicilerdir (Wenger ve Yarbrough, 2005:5). Birey, kendisi açısından anlamı olan bir hedefe ulaşmak, kendi değerini artırmak, cezadan kaçınmak veya ödüllendirilmek için bir görevle meşgul olduğunda dışsal motivasyon karşımıza çıkar. Örneğin dışsal faktörler; programlar ve teşvikler, ödüller, ücret, istihkak şemaları, kariyer planları, toplum ve meslektaşlar tarafından tanınmışlık ya da statü olabilir (Galia, 2008:59).

İçsel ve/veya dışsal ödüllerin eksikliği bireyleri bilgi paylaşımına yönlendirmede önemli bir engeldir (Bock vd., 2005:89). Çalışanlar faaliyetin içeriğinden kaynaklanan bir nedenle tatmin olmadıkları zaman, dışsal motivasyon ortaya çıkmaktadır (Ko vd., 2005:65). Dışsal motivasyon, faaliyetin kendisinden ayrı olarak değerlendirilen sonuçları elde etmede yararlı olan bir araç olarak algılanır. Örneğin; artan iş performansı, ücret veya terfiler dışsal motivasyon araçları arasında sayılabilir (Malhotra vd., 2008:270). Eğer çalışanlar ihtiyaçlarını dolaylı olarak tatmin edebilirse, özellikle maddi karşılık (ücret), bu taktirde dışsal yönden motive edilmiş olurlar (Vera-Munoz vd., 2006:144). Çalışanlar dışsal motivasyonda, bilginin değişimine kendi algılamalarına dayalı olarak değer vermektedirler. Örneğin fiyat-kazanç analizine dayalı olan çalışanlar arasındaki bilginin karşılıklı olarak alışverişinde, bilginin alışverişinden beklenen ödül veya sosyal fayda ön plana çıkmaktadır. Sosyo-ekonomik bir perspektiften bakıldığında, eğer algılanan fayda maliyete eşit veya maliyetten fazla ise, bu alışveriş süreci devam eder, aksi takdirde ise biter. Bilgi paylaşımı sürecinde maliyetler, harcanan zaman ve zihinsel çaba gibi faktörler ile ilişkilidir (Lin, 2007:137).

Özellikle dışsal motivasyon, ödüller, karşılıklılık ve subjektif norm kavramları ile ilişkilidir. Organizasyonlar belirli mekanizmalarla bilgi paylaşımını cesaretlendirmek için çeşitli ödül sistemleri geliştirilebilir. Konuyla ilgili çalışmalar, yöneticilerin büyük çoğunluğunun organizasyonlarında yeterli bilgi paylaşımının ödüllendirilmediğine veya farkına varılmadığına inanmamaktadırlar. Lider şirketler bilgi yönetiminde, dışsal ödülleri etkili şekilde kullanmaktadırlar. Dışsal ödüller departmanlar arasındaki bilgi paylaşımını da artırabilir (Cho, 2007:5).

**2- Bilgiyi özümseme (absorbe etme) kapasitesi:** Bu boyut, bir işin tarafları için bilgiyi yönetme becerisine yani, bilgiyi elde etme, transfer etme, yenileme, güncelleme ve uygulama yeteneğine işaret etmektedir (Tsai, 2006:160). Özümseme kapasitesi, sadece organizasyon tarafından bilginin elde edilmesi değil, aynı zamanda organizasyonun kendi çıkarları için kullanılan yeteneğidir (Liao vd., 2003:66). Diğer bir ifadeyle özümseme kapasitesi, dış kaynaklı bilginin, değerinin ve öneminin farkına varılması konusunda alıcının yeteneğini ifade eder. Birey bu bilgiyi özümser ve uygular. Bu çerçevede özümseme kapasitesi, bilginin transferinden önce oluşan, büyük ölçüde alıcının var olan bilgilerinin tümünün bir fonksiyonudur. Çalışmalar, özümseme kapasitesinin bilginin transferi ile olumlu yönde ilişkili olduğunu göstermektedir (Ko, vd., 2005:64). Bu bağlamda bilgi paylaşımı davranışı, bilgi sağlayıcısı ve bilgi alıcısı olarak iki taraf arasında gerçekleşen bir süreçtir. Bu aynı zamanda bir öğrenme süreci olarak da görülebilir. Süreç, bilgi sağlayıcısının bilgisini alıcıyla paylaşması ile başlar ve daha sonra alıcı paylaşılan bilgiyle çalışır. Alıcı, bu bilgi paylaşımı yoluyla sağlayıcıdan öğrenebilir. Paylaşılan bilginin nihai kullanım başarısı, alıcının bilgiyi anlama, özümseme ve yönetme kabiliyetine bağlıdır (Kwok ve Gao, 2005:46).

Cohen ve Levinthal (1990) özümseme kapasitesini, çevrede kullanılan bilgiyi tanımlama ve asimile etmede firmanın yeteneği olarak tanımlamışlardır (Cohen ve Levinthal, 1990:128). Cohen ve Levinthal tarafından özümseme kapasitesinin belirleyicisi olarak bireyin önceki bilgisinin düzeyi dikkate alınmıştır (Bosch vd., 1999:551). Organizasyonun bilgiyi özümseme kapasitesi, üyelerinin özümseme kapasitelerine dayanmaktadır. Örgütün bilgiyi özümseme kapasitesinin gelişmesinin temel bileşeni, bireyin bilgiyi özümseme kapasitesinin gelişimine yönelik önceki yatırımlara dayanmakta ve bireylerin özümseme kapasiteleri de kümülatif olarak örgütün bilgiyi özümseme kapasitesini geliştirmektedir (Cohen ve Levinthal, 1990:131).

**3- İletişim Kanallarının Zenginliği:** Organizasyonda bilginin paylaşımını kolaylaştıran bir diğer boyut da “iletişim kanallarının zenginliğidir”. Bu boyutu açıklamadan önce örgütsel iletişim kavramını ve amacını belirtmek, bu boyutu daha anlaşılır hale getirecektir. Örgütsel iletişim, örgüt üyelerinin eylemlerini, örgüt hedeflerini karşılayacak şekilde eşgüdümlemek, üretim ilişkilerini koordine etmek amacıyla örgüt üyeleri tarafından simgelerin üretimi, iletimi ve yorumudur (Tutar, 2003:116). Örgütlerde etkin iletişim, iletişimin interaktif olmasına bağlıdır ve birçok amaca hizmet eder. Bu amaçlar arasında işlerin koordinasyonu, problem çözme, bilgi paylaşımı ve çatışmaların çözümü gelmektedir (Tutar, 2003:119). Bu amaçların gerçekleştirilebilmesi de ancak örgüt içerisindeki iletişim kanallarının zenginliği ile mümkün olabilecektir.

Bilgi paylaşımı, paylaşım sürecindeki taraflar arasındaki bağlantılar olarak görülen bazı kanallar vasıtasıyla oluşur ve bilgiyi kaynaktan hedefe ulaştırır. Bu nedenle de, kanalların zenginliği ve varlığı, bilgi paylaşımının başarısını etkiler. Genel olarak söylemek gerekirse, kanallar sadece telefon, bilgisayar ağı, tartışma grupları gibi bazı fiziksel oluşumlar anlamına gelmemekte, ayrıca çalışanlar ve organizasyondaki bilgi paylaşım kültürü arasındaki çeşitli sanal bağlantılar anlamına da gelmektedir (Kwok ve Gao, 2005:46-47).

### 2.3. Konuya İlişkin Araştırmalar

Bilgi paylaşımına yönelik tutumlar hakkında yapılan ampirik araştırmaların sayısı çok fazla olmamakla birlikte, yapılan çalışmaların özellikle 2000 ve sonrası dönemde ağırlık kazandığı görülmektedir. Bu çalışmalarda bilgi paylaşımını etkileyen faktörlerin özellikle, örgütsel ve kültürel değişkenler ile demografik özelliklerin ilişkilendirildiği göze çarpmaktadır.

Kwok ve Gao (2005), bilgi ve iletişim teknolojileri alanında öğrenim gören 91 öğrenci üzerinde yaptıkları çalışmada, bilgiyi özümseme ve kanal zenginliği boyutlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumlar üzerinde etkisini gözlemlemişken, dışsal motivasyon ile bir ilişki tespit edememişlerdir (Kwok ve Gao, 2005:45). Chow, Deng ve Ho (2000), ABD ve Çin’deki işletmelerde çalışan 142 yöneticiye yönelik yaptıkları çalışmada, kültürel ve bağlamsal faktörlerin (bilginin doğası, bilgi paylaşımı ve alıcısı), çalışanların bilgi paylaşımı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda kültürel özelliklerin bireylerin bilgi paylaşımı üzerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir (Chow vd., 2000:65). Bock vd. (2005) 27 işletmedeki 154 yönetici üzerinde yaptıkları çalışmada, beklenen dışsal ödüllerin bireylerin bilgi paylaşımına yönelik tutumlarını olumsuz yönde etkilediğini tespit etmişlerdir (Bock vd., 2005:88). Wang vd.(2007), 154 sağlık bakım ünitesi çalışanlarına yönelik yaptıkları çalışmada, bilgi paylaşımına yönelik isteklilik ile dışsal motivasyon arasında olumlu yönde bir ilişki bulmuşlardır (Wang vd, 2007:254). Lin (2007) tarafından 50 firmadaki 172 çalışan üzerinde yapılan çalışmada, bireylerin bilgi paylaşımına yönelik tutum ve davranışlarının, dışsal ödüller ile negatif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Lin, 2007:135). Özçınar (2007), demografik değişkenlerle (eğitim ve kıdem) ile bilgi paylaşımına yönelik algılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğunu bulmuştur (Özçınar, [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=220](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=220)).

Gupta (2008) tarafından dört farklı sektörde (Konaklama, Bilgi teknolojileri, Ar-ge ve Üretim) 718 çalışan üzerinde yapılan çalışmada, bilgi paylaşımının gerçekleşmesinin, çalışanların güvenlerinin yüksek olmasına ve bilgi paylaşımının ödüllendirilmesine bağlı olduğu görülmüştür (Gupta, 2008:186). Hasan ve Ahmed (2009) tarafından yapılan çalışmada, bayanların bilgi paylaşımına yönelik erkeklerden daha fazla olumlu yönde tutum içerisinde olduğu bulunmuştur (Hasan ve Ahmed, 2009:185).

## 3.ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı; bilgi paylaşımı davranışına yönelik tutumlar ve bu tutumları etkileyen faktörlerin incelenmesidir. Böylelikle organizasyondaki bilginin hızlı ve etkin bir şekilde, çalışanlar ve departmanlar arasında iletimine yardımcı olabilecek faktörler, araştırmada belirlenen değişkenler dahilinde ortaya konulabilecektir. Ayrıca, demografik değişkenler (cinsiyet, eğitim ve yaş) ile bilgi paylaşımına yönelik tutumlar arasındaki farklılıkların incelenmesi de çalışmanın diğer bir amacı olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın önemi; bilginin bireysel düzeyde paylaşımına yönelik tutumlar ile örgütsel düzeyde etkin bir iletişim ve bilgi paylaşım sürecinin kurulmasına olanak sağlayan faktörlerin ortaya konulabilmesidir. Böylelikle organizasyonda sağlıklı bir bilgi alışverişinin sağlanabileceği bir çalışma ortamının kurulabilmesine olanak sağlanacaktır. Araştırma, örgütsel davranış ve bilgi yönetimi disiplinlerinin birleştirildiği bir çalışma olması nedeniyle kuramsal açıdan da önemlidir. Bu bağlamda, elde edilen sonuçlar ışığında davranış teorisinin işletme ortamında denenmesine ait sonuçlar incelenebilecektir.

### 3.2. Araştırmanın Anakütlesi ve Örnekleme

Araştırmanın anakütlesini İstanbul'daki banka çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada öncelikle Türkiye Bankalar Birliği'ne bağlı bankaların yetkilileri ile irtibata geçilmiştir. Ancak birçok banka yetkilisinin iş yoğunluklarını gerekçe göstermeleri nedeniyle çalışma yapılması düşünülen tüm bankalara ulaşılamamıştır. Bu nedenle araştırmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Örneklem sayısının tespitinde Türkiye Bankalar Birliği'nin verileri dikkate alınmıştır. Bankacılık sektöründe 2008 yılına ilişkin toplam çalışan sayısı 166325'tir (TBB, 2009: s.1-38). Araştırma örnekleme için birey sayısı, örnekleme formülü kullanılarak %10 hata payı en az 96 olarak hesaplanmıştır (Orhunbilge, 1997:79). Kolayda örnekleme yoluyla altı bankanın çalışanlarına ulaşılmış, geriye dönen 120 anketten, eksik ya da hatalı doldurulan anketler çıkarılarak 109 anket formu ile araştırma sonuçları değerlendirilmiştir. Araştırma modeli bakımından çalışma, bilgi paylaşımı davranışına yönelik tutumlar ve bu tutumları etkilediği düşünülen boyutları açıklayıcı ve çözümlenici tarzda tasarlanmıştır.

### 3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma kapsamında, Kwok ve Gao (2005) tarafından geliştirilen iki ölçekteki; çalışanların bilgi paylaşımı davranışına yönelik tutumları (ölçek 1) ve bu tutumları etkileyen üç faktör (ölçek 2) incelenmiştir. Tutumları etkileyen bu faktörler; bilgiyi özümseme (absorbe etme) kapasitesi, iletişim kanallarının zenginliği ve dışsal motivasyondur (Kwok ve Gao, 2005). Öncelikle araştırmada kullanılan iki ölçek, araştırmacılar tarafından dilimize çevrilmiştir. Ölçeklerde toplam 12 ifade yer almaktadır. Araştırmada incelenen her bir değişkene ait üç ifade bulunmaktadır. Ölçekteki ifadeler, demografik nitelikteki değişkenler ilave edilerek anket formu oluşturulmuştur. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, araştırma örnekleminin sosyo-demografik niteliklerine ait (yaş, cinsiyet, eğitim) sorular yöneltilmektedir. İkinci bölümde ise, bilgi paylaşımı davranışına yönelik tutumlar ile tutumları etkilediği düşünülen dışsal motivasyon, bilgiyi özümseme kapasitesi ve iletişim kanallarının zenginliği boyutlarını ölçen ifadeler yer almaktadır. Anket formu, ilgili bankalara elektronik posta yoluyla ve elden teslim edilmiştir. Anket formlarının geri dönüşleri; elektronik posta ve araştırmacılar tarafından elden teslim alınarak gerçekleştirilmiştir.

### 3.4. Veri Analizi

Ölçeklerdeki ifadeler beş dereceli Likert ölçeğine göre kodlanmış ve en olumsuz ifade 1 puan, en olumlu ifade ise 5 puan alacak şekilde değerlendirilmiştir. Her iki ölçekte toplam 12 ifade mevcuttur. Veriler, SPSS for Windows 11.5 paket programında analiz edilmiştir. Toplanan veriler için öncelikle faktör analizi gerçekleştirilmiş ve tutumları etkileyen değişkenlere ait ölçekten bir ifade çıkarılmıştır. Faktör analizi sonucunda, kanal zenginliği ve bilgiyi özümseme boyutları tek bir boyut haline gelmiştir.

Faktör analizi için örneklem büyüklüğü önemlidir. Vaka sayısı, değişken sayısından fazla olmalıdır. Her değişkende en az 10 vakanın olması arzu edilir. Genel olarak 100-200 denek arası analiz için yeterlidir (Akgül ve Çevik, 2005: 419). Bu çalışma da 109 banka çalışanı üzerinde gerçekleştirilerek yeterli sayıya ulaşılmıştır.

Verilerin güvenilirliği için yapılan analiz sonucunda bilgi paylaşımına yönelik tutumlara etki eden faktörlere ait ölçeğin (ölçek 2) Cronbach alpha değeri = 0,7929'dur. Bu ölçeğin her bir alt boyut için yapılan

güvenirlilik analizi sonuçları incelendiğinde, dışsal motivasyon boyutu:0,8775, kanal zenginliği ve bilgiyi özümseme kapasitesi 0,8609 olarak hesaplanmıştır. Bilgi paylaşımına yönelik tutum ölçeğinin (ölçek 1) Cronbach alpha değeri ise 0,7216 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, her iki ölçekteki ifadeler için güvenilirliğin yüksek olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2005: 405). Kolmogorov-Smirnov testi sonucuna göre verilerin normal dağılıma uyduğu saptanmış (verilerin normallik testi %5'in üzerinde çıkmıştır) ve veri analizinde parametrik testlerin kullanılmasının uygun olduğu belirlenmiştir.

### 3.5. Bulgular ve Yorumlar

#### 3.5.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya, İstanbul'da faaliyet gösteren altı bankanın çalışanları katılmıştır (n=109). Araştırmada katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ait genel bilgiler şöyledir: Araştırmaya katılanların 32'si erkek (%29,4) ve 77'si (%70,6) kadındır. Katılımcıların 88'i (%80,7) lisans, 18'i yüksek lisans ve doktora (%16,5) ve 3'ü lise (%2,8) mezundur. Katılımcıların yaş dağılımı incelendiğinde, 60'ı (%55) 26-35 yaş aralığında, 34'ü (%31,2) 18-25 yaş aralığında, 15'i ise (%13,8) 36 yaş ve üzeri gruptadır. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları ise şu şekildedir: (Tablo1)

**Tablo 1. Araştırma Katılımcılarının Demografik Özellikleri**

		Frekans	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	32	29,4
	Bayan	77	70,6
<b>Eğitim Durumu</b>	Lisans	88	80,7
	Y.lisans ve Doktora	18	16,5
	Lise	3	2,8
<b>Yaş Grubu</b>	18-25 yaş arası	34	31,2
	26-35 yaş arası	60	55,0
	36 yaş ve üzeri	15	13,8

#### 3.5.2. Tanımlayıcı Analizler

Banka çalışanlarına ait tanımlayıcı istatistik sonuçları incelendiğinde; katılımcıların bilgi paylaşımına yönelik ölçeğin bütününe ait ortalamalarının 3,87 (Std.sapma 0,55) ile "katılıyorum" şeklindeki olumlu cevaba yakın yanıtlar verdikleri görülmektedir. Bilgi paylaşımını etkileyen iki faktöre ait ortalamaların; dışsal motivasyon için Arit. ort: 3,11 (Std. sapma: 1,10), kanal zenginliği ve bilgiyi özümseme kapasitesi içinse Arit. ort: 4,03 (Std. sapma: 0,78) olduğu görülmektedir. Ayrıca bilgi paylaşımına yönelik tutum değişkenine ait skorun ise, Arit. ort: 4,37 (Std. sapma: 0,45) olduğu ve katılımcıların dışsal motivasyon değişkeninde "kararsızım" yanıtına yakın oldukları, diğer değişkenler açısından ise "katılıyorum" seçeneğine yöneldikleri görülmektedir. Bu skorlar, bilgi paylaşımı ölçeğine yönelik yanıtların "katılıyorum" şeklindeki cevaba yakın olduğunu ve iyi olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir (Tablo2).

**Tablo 2. Ölçeklere ve Boyutlara Ait Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları**

		n	Ortalama	Std. Sapma
<b>Bilgi paylaşımına yönelik tutumları etkileyen faktör. (Ölçek 2)</b>	<b>Dışsal motivasyon</b>	109	3,11	1,10
	<b>Kanal zenginliği ve Bilgiyi özümseme kapasitesi</b>	109	4,03	0,78
	<b>Ölçek 2 (ort.)</b>	109	3,87	0,55
	<b>Bilgi paylaşımına yönelik tutum ölçeği (Ölçek 1)</b>	109	4,37	0,45

#### 3.5.3. Faktör Analizi Sonuçları

Bilgi paylaşımı davranışına yönelik tutumları etkileyen değişkenleri belirleyebilmek için faktör analizinden yararlanılmıştır. Faktör analizinde araştırmacı, öncelikle araştırma bağlamında kullanılan değişkenler setinin temelini oluşturan ana (temel) faktörlerin neler olduğu ve bu faktörlerden her birinin değişkenlerden her birini açıklama derecesini de görme imkanına sahip olmaktadır. Bu yolla, araştırmacı elinde bulunan çok sayıda değişkenden oluşan değişkenler setini daha az sayıda yeniden oluşturulmuş değişkenler (faktörler) cinsinden ifade etme ve anlama imkanına sahip olmaktadır. ([http://www.istatistikanaliz.com/faktor\\_analizi.asp](http://www.istatistikanaliz.com/faktor_analizi.asp)). Faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin ölçeğine ait değer 0.50'nin üzerinde olması gerekir. Analiz sonuçları incelendiğinde, 0,776 olarak bulunan bu değer, iyi olarak değerlendirilmektedir. Bartlett küresellik testi sonucu ise 0,000 olarak bulunmuştur (Tablo 3). Bartlett testi değerinin yüksek istatistiksel anlamlılık ( $p < 0.001$ ) taşıması, araştırma verilerinin farklı istatistiksel analizler için elverişlilik derecesinin yüksek olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda bu test, elde edilen verilerin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir (Kalaycı, 2005: 322).

**Tablo 3. Bilgi Paylaşımını Davranışını Etkileyen Değişkenlere Ait Faktör Analizi**

**Kaiser- Meyer-Olkin Ölçümü ve Bartlett Testi**

<b>KMO Ölçeği</b>	,784
<b>Barlett Küresellik Testi</b>	477.159 ; p: 0.000

Faktör analizi sonuçları varimax rotasyonu ile hesaplanmıştır. Sonuçta, bilgi paylaşımını etkileyen boyutlara ait ifadelerin faktör değerleri; Faktör 1 *kanal zenginliği ve bilgiyi özümseme kapasitesi boyutu* (0,688-0,899), ve Faktör 2 *dışsal motivasyon* boyutu (0,851-0,919) olarak hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucu iki faktör elde edilmiştir. Bu faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı %71 olup, iyi bir değerdir. Birinci faktör, değişkenliğin %40,90'ını, ikinci faktör ise %30,65'ini açıklamaktadır (Tablo 4).

**Tablo 4. Faktör Analizi Sonuçları**

<b>Faktörler</b>	<b>Özdeğer (Eigenvalue)</b>	<b>Varyans Yüzdesi</b>	<b>Kümülatif Varyans Yüzdesi</b>
<b>Faktör 1 Kanal zenginliği ve Bilgiyi özüm. kapasitesi</b>	3.272	40.905	40.905
<b>Faktör 2 Dışsal motivasyon</b>	2.453	30.659	71.564

**Araştırma Hipotezleri**

Çalışmada, bilgi paylaşımı ölçeği ve boyutları ile sosyo-demografik özellikler arasındaki bağlantıları bulabilmek için hipotezler geliştirilmiştir. Bu bağlantıları gösterebilmek amacıyla oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H1: Dışsal motivasyon ile kanal zenginliği ve özümseme kapasitesi boyutları, banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları üzerinde etkilidir.

H2: Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H3: Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H4: Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

## Araştırma Hipotezlerine İlişkin Sonuçlar

H1: Dışsal motivasyon ile kanal zenginliği ve özümseme kapasitesi boyutları, banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları üzerinde etkilidir.

**Tablo 5. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları**

	Kareler toplamı	Serbestlik derecesi	Ortalama kare	F	İst.anl.(Sig.) p-değer
Regresyon	2,765	2	1,383	7,59	.001
Hata	19,31	106	,182		
Toplam	22,07	108			
R <sup>2</sup> = .125; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = .109					
İki değişkene ait standartlaştırılmış etki katsayısı		t	İstatistiksel anlamlılık (p)		
Kanal Zenginliği ve Özümseme Kapasitesi (Faktör1)		,360	3,879	.000**	
Dışsal motivasyon (Faktör 2)		-,108	-1,161	,248	

\*\*p<.01

Yapılan regresyon analizi sonucunda modelin tümüyle anlamlı olduğu görülmektedir (F=7,59; p:0.001<0.01). Araştırma boyutlarının tek tek anlamlılığı incelendiğinde ise Faktör 1 istatistiksel olarak anlamlı olmasına (t= 3,879; p:0.000<0,05 ) karşın, Faktör 2'nin anlamlı olmadığı (t= -1,161; p:0,248> 0,05) görülmektedir.

H2: Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

**Tablo 6. t testi sonuçları**

Bilgi Paylaşımına Yönelik Tutum	n	Ort.	Std. sapma	t-değeri	p-değer
Erkek	32	4,29	0,49	1,169	0,245
Kadın	77	4,40	0,43		

Çalışanların bilgi paylaşımına yönelik tutumlarının, cinsiyet değişkenine göre farklılaşma farkı olmadığı tespit için yapılan t testi sonucuna göre, H2 hipotezi reddedilerek, bu iki değişken arasında istatistiksel yönden anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür (p= 0,245> 0,05). Dolayısıyla bayan ya da erkek çalışanlar açısından herhangi bir tutum farklılığı gözlenmemektedir. Ortalama sonuçları da bu farklılığın olmadığı yönünde gerekli bilgiyi teyit etmektedir. Erkek çalışanların bilgi paylaşımına yönelik tutumlarına ait aritmetik ort.= 4,29 iken, bayan çalışanların aritmetik ort. = 4,40 olarak bulunmuş ve istatistiksel olarak da yakın olan bu iki değer, farklılık oluşturmadığı bulunmuştur.

H3: Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

**Tablo 7. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**



Bilgi Paylaşımına Yönelik Tutum	n	Ort.	Std. sapma	F istatistiği	p-değer
Lise	3	4,33	0,33	0,292	0,747
Lisans	88	4,35	0,46		
Lisansüstü	18	4,44	0,39		

Çalışanların bilgi paylaşımına yönelik tutumlarının eğitim durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizine (One-Way ANOVA) göre, H3 hipotezi reddedilerek, istatistiki yönden anlamlı bir farklılık görülmemiştir ( $p= 0,747 > 0,05$ ). Elde edilen aritmetik ortalama sonuçlarının da eğitim durumu açısından birbirine yakın olduğu görülmektedir (Lise arit. ort.= 4,33, Lisans arit. ort.= 4,35 ve Lisansüstü arit. ort.= 4,44). Bu durum aradaki farksızlığın temel nedeni olarak düşünülebilir.

H4: Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.

**Tablo 8. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları**

Bilgi Paylaşımına Yönelik Tutum	n	Ort.	Std. sapma	F istatistiği	p-değer
18-25 yaş arası	34	4,34	0,51	1,268	0,286
26-35 yaş arası	60	4,42	0,40		
36 yaş ve üzeri	15	4,22	0,46		

Çalışanların bilgi paylaşımına yönelik tutumlarının, yaş gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizine (One-Way ANOVA) göre, istatistiki yönden anlamlı bir farklılık görülmemiş ( $p= 0,286 > 0,05$ ) ve H4 hipotezi reddedilmiştir. Aritmetik ortalama sonuçları incelendiğinde de yaş gruplarının bilgi paylaşımına yönelik tutum skorlarının birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir (18-25 yaş arası arit. ort.= 4,34; 26-35 yaş arası arit. ort.= 4,42 ve 36 yaş ve üzeri arit. ort.= 4,22). Bu sonuçlar da istatistiki yönden anlamlı bir farkın olmadığı sonucunu desteklemektedir.

Araştırma hipotezlerine ilişkin toplu sonuçlar Tablo 9'da gösterilmektedir.

**Tablo 9. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Sonuçlar**

Hipotezler	İst. anl. (sig) p-değer	Sonuç
H <sub>1</sub> : Dışsal motivasyon ile kanal zenginliği ve özümseme kapasitesi boyutları, banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları üzerinde etkilidir.	0,001	Kabul
H <sub>2</sub> : Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.	0,245	Ret
H <sub>3</sub> : Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	0,747	Ret
H <sub>4</sub> : Banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları, yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.	0,286	Ret

#### 4. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu çalışmada banka çalışanlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları ve bu tutumları etkileyen faktörler incelenmiştir. Ayrıca çalışanların demografik özelliklerine göre, bilgi paylaşımına yönelik tutumlarının farklılaşıp farklılaşmadığı da test edilmiştir. Çalışma verileri anket yoluyla toplanmış olup, bilgi paylaşımına yönelik tutum, dışsal motivasyon, bilgiyi özümseme kapasitesi ve iletişim kanallarının zenginliği boyutlarına yönelik ifadeler ankette yer almıştır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde, bilgiyi özümseme kapasitesi ve iletişim kanallarının zengin olması faktörünün, çalışanların bilgi paylaşımına yönelik tutumlarını etkilediği, ancak dışsal motivasyon boyutunun ise

istatistiki açıdan anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Bu sonuçların literatür ile paralellik arz ettiği saptanmıştır. Kwok ve Gao'nun (2005) çalışmasında da bilgiyi özümseme kapasitesi ve iletişim kanallarının zenginliği boyutlarının bilgi paylaşımına yönelik tutumları etkilediği, ancak dışsal motivasyon boyutunun herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Çalışmalarda dışsal motivasyonun, bilgi paylaşımına yönelik tutuma etkisi üzerine çok farklı sonuçlar alındığı saptanmıştır. Bock vd. (2005) ve Lin (2007) dışsal motivasyonla, tutum arasında negatif yönde ilişki tespit ederken, Wang vd. (2007) pozitif yönlü bir ilişki ve Kwok ve Gao (2005) ise herhangi bir ilişki olmadığını bulmuşlardır.

Demografik özellikler ile bilgi paylaşımına yönelik tutum arasındaki ilişkilerde çalışanların cinsiyetleri, eğitim durumları ve yaş gruplarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Tek tek değişkenler incelendiğinde değişkenlerden eğitim durumu için, katılımcıların eğitim durumlarının birbirine yakın oldukları ve bu nedenle aynı yönlü tutuma sahip olmalarının beklenen bir durum olabileceği düşünülmektedir. Cinsiyet ve yaş grupları ait değişkenlerde ise katılımcıların istatistiki olarak birbirine yakın yanıtlar verdikleri görülmektedir.

Çalışanların bilgi paylaşımına yönelik davranışlarını pozitif yönde geliştirebilmek için iletişim kanallarının sağlıklı şekilde işleminin sağlanması ve çalışanlara verilecek eğitim faaliyetleri ile bilgi düzeylerini artırmanın, işletmelere olumlu yönde katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir. Eğitim faaliyetleri sonucunda bilgi düzeyi yükselen çalışanlar daha hızlı bir şekilde bilgiyi özümseyip, işine ve çalışma arkadaşlarına yayabilme konusunda daha bilinçli olarak hareket edebilecektir. Ayrıca dışsal ödüllerin de yeterli miktarda ve farkındalık oluşturacak şekilde organizasyon yöneticilerince dağıtımının bilgi paylaşımına yönelik faaliyetlerde önemli bir değişken olabileceği de gözden kaçırılmamalıdır.

Sonraki çalışmalarda ise, örneklem sayısının artırılması ve farklı sektörlerde yapılacak çalışmaların neden-sonuç ilişkilerine yönelik anlamlı sonuçlar doğurabileceği düşünülmektedir. Tüm bu sonuçlar ışığında, işletme yöneticileri örgütsel performansı artırmak için, bilgi yönetimi ve bilginin organizasyonda paylaşımı faaliyetlerine daha fazla özen göstermelidirler.

## KAYNAKÇA

- AJZEN, Icek (1991), "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211
- AKGÜL, Aziz, Osman Çevik (2005). *İstatistiksel Analiz Teknikleri: SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*, 2.Basım, Ankara: Emek Ofset.
- BOCK, Gee-Woo, Robert W. Zmud, Kim Young-Gul ve Lee Jae-Nam (2005). "Behavioral Intention Formation In Knowledge Sharing: Examining The Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate", *MIS Quarterly*, 29 (1), 87-111
- BOSCH, Frans A. J., Van den Henk W Volberda, Michiel De Boer (1999). "Coevolution of Firm Absorptive Capacity and Knowledge Environment: Organizational Forms and Combinative Capabilities", *Organization Science*, 10 (5), 551-568
- CABRERA, Elizabeth F. ve Angel Cabrera (2005). "Fostering knowledge sharing through people management practices", *International Journal of Human Resource Management*, 16 (5), 720-735
- CHO, Namjae, Guo Zheng Li ve Che-Jen Su. (2007). "An Empirical Study on The Effect of Individual Factors on Knowledge Sharing by Knowledge Type", *Journal of Global Business and Technology*, 3 (2), 1-15
- CHOW, Chee W., DENG Johnny F. ve HO Joanna L. (2000). "The Openness of Knowledge Sharing within Organizations: A Comparative Study of the United States and the People's Republic of China", *Journal of Management Accounting Research*, 12, s.65-95
- COHEN, Wesley M. ve Daniel A. Levinthal (1990), "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation", *Administrative Science Quarterly*, 35, s.128-152
- CUMMINGS, Jeffrey L. ve Bing-Sheng Teng (2006). "The keys to successful knowledge-sharing," *Journal of General Management*, 31 (4), 1-18
- FONG, Patrick Sik-wah ve Lily Chu (2006). "Exploratory Study of Knowledge Sharing in Contracting Companies: A Sociotechnical Perspective", *Journal of Construction Engineering and Management*, 132, 928-939
- GALIA, Fabricia (2008). "Intrinsic-Extrinsic Motivations and Knowledge Sharing in French Firms," *The Icfai Journal of Knowledge Management*, 6 (1), 56-80
- GUPTA, Kripa Shanker (2008). "A Comparative Analysis of Knowledge Sharing Climate", *Knowledge and Process Management*, 15 (3), 186-195
- HASAN, Bassam ve Mesbah Ahmed (2009). "Model of Gender Differences In Knowledge Sharing Attitude In Group Projects", *Northeast Decision Sciences Institute Proceedings*, 185-190
- KALAYCI, Şeref. vd., (2005). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- KO, Dong-Gil, Laurie J. Kirsch ve William R. King (2005). "Antecedents of Knowledge Transfer From Consultants To Clients In Enterprise System Implementations", *MIS Quarterly*, 29 (1), 59-85
- KUO, Feng-Yang ve Mei-Lien Young (2008) "A Study of the Intention–Action Gap in Knowledge Sharing Practices", *Journal of The American Society for Information Science and Technology*, 59 (8), 1224 - 1237
- KWOK, Sai Ho ve Sheng Gao (2005). "Attitude Towards Knowledge Sharing Behavior", *Journal of Computer Information Systems*, 45-51

LEE, Chuan ve Wen-Jung Chen (2005). "The Effects of Internal Marketing and Organizational Culture on Knowledge Management in the Information Technology Industry", *International Journal of Management*, 22 (4), 661-672

LIAO, Jianwen, Harold Welsch ve Michael Stoica (2003). "Organizational Absorptive Capacity and Responsiveness: An Empirical Investigation of Growth-Oriented SMEs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 63-85

LIN, Hsiu-Fen (2007). "Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions", *Journal of Information Science*, 33 (2), 135-149

MALHOTRA, Yogesh, Denis F. Galletta ve Laurie J. Kirsch (2008). "How Endogenous Motivations Influence User Intentions: Beyond the Dichotomy of Extrinsic and Intrinsic User Motivations", *Journal of Management Information Systems*, 25 (1), 267-299

MESSARRA, Leila, Silva Karkoulian ve Aida Younes (2008). "Four Facets of Cultural Intelligence Predictors of Knowledge Sharing Intentions", *Review of Business Research*, 8 (5), 126-131

ORHUNBİLGE, Neyran (1997). *Örnekleme Yöntemleri ve Hipotez Testleri*, İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No: 270.

ÖZÇINAR, Faruk. "Örgüt İçi Bilgi Paylaşımı: Bir Örnek Olay Çalışması", Web Erişimi: [http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=220](http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=220), (19.10.2009).

SHARRATT, Mark ve Abel Usoro (2003). "Understanding Knowledge-Sharing in Online Communities of Practice", *Electronic Journal of Knowledge Management*, 1 (2), 187-196

SMALL, Cynthia T. ve Andrew P. Sage (2005). "Knowledge management and knowledge sharing: A review", *Information Knowledge Systems Management* 5 (3), 153-169

TARKIAINEN, Anssi ve Sanna Sundqvist (2005). "Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food", *British Food Journal*. 107 (11), 808-822

TERMBANK (2009). İngilizce Türkçe Psikoloji Sözlüğü, Web Erişimi: <http://www.termbank.net/psychology/1795.html>, (12.10.2009).

TUTAR, Hasan (2003). *Örgütsel İletişim*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

TSAI, Yi-Ching (2006), "Effect of Social Capital and Absorptive Capability on Innovation in Internet Marketing", *International Journal of Management*, 23 (1), 157-166

TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ-TBB (2009), *Bankalarımız 2008*. İstanbul: TBB Yayın No:264

UÇKAN, Banu ve Deniz Kağınçoğlu. (2004). *Endüstri İlişkileri*. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını, No.829.

VERA-MUNOZ, Sandra, C., Joanna L. Ho ve Chee W. Chow (2006). "Enhancing Knowledge Sharing in Public Accounting Firms", *Accounting Horizons*, 20 (2), 133-155

WANG, Cheng-Hua, Yuan-Duen Lee, Lin Wei-i ve Li-Ting Zhuo (2007), "Effects of Personal Qualities and Team Processes on Willingness to Share Knowledge: An Empirical Study", *International Journal of Management*, 24 (2), 250-256

WENGER, Jay L. ve Terrance D. Yarbrough (2005). "Religious Individuals: Evaluating Their Intrinsic and Extrinsic Motivations at the Implicit Level of Awareness", *The Journal of Social Psychology*, 145 (1), 5-16

"Faktör Analizi", Web Erişimi: [http://www.istatistikanaliz.com/faktor\\_analizi.asp](http://www.istatistikanaliz.com/faktor_analizi.asp), (11.01.2010)