

ÖRGÜTSEL GÜVEN, BİLGİ PAYLAŞIMI VE ÖRGÜTSEL YENİLİKÇİLİK ÜZERİNE BİR ALAN ÇALIŞMASI*

Salih YEŞİL

Prof. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, Türkiye
syes66@hotmail.com
Orcid ID: 0000-0003-3237-2258

Ayşegül ÖZBAĞIŞ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, Türkiye
aysegulozbagiss@gmail.com
Orcid ID: 0000-0002-7139-0734

Makale Geliş Tarihi: 02/11/2021

Makale Kabul Tarihi: 02/04/2022

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Atıf: Yeşil, S. ve Özbağış, A. (2022). Örgütsel güven, bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçilik üzerine bir alan çalışması. *Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(49), 72-97.

Öz

Bu çalışmada son yıllarda önemi giderek artan bilgi paylaşımı konusu ele alınmıştır. Bilgi insanlar için önemlilik arz ederken işletmeler için de vazgeçilmez bir kaynak olmaktadır. Bilgi, örgütlerin amaçlarına ulaşmasını sağlayan en büyük etken olabilmektedir. Bu durumda işletmelerin bilgi kaynaklarını etkili ve verimli kullanabilmesi için bilginin doğru ve güvenilir bir şekilde paylaşılması gerekmektedir. Bu çalışmada bilgi paylaşım konusu ele alınmıştır. Çalışmanın amacı; örgütsel güvenin bilgi paylaşımına ve örgütsel yenilikçiliğe, bilgi paylaşımının da örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini incelemektir. Araştırmanın örneklemini Kahramanmaraş'taki banka çalışanları oluşturmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket formundan yararlanılmıştır. Elde edilen verilerin faktör, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre örgütsel güven boyutlarının bilgi paylaşımı ile örgütsel yenilikçilik boyutları arasında anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir. Bilgi paylaşımı ile örgütsel yenilikçilik boyutları arasında da anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre ise; örgütsel güven boyutlarından katılım ve performansın bilgi paylaşımını pozitif yönde etkilediği belirlenirken personel güçlendirmenin bilgi paylaşımını etkilemediği görülmüştür. Bilgi paylaşımının örgütsel yenilikçilik boyutlarını pozitif etkilediği belirlenmiştir. Son olarak ise örgütsel güven boyutlarının örgütsel yenilikçilik boyutlarını kısmen etkilediği saptanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular örgütsel güven, bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçilik alanlarına katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır. Bulgular sonuç kısmında teorik ve uygulama bağlamında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Paylaşımı, Örgütsel Güven, Örgütsel Yenilikçilik.

* - Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

- Bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve / veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan edilmemektedir.

A FIELD STUDY ON ORGANIZATIONAL TRUST, KNOWLEDGE SHARING AND INNOVATION

Abstract

In this study, the issue of information sharing, which has become increasingly important in recent years, is discussed. While information is important for people, it is also an indispensable resource for enterprises. Knowledge can be the biggest factor that enables organizations to achieve their goals. In this case, information must be shared accurately and reliably in order for businesses to use their information resources effectively and efficiently. In this study, the issue of information sharing is discussed. The aim of the study; The aim of this study is to examine the effect of organizational trust on knowledge sharing and organizational innovation, and the effect of knowledge sharing on organizational innovation. The sample of the research consists of bank employees in Kahramanmaraş. Questionnaire form was used as data collection method. Factor, correlation and regression analyzes of the obtained data were performed. According to the results of the correlation analysis, it was determined that there is a significant relationship between the knowledge sharing of organizational trust dimensions and organizational innovativeness dimensions. It has been determined that there is a significant relationship between knowledge sharing and organizational innovativeness dimensions. According to the results of the regression analysis; While it was determined that participation and performance from organizational trust dimensions positively affected information sharing, it was seen that personnel empowerment did not affect information sharing. It has been determined that knowledge sharing has a positive effect on organizational innovation dimensions. Finally, it was determined that the dimensions of organizational trust partially affect the dimensions of organizational innovativeness. The findings obtained from the study are important in terms of contributing to the fields of organizational trust, knowledge sharing and organizational innovation. The findings are discussed in the theoretical and practical context in the conclusion part.

Keywords: Knowledge sharing, Organizational trust, Organizational innovativeness.

Giriş

Bir işletmenin belirlenen stratejik hedeflere ulaşmasında bilginin önemi büyüktür. Bilgiyi önemli kılan ise; yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte rekabet yarışı, firmaların hizmet ve yönetim alanında yenilik yapma faaliyetlerinin artması, sürekli gelişim sağlanmasında bilginin en önemli kaynak olduğu bilinmesi ve bilim-teknolojik gibi gelişmelerin süreklilik göstermesidir. Bilgi işletmelere daha fazla kar, sürekli yenilik, rekabet avantajı, en iyi olma fırsatı, güçlü bir vizyon vb., gibi birçok yarar sağlayabilmektedir. İşletmelerde bilginin etkin bir şekilde yaratılması ve kullanılması ve bunun sonucu olarak rekabetçi avantajlar sağlamanın yolu bilginin paylaşımına bağlıdır. Bilgi paylaşımı özellikle üzerinde inceleme yapılan konular içerisinde yer almaktadır.

Bilgi paylaşımına ilişkin birçok tanım yer almaktadır. Bilgi paylaşımı Ipe'e (2003) göre bilgiye sahip olan kişinin, bilgiye ihtiyaç duyan kişiye gerekli olan bilgiyi aktarmasıdır. Lin'e (2007, s. 315) göre bilgi paylaşımı, "çalışanların bilgi, deneyim ve becerilerinin bütün bölümlerde ve organizasyonda paylaşılmasını içeren bir sosyal etkileşim kültürü" olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada bilgi paylaşımı üzerinde durulmakta olup, bilgi paylaşımının öncüllerinden olan örgütsel güven ve ardılı olan örgütsel yenilikçilik konuları ele alınıp araştırılmaktadır.

Literatürde işletmelerde bilgi paylaşımının öncülleri ve ardılları bağlamında birçok faktörden bahsedilmektedir. Öncülleri bağlamında dikkate değer önemli konulardan birisi örgütsel güven konusudur. Örgüte güven, örgütün dürüstlüğüne, adaletli oluşuna ve

doğruluğuna itaat etmektir (Özdaşlı ve Yücel, 2010, s. 69). Örgütün çalışanın yararına veya çalışanın herhangi bir zarar görmeyeceğine yönelik güvenidir (Tüzün, 2007, s. 104). Güven en az iki kişinin birbirine tereddüt etmeden inanma ve bağlanma duygusudur. Güven her alanda büyük önem arz ederken örgüt içerisinde de etkisi fazladır. Örgütte güvenin etkili olduğu önemli konulardan biri ise bilgi paylaşımıdır. Örgüt içindeki bilginin paylaşılabilmesi çalışanlar arasında güven duygusunun var olmasına bağlıdır. Bu nedenle güvenin olmadığı bir alanda insanların birbirlerine karşı davranışları ve iletişimleri değişiklik gösterebilecek bunun sonucunda bilgi paylaşımına engel olacaktır. Özellikle çalışma ortamında örgütsel güvenin mutlaka işbirliği içerisinde teşvik edilerek güven duygusunun var olmasına önem verilmelidir. Güvenin sağlanması ile olumlu katkılar oluşacak ve çalışanların yeni fikirler üretmesini sağlayarak yenilikçiliğe yönlendirilme durumu ortaya çıkartabilecektir (Güneş, 2014). Literatürdeki çalışmalara bakıldığında örgütsel güvenin bilgi paylaşımını etkilediğini gösteren araştırmalar mevcuttur. Chang ve Chuang'a (2011) göre yüksek seviyede güven, bilgi paylaşımının artmasına yol açacaktır. Ayrıca güven bilgi paylaşımı niyetini önemli ölçüde etkiler (Tamjidyamcholo Baba, Tamjid ve Gholipour, 2013, s. 228). Staples ve Webster'ın (2008) çalışmasında örgüt içinde yer alan kişilerin güven duyguları ve buna bağlı olarak bilgi paylaşımı arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.

Bilgi paylaşımının ardılları perspektifinden bakıldığında en önemli ardıllardan biri olarak örgütsel yenilikçilik konusu karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda günümüz örgüt içerisinde vazgeçilmez konularından biri olarak örgütsel yenilikçilik gösterilmektedir. Örgütsel yenilikçilik kavramı örgüt için var olan sistemden farklı olarak yeni bir düzen, sistem veya politika gibi yeni ürün veya hizmetlerin geliştirilmesi ya da örgüt dışından sağlanmasıdır (Mendoza, 2015; Damanpour ve Gopalakrishnan, 2001). Bu doğrultuda yenilikçilik ile birlikte bilginin artması her geçen gün insanların ilgi ve gereksinim derecelerini artırmaktadır. Artan bilgi yoğunluğunun yaşanması, rekabet koşulları ve süreklilik gösteren teknolojik gelişmeler yanında strateji oluşturmaya yönelik kararlarda örgüt içerisinde yenilikçiliğin yapılmasını zorunlu hale gelmiştir. Dolayısıyla yenilikçiliğin sağlanması örgütlerin çevresel değişimlere adapte olarak müşteri bağlılığı sağlayan güçlü bir pazar oluşturması ve geliştirmelerine imkân sağlaması açısından çok önemlidir (Hornsby, Kuratko ve Zahra, 2002, ss. 254-256). Örgütlerde yenilikçiliğin devamlı olması beraberinde yüksek verimlilik, yeni ürün ve hizmet, rekabetçi avantaj ve sürekliliği getirecektir. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında bilgi paylaşımının örgütsel yenilikçiliği desteklediğini belirten araştırmalarında yer aldığı görülmüştür (Çakırel ve Pınar, 2021; Demirel ve Seçkin, 2008).

Genel olarak değerlendirildiğinde ilgili literatürde bilgi paylaşımı konusu farklı yönleriyle araştırılmış ve araştırılmaya da devam etmektedir. Bu çalışmada bu yönde bir nitelik göstermektedir. Ayrıca daha önceki çalışmalardan farklı olarak bu araştırmada bilgi paylaşımının öncülü olarak örgütsel güven ve ardılı olarak örgütsel yenilikçilik konuları birlikte değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı örgütsel güvenin bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini araştırmaktır. Çalışmanın diğer bir amacı da bilgi paylaşımının örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini belirlemektir. İlgili literatürden yola çıkarak elde edilen veriler ile hipotezler geliştirilmiş, model oluşturulmuş ve bunun sonuçlara ilişkin bulgular teori ve uygulama perspektiflerinden ele alınmıştır.

Çalışmada öncelikle kavramsal çerçevede bilgi paylaşımı, örgütsel güven ve örgütsel yenilikçilik konuları ele alınmıştır. Sonrasında çalışmanın hipotezleri ortaya konmuş ve araştırma yöntemiyle devam etmiştir. Çalışmada son olarak analiz sonuçlarına yer verilmiş ve sonuç ve tartışma bölümüyle son bulmuştur.

Literatür Taraması

Bilgi paylaşımı

Değer yaratmanın en etkili faktörlerinden biri olan bilgi, paylaşıldıkça önemi daha fazla olmaktadır. Bu özelliği, geçmişte “Bilgi güçtür.” paradigmasının da sonunu getirmiş ve “Bilgi paylaşımı güçtür.” algısına geçerlilik kazandırmıştır (Gurteen, 1999, s. 3). Bilgiyi gerek iş dünyasında gerek sosyal hayatta avantaj ve fırsatlar sağlayan en önemli güç olarak görmek mümkündür. Literatürü incelediğimizde bilgi paylaşımı kavramı farklı şekillerde tanımlanmıştır. Seonghee’ye (2008) göre bilgi paylaşımı, bilgiye ihtiyaç duyulduğunu sezme, sistematik ve teknik bir altyapının oluşmasını sağlayarak ihtiyaç duyulan bilgiye erişilmesini sağlamaktır şeklinde tanımlanmaktadır. Connelly ve Kelloway (2001) ise bilgi paylaşımını, bilgiyi elinde bulunduran kişinin başka bir kişiye aktarmasından oluşan bir takım çalışması olarak tanımlamaktadır.

Günümüzde, işletmelerin en kıymetli varlığından biri olan bilginin değeri ancak transfer edilmesi, yayılması, çalışanların içselleştirmesi ve paylaşması ile ortaya çıkmaktadır (Jang, Hong, Bock ve Kim, 2002, s. 481). Bilgi birçok alanda en önemli kaynağı oluştururken işletmeler için aynı zamanda önemli bir stratejik kaynak olarak etkisini sürdürmektedir. Çünkü bilgiye sahip olan örgütün gelişimini devamlı kılmasını sağlamak ve fırsat yaratabilmesi için diğer kaynaklar gibi bilginin sistematik olarak yönetilmesiyle doğru bir şekilde paylaşılması gerekmektedir. Doğru ve güvenilirliği tespit edilen her bilginin paylaşılmasını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar; örgüt kültürü, örgütsel iletişim, yöneticiler, üst yönetim, insan kaynakları yönetimi, motivasyon, bilgi teknolojileri ve bilgi sistemleri olarak sıralanabilmektedir (Bakan, Büyükbeşe ve Erşahan, 2011, s. 266). Bu faktörler gerek işletme içerisinde gerekse insanlar arası etkileşimde bilginin paylaşılmasına etki edebilmektedir.

Bilgiye sahip olan işletmeler kendini sürekli geliştirdiği için bilginin önemli bir kaynak olduğu sonucuna ulaşabilmektedir. Bu durumda hızla değişen ve gelişen kurumlar ile işletmeler çalışanların giderek artan istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için bilginin önemini arttırmıştır. Böylece bilginin paylaşımının sağlanması ile bir sistem haline getirip süreklilik sağlanmaktadır.

Literatür inceleme sonucunda bilgi paylaşımı ile ilgili çeşitli sınıflandırmaların yapıldığı görülmüştür. Bunlardan biride açık ve kapalı bilgi paylaşımıdır. Açık bilgi paylaşımı var olan her türlü bilginin depolanabilmesi, saklanabilmesi, belgelenmesi ve kodlanarak paylaşılmasını şeklinde tanımlanabilmektedir (Nonaka, Krogh ve Ichijo, 2002). İşletme içerisinde bilgi paylaşımının sağlanması ile çalışan bireylerin kendilerini işletmenin bir parçası olarak görmesi, işletmeye bağlı olma ve işletmede alınacak kararlarda etkili olmasını sağlayabilmektedir. Bundan dolayı, açık bilgi paylaşımı için bilgi yönetimi kullanımının artması, çalışanların paylaşma yeteneklerinin olduğuna dair duygu veya kendilerine olan güvenin artmasına katkı sağlayabilmektedir. Açık bilgi paylaşımı durumu çalışanların iş birliğini geliştirdikleri durumlarda daha çok ortaya çıkmaktadır. Açık bilgi paylaşımı kapalı bilgi paylaşımına göre daha ucuz olan bir kaynağın kapalı bilgi paylaşımını etkileyebilmektedir (Reychav ve Weisberg, 2009, s. 289). Nitekim kapalı bilgi paylaşımı daha çok bireysel olmanın yanı sıra sosyal etkileşim aracılığı ile paylaşılmaktadır (Aydıntan, Göksel ve Bingöl, 2010, s. 17). Kapalı bilgi paylaşımının sağlanması için gönderici ile alıcı arasında duygusal bir bağın sağlanması gerekir (Roberts, 2000, s. 434). Bilginin tek başına bir yarar sağlamayacağı ancak bilginin paylaşıldığı takdirde stratejik ve önemli bir kaynak haline geleceği bilinmektedir. Kapalı bilgi paylaşımının gerçekleştirilmesi için bireyin elinde bulundurduğu bilgisini karşı tarafa verme istekliliğidir (Wang ve Wang, 2012, s. 8900). Açık bilgi paylaşımı sözel olarak kodlanıp paylaşılırken, kapalı bilgi paylaşımı ise sosyal ilişkilerinin yanı

sıra davranışların içinde gizlidir. Bilgi değişiminin başarılı bir şekilde sağlanması için ilişkilerde güven gereklidir (Becerra, Lunnan ve Huemer, 2008, s. 693).

Bir örgütün başarısını arttırmak ve oluşacak olan avantajlardan yararlanabilmek için bilgi paylaşımının sürekli artırılması sağlanmalıdır. Bilgi paylaşımının sağlanmasında etkili olan faktörler iletişim, ödüllendirme, teknoloji ve motivasyondur. Bilginin paylaşılmasında en önemli etken çalışanların işletmenin en değerli varlığı olduğu sağlanmalıdır. Bu durum işletme içerisinde alınacak kararlarda çalışanların duygu ve düşüncelerinden faydalanılarak bilgi paylaşımı sağlanmalıdır. Bu bilgi paylaşımının sağlanması iletişim ağının oluşturulması ile mümkün olabilmektedir. Bu nedenle işletme içerisinde sağlanan iletişim ağı ne kadar kuvvetli olursa bölümler ve departmanlar arasında iletişim ağı o derece kuvvetli olacaktır. Bir diğer paylaşımı artırma yolu ise ödüllendirme sisteminin uygulanmasıdır. Ödüllendirme ile çalışana değerini hissettirilip bu durumda çalışandan daha fazla performans sağlanması mümkün olabilmektedir. Gupta ve Govindarajan'a (2000) göre ise örgüt içerisinde yer alan kişilerin bir ekip oluşturması veya grup içerisinde yer almaları ve bu sistem içerisinde ödüllendirme planlarının geliştirilmesi personel örgüt arası veya birimler arası bilgi paylaşımını arttırdığı söylenebilir. Bu durumda kazanç ve kar paylaşım gayeleri, grup veya birimler arasındaki bilgi paylaşımını artarken, çalışanlar arasında ise, bireyin içselleştirdiği karmaşık bilgileri diğerleri ile paylaşmasına neden olabilmektedir (Bartol ve Srivastava, 2002, s. 70). Bilgi paylaşımının arttırmanın diğer bir yolu ise teknolojidir. Teknolojinin gelişmesi ve değişen gelişmeler karşısında sürekli rekabet halinde bulunması bu durumda alt yapının oluşmasını zorunlu kılmaktadır. Bu durumda bilgi paylaşıldıkça değer kazanan bir yapı haline gelmiştir. Bilginin üretildiği, paylaşıldığı, kullanıldığı sektörlerde teknolojik alt yapılar oluşturularak bilginin olduğu yerde iletişimi ve paylaşımını arttırdığı söylenebilir (Işık, 2018, ss. 649-650). Dolayısıyla işletme içerisinde sağlanan motivasyon ile bilgi paylaşımının artırılması sağlanmaktadır. Sonuç olarak bilginin paylaşılması, kullanımı, transferi sağlanarak işletme içerisinde başarı şansını arttırılabilmektedir.

Literatür inceleme sonucunda bilgi paylaşımını etkileyen faktörler olarak motivasyon, örgütsel adalet, kültür, örgütsel iletişim, örgütsel güven, yenilikçi davranış, yeni bilgiyi öğrenme, uygulama becerisi, kaynak güvenilirliği, yönetici ve lider, örgüt yapısı, bireysel faktörler, örgütsel faktörler, teknolojik faktörler ve yapısal engeller, bilginin doğası şeklinde sınıflandırıldığı görülmüştür (Demirel ve Seçkin, 2011; Ipe, 2003; Öneren, Çiftçi ve Harman, 2016; Kwok ve Gao 2005; Lu, 2006). Literatür de yapılan çalışmalara bakıldığında; farklı kombinasyonda değişkenlerin örneğin tek değişken (Işık, 2018; Demirel ve Seçkin, 2011; Lin, 2007), iki değişken (Wang ve Wang, 2012), üç değişken (Öneren vd., 2016;), yedi değişken (Erden 2016) şeklinde bilgi paylaşımı üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

Bu çalışmada ise bilgi paylaşımı açısından önemli değişkenlerden biri olduğu düşünülen örgütsel güven konusu ele alınmış ve örgütsel güvenin bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçiliğe, bilgi paylaşımının da örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini incelenmiştir. Bu bağlamda ilerleyen bölümlerde örgütsel güven ve örgütsel yenilikçilik konuları ele alınmaktadır.

Örgütsel Güven

Örgütlerde işlerin yapılması ve örgütsel sürekliliğin devamı için güven şarttır. Güvenin sağlanmasında birtakım etmenler etkili olmaktadır. Bu etmenler; çevresel ve ekonomik değişimlerin süreklilik göstermesi, esnekliğe ve işbirliğine gereksinim duyulması, grup çalışmasına duyulan inancın gelişmesi, çalışanlara yönelik kariyer yöntemlerinin değişmesi gibi birtakım etmenlerden bahsedilebilir (Shamir ve Lapidot, 2003). İşletme yaşamının süreklilik sağlaması, rekabet ortamında ilerlemesi ve gelişmesi ne kadar önemli ise bu sonuçların

oluşabilmesi için örgütsel güvenin sağlanması da bir o kadar önemlidir. Örgüt içerisinde bulunan kişilerin bir işbirliği içerisinde olması oluşan ve bu iş birliği sonucunda olumlu veya olumsuz durumun yaşanması sonucunda güvenin sağlanması mümkün olabilmektedir. Lewicki, McAllister ve Bies (1998, s. 439) ise örgütsel güveni, “riskin söz konusu olduğu durumlarda dahi, kişinin örgütün kendisinin yararını göz arda etmeyecek politikalar uygulayacağı konusunda olumlu beklentilere sahip olması” şeklinde tanımlamaktadır.

Güvenin sağlanması, bulunduğu yönetim alanında daha kolay bir hale getirmektedir. Çalışanlar tarafından güven duyulan bir çalışma ortamında çalışanların zorluklar ve sorunlarla karşı karşıya kalma olasılığı daha düşük olabilmektedir. Örgüt için bu kadar önem arz eden durumun güven olması birçok fırsat ve avantaj sağlayabilmektedir. Güvenin yararlarından bazıları ise; iletişimi artırır, örgütsel bağlılığı artırır, performansı artırır, paylaşmayı artırır, stresi azaltır ve takım çalışması gibi birçok avantaj sağlayabilmektedir. Bu durumun sonucunda güvenin sağlanması ile etkin bir şekilde verimlilik alınabilmektedir. Güvenin az olduğu ortamda ise, yüksek ölçüde stres olmakta (Asunakutlu, 2006, s. 20), çalışanlar huzursuz olmakta (Çelik, 2012, s. 104), çalışanlar başarısızlığa sürüklenmekte (Fukuyama, 1998, s. 66), işgörenler işbirliği yapabilmeleri için kamuya ait kurallara ve düzene ihtiyaç duymaktadırlar (Karagül ve Akçay, 2002, s. 46). Örgütsel güven ne kadar yüksekse, işten ayrılma niyeti de o kadar az olacak ve takım çalışması mümkün olmakta (Büyükdere ve Solmuş, 2006), gelişmeye açıklık ve etkili iletişim ortamı sağlanmakta (Bryk ve Schneider, 2002, s. 56; Tschannen Moran, 2001, s. 311) çevreye karşı duyarlılık artmaktadır (Karagül ve Masca, 2005, s. 42).

Örgütsel güven ile ilgili yapılan literatür çalışmaları incelendiğinde örgütsel güvenin farklı şekillerde boyutlandırıldığı görülmüştür. Bunlardan biride katılım, performans ve personel güçlendirme şeklindedir. Katılımın örgüt içerisinde alınacak kararlarda çalışanların duygu ve düşüncelerinin alınması sağlanmalıdır. Bunun sonucunda iş görenlerin örgütün kararlarına katılım sağladığı düşüncesi ile çalışanların daha fazla verim alınmasını sağlayabilecektir. Nachmias’e (1985) göre bireylerin etkililik duygusunun sağlanması kişinin katılımcılığına bağlıdır. Katılımcılığın sağlanması ile kişinin organizasyona olan güvenini artırır olarak tanımlamıştır. Denhardt’e (1993) göre ise etkili başarılı yöneticiler kaliteyi iyileştirmek için astların katılımını teşvik etmeleri ve bunun sonucunda üretkenliğin sağlanması gerektiğini belirtmektedir. Katılım şeklinde yönetim tarzı uygulayan örgütler tüm kontrol ve yetkileri sadece yöneticide değil de çalışanlarına da sorumluluk vermesi ile uyumsuzluk ve sorunları en aza indirerek biz duygusunu geliştirebilecektir. Güvenin bir sonraki içeriği ise performans olmaktadır. Güven unsurunun çalışan performansında en etken unsur olduğu bilinmektedir. Bu durumda Örgütsel güvenin çalışan performansında en etken unsur olduğu kolayca görülebilmektedir. Zira çalışan bağlı bulunduğu örgütün bir üyesi olduğunu bilmek ve çalışanına güvenildiğini bilmeye ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla çalışma hayatında güven unsuru, çalışanı işine bağlar ve güven temeline göre oluşmuş performansları olumlu yönde etkiler (Asunakutlu, 2006, s. 20). Aksi durumda güven duygusunun karşılanmaması işgücü performansını olumsuz yönde etkilemektedir (Ören, 2007, s. 82). Bu nedenle performans değerlendirmelerinde güven unsurunun önemli olduğu belirtilebilir. Örgütsel güvenin diğer bir boyutu da personel güçlendirmedir. Personel güçlendirme ile örgüt içerisinde karar verme sürecinin merkezden uzaklaştırılmasıdır, bu duruma yöneticiler personele daha fazla otonomi ve takdir hakkı tanımaktadır (Brymer, 1991, s. 59). Bazı çalışanların örgüt içerisinde belirli noktalara odaklanıp çevresi ile hiçbir iletişime girmeyen bunun sonucunda da işbirliği sağlanamamaktadır. Bu durumun oluşmasına engel olmak için personel güçlendirmenin sağlanması gerekebilmektedir.

Örgütsel yenilikçilik

Örgütsel yenilikçilik kavramını açıklamadan önce yenilikçilik kavramı hakkında bilgi verilmesi gerekli görülmektedir. Yenilikçilik; bilimsel araştırma ve teknolojik gelişme ile ilgili yaşanan ve sonucunda fayda sağlanması beklenen bir süreçtir. Literatür inceleme sonucunda da yenilikçilik ile ilgili farklı şekillerde tanımlar bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazıları ise; Drucker'a (1985, s. 67) göre yenilikçilik, "girişimcinin yeni kaynaklar yaratarak refah yaratması veya mevcut kaynakların kullanım potansiyelini artırarak refah yaratmasıdır" olarak tanımlanmaktadır. Benzer şekilde Coopey, Keegan ve Embley'a (1998, ss. 263-284) göre "yeni bir şey" in başlangıcı olarak değerlendirilebilecek bir değişim süreci olarak görmüşlerdir. Bu "yeni bir şey"; ürün, hizmet, teknoloji, yatırım uygulamaları veya organizasyondaki idari süreçlerden herhangi bir tanesi olabilir. Ancak her ne olursa olsun organizasyona yararlı bir değişim getireceği iddia edilmiştir.

Günümüzde değişen müşteri istek ve ihtiyaçların oluşması örgüt içinde yenilik yapılmasını zorunlu kılmıştır. Bu durumda Örgütsel yenilikçilik, örgüt içinde gerekli olan yeni ürün, hizmet veya fikirlerin ortaya çıkarılmasını sağlayarak (Woodman, Richard, Sawyer, John ve Griffin, 1993, s. 293), örgütün ürün, hizmet ve üretim metotlarını değiştirme ve yenileme faaliyetlerinin tümünü kapsayabilmektedir (Alan ve Yeloğlu, 2013, s. 21). Dolayısıyla işletmeler değişen gelişmeler ile birlikte birçok avantaj sağlayabilmektedir. Örgütsel yenilikçilik faaliyeti nerede olursa olsun sonucunda beklenen fayda sağlanması istenir. Bu durumda işletme içerisinde de oluşması beklenen yenilikçiliğin performans ve etkinliğinde beklenen faydanın sağlanması gerekmektedir. Örgüt içerisinde yenilikçiliğin sağlanması işletme için etken ve örgüt içi faaliyetlerin en temel yapısını oluşturmaktadır (Coulter, 2003, s. 45). Buna bağlı olarak yenilikçilik bir işletmede yeni bir tasarım veya yapı olarak düşünülebilmektedir. Örgüt içinde veya dışında gerçekleşen yenilik faaliyetleri, örgütlerin karlarını artırmak ve sonuç olarak örgütün sürekliliğinde etki edebilecektir. Bu durumda yeni ürün ya da hizmete dönüştürmekse örgütün rekabet üstünlüğü yarışında önde olmasını sağlayacaktır. Buna bağlı olarak örgütsel yenilikçilik ile çalışan becerisi artacak ve iş performanslarının gelişmesi sağlanacaktır (Jafri, 2010, s. 63). Diğer yandan yenilik, ekonomik kazancın artırılması ve yaşam standartlarının artırılmasıdır. Dolayısıyla gereksinimin karşılanmaması durumunda ise yenilikçiliğe odaklanamayan işletmeler ise ya küçülme yoluna gitmekte ya da iflas edebilmektedir. Örgütsel yenilikçilik türleri incelendiğinde ise bunların ürün, hizmet, süreç, davranışsal ve stratejik yenilikçilik olarak beşe ayrılmaktadır (Wang ve Ahmed 2004, s. 304).

Ürün Yenilikçiliği: Ürün ya da hizmette yeni veya farklı özellik katılarak ortaya çıkarılan bir tasarımdır. Johannessen (2001, s. 20-21) bu tanıma ek olarak yeni ürünlerin ifadesi olarak kullanılırken bu ürünün mal veya hizmet olacağını da belirtmektedir. İşletme açısından düşünüldüğünde müşteri istek ve ihtiyaçlarına göre üretilen mal veya hizmetin yeni bir boyut kazanmış olarak algılanmasıdır. Kısa bir cümlede; ürün ya da hizmetlerde yapılan düzenlemelerin örgütteki değişikliğe yansıtılması olarak tanımlanmaktadır (Öğüt, 2007, s. 295; Tidd, Bessant ve Pavitt, 2005, s. 10).

Süreç Yenilikçiliği: Süreç yeniliği farklı ve yeni bir üretim veya dağıtım yönteminin geliştirilmesi veya mevcut yöntemlerin iyileştirilip daha gelişmiş bir duruma getirilmesidir (Başar ve Durmaz, 2018). Süreç yenilikçiliği işletmeler arasında rekabet sağlayan faktörler arasında yer almaktadır. Eğer işletme belirlenen süreçler içerisinde dağıtımını gerçekleştirilebiliyorsa bu rekabet gücünü karşılayacaktır. Süreç yenilikçiliğinin gerçekleştirmek isteyen işletmeler karı arttırmak için, maliyetler azaltmak için, müşteri

memnuniyeti daha fazla olmasını sağlamak ve yeni ürünler ortaya çıkarmak için süreç yenilikçiliğini sağlamak isteyebilmektedirler.

Pazar Yenilikçiliği: Pazarlama yenilikçiliği var olan pazarda yapılan değişikliktir. Pazarlamada alanında oluşan yenilikte önemli olan oluşan yeniliğin firma tarafından daha önce ortaya çıkarılmamış veya uygulanmamış olması firmanın stratejik kararlarının bir sonucu olmasıdır (Montuori, 2000). Pazar yeniliğinin amacı, yeni ve potansiyel pazarları en iyi şekilde tanıyarak, hedeflenen pazarlar için hizmet verebilecek yeni yöntemler oluşturmaktır (John, 1999). Pazar yenilikçiliğinin sağlanması ile müşteri istek ve ihtiyaçlarına göre yeniden şekillenmesidir.

Davranışsal Yenilikçilik: Örgütlerin rekabet yeteneğine sahip olması çalışanların yenilikçi davranışa sahip olmaları ile mümkün olmaktadır. Çalışanların yenilikçi davranış gösterebilmeleri; Örgüt yapısı, İşleyiş kültürü, Çalışanların algıları Adil dağıtım Tutum ve davranışları ile örgüt içinde yer almaları ile mümkündür (Akkoç, 2012, s. 45).

Stratejik Yenilikçilik: Yenilik stratejisi, başarı nedenleri arasında yer almasından dolayı yenilik yönetimi içinde tanımlanmaktadır. Yenilik sürecinde yapılan planlama, uygulama, sonuç kritiğine gidilerek otokontrol ve karar sürecindeki faaliyetler bütündür (Bülbül, 2012, s. 160). İşletme gelişiminde nasıl bir sistemin uygulanacağı ve bu planlamaların nasıl ve hangi teknolojiden yararlanılacak veya rekabet oluşturacak fikirleri, kaynak yeterliliğini ve bunlara ilişkin etkilerin kullanılabilirliği olarak belirtilmektedir.

Bilgi Paylaşımı, Örgütsel Güven ve Örgütsel Yenilikçilik İlişkisi ve İlgili Hipotezler

Bu çalışmanın amacı örgütsel güvenin bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini araştırmaktır. Çalışmanın diğer bir amacı da bilgi paylaşımının örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini belirlemektir.

Çalışmada ilk olarak örgütsel güvenin bilgi paylaşımı üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Literatüre bakıldığında örgütsel güven ile bilgi paylaşımı arasında ilişki olduğu çeşitli araştırmalarda belirlenmiştir. Bu çalışmalar ise şunlardır; (Staples ve Webster, 2008; Renzl, 2008; Atahan, 2012; Yıldız, 2015; Sharratt ve Usoro, 2003; Chang ve Chuang, 2011; Butler, 1999; Connelly ve Kelloway, 2003; Akgun, Byrne, Keskin, Lynn ve Imamoglu, 2005; Arthur ve Kim, 2005; Chowdhury, 2005).

Çalışma da ele alınan konulardan biri de, bilgi paylaşımının örgütsel yenilikçiliği etkileyeceği üzerinedir. Bu çalışmada bilgi paylaşımının örgütün başarısını arttırdığı ve örgütsel yenilikçilikte de rol oynadığı varsayılmaktadır. Bilgi paylaşımının sağlanması örgüt için başarı elde edebilmesi açısından önemli olmasının yanı sıra bilgi paylaşımının sağlanamaması durumunda ise örgütsel yenilikçiliğe katkıda bulunamayacağı düşünülmektedir. Bu bilgiler ışığında örgütsel güvenin bilgi paylaşımına ve örgütsel yenilikçiliğe, bilgi paylaşımının da örgütsel yenilikçilik üzerine etkisine yönelik hipotezler oluşturulmuştur.

Çalışma da ele alınan başka bir konu ise, örgütsel güvenin örgütsel yenilikçiliği etkileyeceği üzerinedir. Örgüt içinde güven ortamının sağlanması yenilikçiliğin oluşmasına zemin hazırlamakta olup güven ve şeffaflığın ise yenilikçi bir örgütün temel özelliklerinden olduğu düşünülmektedir (Jassawalla ve Sashittal, 2003). Dolayısıyla örgüt içinde güven düzeyi yüksek olması, daha düşük güven düzeyindeki örgütlere kıyasla daha başarılı ve yenilikçi olduğu görülmüştür (Huff ve Kelly, 2003). Buradan hareketle örgütsel güvenin örgütsel yenilikçiliği etkileyeceği düşünülerek hipotezler oluşturulmuştur. Bu hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H₁: Örgütsel güven boyutları bilgi paylaşımını pozitif yönde etkiler.

H_{1a}: Katılım bilgi paylaşımını pozitif yönde etkiler.

H_{1b}: Performans bilgi paylaşımını pozitif yönde etkiler.

H_{1c}: Personel güçlendirme bilgi paylaşımını pozitif yönde etkiler.

H₂: Bilgi paylaşımı örgütsel yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H_{2a}: Bilgi paylaşımı ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{2b}: Bilgi paylaşımı pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{2c}: Bilgi paylaşımı süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{2d}: Bilgi paylaşımı davranışsal yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H_{2e}: Bilgi paylaşımı stratejik yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H₃: Örgütsel güven boyutları örgütsel yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H_{3a}: Katılım ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3b}: Performans ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3c}: Personel güçlendirme ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3d}: Katılım süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3e}: Performans süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3f}: Personel güçlendirme süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3g}: Katılım pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3h}: Performans pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3i}: Personel güçlendirme pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler.

H_{3j}: Katılım davranışsal yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H_{3k}: Performans davranışsal yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H_{3l}: Personel güçlendirme davranışsal yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H_{3m}: Katılım stratejik yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

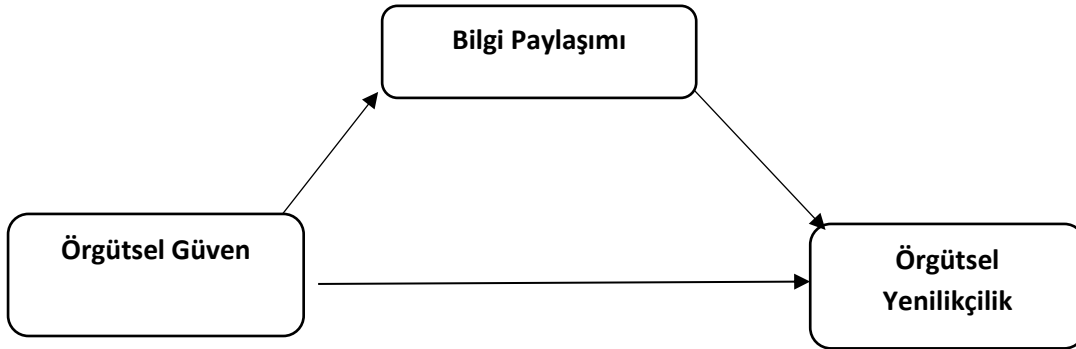
H_{3n}: Performans stratejik yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

H_{3o}: Personel güçlendirme stratejik yenilikçiliği pozitif yönde etkiler.

Yöntem

Bu çalışmanın amacı; örgütsel güvenin bilgi paylaşımına ve örgütsel yenilikçiliğe, bilgi paylaşımının da örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini inceleyerek bulguları yorumlamaktır. Bu amaçlar doğrultusunda oluşturulan model Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Araştırmada veriler anket formu yardımıyla toplanmıştır. 4 bölüm olarak hazırlanan anketin birinci bölümünde çalışanların demografik özelliklerine belirlemek amacıyla 7 soru belirlenmiştir. Diğer bölümlerde belirtilen ifadeler için 5’li Likert ölçeğinden (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) yararlanılmıştır. Anketler bankadaki çalışanlarla yüz yüze yapılmıştır. Ankete katılan kişilerden soruları gönüllülük esasına göre cevaplandırmaları gerektiği ifade edilmiştir.

Araştırmada aşağıdaki ölçekler kullanılmıştır:

Bilgi paylaşımı ölçeği: Delen, Zaim, Kuzey ve Zaim’in (2013) bilgi yönetimi uygulamaları ile ilgili yaptığı çalışmasından alınmıştır. Ayıca Uçar’ın (2017) doktora tez çalışmasında kullandığı ölçekten faydalanılmıştır. Ölçek yedi madde olarak tek boyutlu olarak kullanılmıştır.

Örgütsel yenilikçilik ölçeği: Wang ve Ahmed’in (2004) çalışmasından yararlanılmıştır. Ölçek ürün yenilikçiliği (4 ifade), süreç yenilikçiliği (4 ifade), Pazar yenilikçiliği (4 ifade), davranışsal yenilikçilik (4 ifade) ve stratejik yenilikçilik (4 ifade) şeklinde beş boyut ve 20 ifadeden oluşmaktadır.

Örgütsel güven ölçeği: Nyhan’ın (2000) yapmış olduğu katılım (4 ifade), performans (3 ifade) ve personel güçlendirme (4 ifade) şeklinde toplam 11 ifade ve üç boyutta ele alınmıştır.

Araştırmanın evrenini Kahramanmaraş’taki özel bankalarda çalışan 300 kişi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise özel bankalardaki 173 çalışan oluşturmaktadır.

Çalışmanın örneklem büyüklüğünün tespit edilmesi için aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$\text{Örneklem Büyüklüğü}(n) = \frac{N \times (t)^2 \times P \times Q}{(d)^2 \times (N - 1) + (t)^2 \times P \times Q}$$

Formüldeki “N evren genişliğini, t güven derecesine karşılık gelen tablo değerini, d tolere edilmek istenen aralık durumunu” tanımlamaktadır; “P belli bir değere sahip olma, Q ise olmama oranını yansıtmaktadır” (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2013). Evren için P tahmini olmadığından P=Q= 0,5 alınmış ve P×Q= 0,25 olmaktadır. Bu şekilde en büyük örneklem büyüklüğüne ulaşılabilecektir. t değeri, z tablosundan 1,96 olarak bulunmuştur. Sapma miktarı olan d ise 0,05 alınmıştır. Araştırma evrenini 300 kişi oluşturmaktadır.

$$\text{Örneklem Büyüklüğü}(n) = \frac{300 \times (1,96)^2 \times 0,25}{(0,05)^2 \times (300 - 1) + ((1,96)^2 \times 0,25)} = 168$$

Elde edilen sonuca göre 168 kişinin örneklemini oluşturduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında ulaşılan çalışan sayısı ise 173'dür. Bu bakımdan araştırma örnekleminin yeterli sayıda bireyden oluştuğu kabul edilmiştir.

Çalışmada toplanan verilerin analiz edilmesi için SPSS 23.0 istatistik programından faydalanılmıştır. Analiz için öncelikle demografik bulgulara yer verilirken daha sonra faktör, güvenilirlik, korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır.

Bulgular

Demografik Bulgular

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları, 90'nı (% 52) kadınlardan oluşurken, erkeklerin sayısının ise 83 (% 48) olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre çalışmaya katılanların daha çok kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımları, 108'inin (% 62,4) evli olduğu, bekâr çalışanların sayısı ise 64'tür (%37). Elde edilen sonuca göre çalışanların daha çok evli olduğu saptanmıştır. Katılımcıların yaş aralığına göre dağılımları, 31-35 yaş içinde yer alan katılımcılar 70 (% 40,5) kişi ile araştırma örnekleminin en büyük yaş aralığı içerisinde yer alırken, 17'si (% 9,8) 25 ve altı, 29'u (% 16,8) 26-30, 43'ü (% 24,9) 36-40, 11'i (% 6,4) 41-45 ve yine 3'ü (% 1,7) 46 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımları, en fazla 111 katılımcıyla (% 64,2) lisans mezunlarının yer alırken en az diğer eğitim grubunda olan sayısı ise 1 olup (% 0,6) meydana getirmektedir. Katılımcıların pozisyonlara göre dağılımları, katılımcıların 132 kişinin (% 76,3) personel olduğu görülmektedir. Diğer taraftan katılımcıların 10'u (% 5,8) bölüm yöneticisi, 12'i (% 6,9) müdür yardımcısı, yine 5'i (% 2,9) müdür, 14'ü (% 8,9) diğer grubunda yer almaktadır. Katılımcıların çalışma sürelerine göre dağılımları, katılımcıların en çok 6-10 yıl çalışma süresi içerisinde en fazla 66 kişi (% 38,2), en az ise 16 yıl ve üzeri çalışma süresi içerisinde yer alan 13 (% 7,5) kişi oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların aylık gelirlerine göre dağılımları, katılımcıların en fazla gelir grubunu 66 kişi (% 38,2) 4001 ve 5000 TL geliri olanlar oluştururken 5001 ve üzeri gelire sahip olanlar oluşturmaktadır.

Faktör Analizi ve Ölçek Güvenirlilik Sonuçları

Faktör analizi, birden fazla değişkeni bir araya getirerek daha az sayıda yeni değişkenler keşfetmek için yararlanılan istatistiksel bir yöntem olarak ifade edilmektedir (Çetin, 2007). Bu açıdan çalışmamızda faktör analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan bilgi paylaşımı madde analiz sonuçları

Faktör Adı	İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Toplam Varyans	KMO	Barlett
	B1	0,793			
	B2	0,811			
F.1	B3	0,772			
Bilgi Paylaşımı	B4	0,695	47,564	0,795	227,323**
	B5	0,781			
	B6	0,756			
	B7	0,875			

**p<0,01 için anlamlıdır.

Araştırmada kullanılan bilgi paylaşımı ölçeği için faktör analizi yapılmıştır. Yapılan sonuçlar Tablo 1 'de gösterilmiştir. Sonuçlara bakıldığında bilgi paylaşımı ifadelerinin tüm faktör yükleri 0,50'nin üstünde değeri olduğu ve Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,795 olarak bulunmuştur. Bu analiz sonucuna göre bilgi paylaşımı ölçeğinin analiz için geçerli olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2: Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan örgütsel güven boyutları madde analiz sonuçları

Faktör Adı	İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Toplam Varyans	KMO	Barlett
F.1 Katılım	K1	0,739	22,953	0,735	239,387**
	K2	0,846			
	K3	0,777			
	K4	0,792			
F.2 Performans	P1	0,695	22,007	0,735	239,387**
	P2	0,891			
	P3	0,786			
F.3 Personel güçlendirme	P.G1	0,634	4,329		
	P.G2	0,599			
	P.G3	0,641			
	P.G4	0,600			

**p<0,01 için anlamlıdır.

Öncelikle araştırmada kullanılan örgütsel güven ölçeği için faktör analizi yapılmıştır. Yapılan sonuçlar Tablo 2 'de gösterilmiştir. Sonuçlara bakıldığında örgütsel güven boyutlarının tüm faktör yükleri 0,50'nin üstünde değeri olduğu ve Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,735 olarak bulunmuştur. Bu analiz sonucuna göre katılım, performans ve personel güçlendirme ölçeklerinin analiz için geçerli olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan örgütsel yenilikçilik ölçeği boyutları

Faktör Adı	İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Toplam Varyans	KMO	Barlett
F.1 Ürün Yenilikçiliği	Ü1	0,664	29,242		
	Ü2	0,627			
	Ü3	0,700			
	Ü4	0,683			
F.3 Pazar Yenilikçiliği	P1	0,548	14,345		
	P2	0,655			
	P3	0,598			
	P4	0,702			
F.4 Süreç Yenilikçiliği	S1	0,709	10,111	0,757	303,517**
	S2	0,643			
	S3	0,654			
	S4	0,761			
F.5 Davranışsal Yenilikçilik	D1	0,967	6,337		
	D2	0,619			
	D3	0,965			
	D4	0,539			
F.6 Stratejik Yenilikçilik	S1	0,785	5,974		
	S2	0,784			
	S3	0,827			
	S4	0,814			

**p<0,01 için anlamlıdır.

Çalışmada örgütsel yenilikçilik ölçeği de faktör analizine tabi tutulmuş ve sonuçlar Tablo 3’de gösterilmiştir. Sonuçlara göre örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan ürün, süreç, pazar, davranışsal ve stratejik yenilikçiliğin tüm faktör yüklerinin 0,50’nin üstünde ve Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,757 olarak elde edilmiştir. Bu analiz sonucuna göre ürün yenilikçiliği, pazar yenilikçiliği, süreç yenilikçiliği, davranışsal yenilikçilik ve stratejik yenilikçilik ölçeğinin yapılan analiz sonucunda geçerli olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Ölçeklere İlişkin İfade Adetleri ve Cronbach’s Alpha Katsayıları

Değişkenler	İfade sayısı	Alpha Katsayısı
Bilgi Paylaşımı	7	0,852
Katılım	4	0,797
Performans	3	0,705
Personel Güçlendirme	4	0,793
Ürün Yenilikçiliği	4	0,834
Pazar Yenilikçiliği	4	0,800
Süreç Yenilikçiliği	4	0,733
Davranış Yenilikçiliği	4	0,736
Stratejik Yenilikçilik	4	0,816

Bilgi paylaşımı Cronbach’s alpha katsayısı (0,852), katılım ölçeği Cronbach’s alpha katsayısı (0,797), performans boyutu Cronbach’s alpha katsayısı (0,705), personel güçlendirme boyutu Cronbach’s alpha katsayısı (0,793), ürün yenilikçiliği boyutu Cronbach’s alpha katsayısı (0,834), pazar yenilikçiliği boyutu Cronbach’s alpha katsayısı (0,800), stratejik yenilikçilik boyutu Cronbach’s alpha katsayısı (0,816) olarak tespit edilmiş ve bu değerlerin güvenilir olduğu kabul edilmiştir. Süreç yenilikçiliği boyutuna uygulanan güvenilirlik analizi sonucu Cronbach’s alpha değerinin (0,733) olarak bulunmuş ve bu değer güvenilir olduğu kabul edilmiştir. Davranış yenilikçiliği boyutuna uygulanan güvenilirlik analizi sonucu Cronbach’s alpha değeri (0,736) olarak belirlenmiş ve bu değer güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, “iki değişken arasındaki doğrul ilişkinin derecesini ölçmek için yararlanılan bir istatistik yöntemidir” (Sungur, 2010, s. 115). Araştırmanın değişkenler arasındaki ilişkiler korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlara ile ilgili bilgiler Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Korelasyon Analizi Tablosu

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Bilgi paylaşımı	26,10	4,66	1							
2. Katılım	15,58	2,72	0,63**	1						
3. Performans	11,76	2,04	0,58**	0,67**	1					
4. Personel Güçlendirme	15,59	2,79	0,50**	0,66**	0,70**	1				
5. Ürün yenilikçiliği	15,48	2,88	0,54**	0,64**	0,56**	0,57**	1			
6. Pazar yenilikçiliği	15,70	2,59	0,58**	0,59**	0,53**	0,50**	0,71**	1		
7. Süreç yenilikçiliği	16,32	4,81	0,25**	0,30*	0,28**	0,24**	0,33**	0,43**	1	
8. Davranışsal yenilikçilik	16,65	6,41	0,20*	0,24**	0,18*	0,16*	0,31**	0,24**	0,17*	1
9. Stratejik yenilikçilik	15,58	2,74	0,41**	0,52**	0,47**	0,48**	0,63**	0,60**	0,52**	0,33**

** p<0,01 ve * p<0,05 düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Örgütsel güven boyutlarından olan katılım ($r=0,625$; $p<0,01$), performans ($r=0,572$; $p<0,01$) ve personel güçlendirme ($r=0,502$; $p<0,01$) ile bilgi paylaşımı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bilgi paylaşımı ile örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan ürün yenilikçiliği ($r=0,625$; $p<0,01$), pazar yenilikçiliği ($r=0,625$; $p<0,01$), süreç yenilikçiliği ($r=0,625$; $p<0,01$), davranışsal yenilikçilik ($r=0,625$; $p<0,01$) ve stratejik yenilik ($r=0,625$; $p<0,01$) arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Örgütsel güven boyutlarından olan katılımın, örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan ürün ($r=0,641$; $p<0,01$), pazar ($r=0,587$; $p<0,01$), süreç ($r=0,297$; $p<0,01$), davranışsal ($r=0,237$; $p<0,01$) ve stratejik yenilikçilik ($r=0,522$; $p<0,01$) arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Örgütsel güven boyutlarından olan performansın, örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan ürün ($r=0,641$; $p<0,01$), pazar ($r=0,587$; $p<0,01$), süreç ($r=0,297$; $p<0,01$), davranışsal ($r=0,237$; $p<0,01$) ve stratejik yenilikçilik ($r=0,522$; $p<0,01$) arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Örgütsel güven boyutlarından olan personel güçlendirmenin, örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan ürün ($r=0,568$; $p<0,01$), pazar ($r=0,503$; $p<0,01$), süreç ($r=0,332$; $p<0,01$), davranışsal ($r=0,306$; $p<0,01$) ve stratejik yenilikçilik ($r=0,629$; $p<0,01$) arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Regresyon Analizi

Regresyon analizi bağımlı değişken ile bağımsız değişken veya değişkenler arasındaki ilişkilerin matematiksel ifadesidir (Kalaycı, 2010, s. 199). Bu çalışmada da belirlenen hipotezleri test etmek için regresyon analizleri yapılmış ve elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Tablo 6. Katılım, Performans ve Personel Güçlendirmenin Bilgi Paylaşımı Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata	Beta				
Bağımlı Değişken: Bilgi Paylaşımı							
Sabit	6,71	1,75		3,825**			
Katılım	0,79	0,18	0,36	4,429**	43,57**	0,66	0,44
Performans	0,59	0,16	0,33	3,615**			
Personel Güçlendirme	0,06	0,15	0,04	0,440			

** $p<0,01$ ve * $p<0,05$ düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Örgütsel güven boyutlarından olan katılım H_{1a} ($\beta=0,357$; $p<0,05$) ve performansın H_{1b} ($\beta=0,334$; $p<0,05$) bilgi paylaşımını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak personel güçlendirmenin H_{1c} ($\beta=0,038$; $p>0,05$) bilgi paylaşımını etkilemediği saptanmıştır. Elde edilen bu sonuçlara göre H_{1a} ve H_{1b} hipotezleri kabul edilirken H_{1c} hipotezi ret edilmiştir.

Tablo 7. Bilgi Paylaşımının Ürün Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata	Beta				
Bağımlı Değişken: Ürün Yenilikçiliği							
Sabit	6,81	1,06		6,44**	0,537	0,29	0,28
Bilgi Paylaşımı	0,32	0,04	0,537	8,33**			

** $p<0,01$ ve * $p<0,05$ düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Bilgi paylaşımının H_{2a} ($\beta=0,537$; $p<0,05$) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği halde model anlamsız olduğundan H_{2a} hipotezi red edilmiştir.

Tablo 8. Bilgi Paylaşımının Pazar Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR^2
	B	Standart Hata	Beta				
Bağımlı Değişken: Pazar Yenilikçiliği							
Sabit	9,61	2,02		4,75**	11,35**	0,25	0,06
Bilgi Paylaşımı	0,26	0,08	0,25	3,37**			

** $p<0,01$ ve * $p<0,05$ düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Bilgi paylaşımının H_{2b} ($\beta=0,249$; $p<0,05$) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan pazar yeniliğini pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlara dayanarak H_{2b} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. Bilgi Paylaşımının Süreç Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR^2
	B	Standart Hata	Beta				
Bağımlı Değişken: Süreç Yenilikçiliği							
Sabit	9,61	2,02		4,75**	69,32**	0,54	0,29
Bilgi Paylaşımı	0,26	0,08	0,25	3,37**			

** $p<0,01$ ve * $p<0,05$ düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Bilgi paylaşımının H_{2c} ($\beta=0,249$; $p<0,05$) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan süreç yeniliğini pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlara dayanarak H_{2c} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. Bilgi Paylaşımının Davranışsal Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR^2
	B	Standart Hata	Beta				
Bağımlı Değişken: Davranışsal Yenilikçiliği							
Sabit	9,74	2,74		3,6**	6,591**	0,19	0,04
Bilgi Paylaşımı	0,27	0,10	0,19	2,57*			

** $p<0,01$ ve * $p<0,05$ düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Bilgi paylaşımının H_{2d} ($\beta=0,193$; $p<0,05$), örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan davranışsal yenilikçiliği pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlara dayanarak H_{2d} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11. Bilgi Paylaşımının Stratejik Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata	Beta				
Sabit	9,34	1,09		8,58**	33,782**	0,41	0,14
Bilgi Paylaşımı	0,24	,04	0,41	5,81**			

** p<0,01 ve * p<0,05 düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Bilgi paylaşımının H_{2e} (β=0,406; p<0,05), örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan stratejik yenilikçiliği pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlara dayanarak H_{2e} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12. Örgütsel Güven Boyutlarının Ürün Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata	Beta				
Sabit	3,07	1,063		2,89**	47,651**	0,68	0,46
Katılım	0,44	0,09	0,42	5,11**			
Performans	0,22	0,12	0,16	1,83			
Personel Güçlendirme	0,19	0,09	0,18	2,13*			

** p<0,01 ve * p<0,05 düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Örgütsel güven boyutlarından olan katılım H_{3a} (β=0,416; p<0,05) ve personel güçlendirmenin H_{3c} (β=0,182; p<0,05) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak performansın H_{3b} (β=0,157; p>0,05) ürün yenilikçiliğini etkilemediği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre H_{3a} ve H_{3c} hipotezleri kabul edilirken H_{3b} hipotezi ret edilmiştir.

Tablo 13. Örgütsel Güven Boyutlarının Süreç Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata	Beta				
Sabit	6,71	2,28		2,939**	6,274**	0,32	0,10
Katılı	0,34	0,19	0,20	1,86			
Performans	0,32	0,26	0,14	1,24			
Personel Güçlendirme	0,03	0,19	0,02	0,16			

** p<0,01 ve * p<0,05 düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Örgütsel güven boyutlarından olan katılımın H_{3d} (β=0,195; p>0,05), performans H_{3e} (β=0,137; p>0,05) ve personel güçlendirmenin H_{3f} (β=0,017; p>0,05) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan süreç yenilikçiliğini etkilemediği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre H_{3d}, H_{3e} ve H_{3f} hipotezleri ret edilmiştir.

Tablo 14. Örgütsel Güven Boyutlarının Pazar Yenilikçiliği Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata	Beta				
Sabit	5,50	1,02		5,40**	35,051**	0,62	0,38
Katılım	0,37	0,08	0,39	4,43**			
Performans	0,24	0,12	0,19	2,06*			
Personel Güçlendirme	0,11	0,09	0,11	1,27			

** p<0,01 ve * p<0,05 düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Örgütsel güven boyutlarından olan katılım H_{3g} (β=0,385; p<0,05) ve performansın H_{3h} (β=0,189; p<0,05) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak personel güçlendirmenin H_{3i} (β=0,115; >0,05) pazar yenilikçiliğini etkilemediği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre H_{3g} ve H_{3h} hipotezleri kabul edilirken H_{3i} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 15. Örgütsel Güven Boyutlarının Davranışsal Yenilikçilik Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata	Beta				
Sabit	7,50	3,12		2,41*	3,432**	0,2	0,06
Katılım	0,51	,25	0,21	1,99*		4	
Performans	0,16	,36	0,05	0,45			
Personel Güçlendirme	-0,04	,26	-0,02	-0,15			

** p<0,01 ve * p<0,05 düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Örgütsel güven boyutlarından olan katılımın H_{3i} (β=0,214; p<0,05) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan davranışsal yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak performansın H_{3j} (β=0,051; p>0,05) ve personel güçlendirmenin H_{3k} (β=-0,017; p>0,05) davranışsal yenilikçiliği etkilemediği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre H_{3i} hipotezi kabul edilirken H_{3j} ve H_{3k} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 16. Örgütsel Güven Boyutlarının Stratejik Yenilikçilik Üzerine Etkisi: Regresyon Analizi ve Sonuçları

Model	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	F	R ²	ΔR ²
	B	Standart Hata					
Bağımlı Değişken: Stratejik Yenilikçiliği			Beta				
Sabit	5,76	1,14		5,06**	25,851**	0,56	0,32
Katılım	0,31	0,09	0,31	3,40**			
Performans	0,19	0,13	0,14	1,45			
Personel Güçlendirme	0,18	0,09	0,18	1,85			

** p<0,01 ve * p<0,05 düzeyi için anlamlıdır (çift kuyruk).

Örgütsel güven boyutlarından olan katılımın H_{31} ($\beta=0,312$; $p<0,05$) örgütsel yenilikçilik boyutlarından olan stratejik yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak performansın H_{3m} ($\beta=0,140$; $p>0,05$) ve personel güçlendirmenin H_{3n} ($\beta=0,178$; $p>0,05$) stratejik yenilikçiliği etkilemediği belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre H_{31} hipotezi kabul edilirken H_{3m} ve H_{3n} hipotezi ret edilmiştir.

Tartışma/Sonuç

Değişen dünya ile birlikte sürekli gelişmelerin yaşanması bilginin olmasını zorunlu kılmaktadır. Bilginin gelişme göstermedeki en büyük etken olması paylaşılmasını da zor kılmaktadır. Bu bağlamda bilgiyi elinde bulunduran tarafın en büyük güce sahip olduğu bilinmektedir. Bu bilgi ışığında bilgi paylaşımı konusu önem kazanan bir konu haline geldiği düşünülmektedir. Bilgi paylaşımı konusu ile ilgili olarak yerli ve yabancı yayınlar incelendiğinde ve bilgi paylaşımının pek çok konu ile ilişkisi olduğu görülmüştür. Bu çalışmada örgütsel güvenin bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçilik üzerine etkisi araştırılırken, bilgi paylaşımının örgütsel yenilikçilik üzerine etkisi de belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan alan çalışması sonucu elde edilen veriler analiz edilmiş ve ulaşılan bulgular aşağıda ele alınıp değerlendirilmiştir.

Çalışmanın birinci hipotezi (H_1 : örgütsel güven boyutları (H_{1a} : Katılım bilgi paylaşımını pozitif yönde etkiler, H_{1b} : Performans bilgi paylaşımını pozitif yönde etkiler, H_{1c} : Personel güçlendirme bilgi paylaşımını pozitif yönde etkiler) şeklinde olup, analiz sonuçlarına göre katılım ve performans bilgi paylaşımını pozitif yönde etkilerken personel güçlendirmenin bilgi paylaşımını etkilemediği belirlenmiştir. Bu çerçevede H_{1a} ve H_{1b} hipotezleri kabul edilirken H_{1c} hipotezi ret edilmiştir. Literatür incelendiğinde örgütsel güvenin bilgi paylaşımını etkilediği çalışmalar görülmüştür (Tamjidyamcholo vd., 2013; Ellonen, Blomqvist ve Puumalainen, 2008; Szulanski, Cappetta ve Jensen, 2004; Chowdhury, 2005; Renzl, 2008). Ayrıca korelasyon analizi sonucunda örgütsel güven boyutları, bilgi paylaşımı ile örgütsel yenilikçilik arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu sonuç örgütsel güvenin bilgi paylaşımı açısından önemini belirtmektedir. Dolayısıyla örgütsel güvenin olması banka çalışanlarının bilgi paylaşımının sağlanmasında etkili olacaktır. Buradan hareketle bankaların örgüt içinde güvenin oluşmasına önem vermeleri gerektiği sonucu çıkarılabilir.

Çalışmanın ikinci hipotezi (H_2 : Bilgi paylaşımı örgütsel yenilikçiliği pozitif yönde etkiler, H_{2a} : Bilgi paylaşımı ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{2b} : Bilgi paylaşımı Pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{2c} : Bilgi paylaşımı süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{2d} : Bilgi paylaşımı davranışsal yenilikçiliği pozitif yönde etkiler, H_{2e} : Bilgi paylaşımı stratejik yenilikçiliği pozitif yönde etkiler) olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz sonuçları neticesinde bilgi paylaşımının süreç, pazar, davranışsal ve stratejik yenilikçiliği pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu kapsamda H_{2b} , H_{2c} , H_{2d} ve H_{2e} hipotezleri kabul edilmiştir. Literatür incelendiğinde çalışmaların

daha çok bilgi paylaşımının bireysel yenilikçi davranışı etkilediği yönündedir (Sezgin, Uçar ve Duygulu, 2015). Dolayısıyla ulaşılan bu sonuçlar bilgi paylaşımının yenilikçilik açısından önemini ortaya koymaktadır. Elde edilen sonuçlar çerçevesinde, işletmelerde bilgi paylaşımı arttıkça, örgütsel yenilikçiliğinde artabileceği söylenebilir.

Çalışmanın üçüncü hipotezi (H₃: Örgütsel güven boyutları örgütsel yenilikçiliği pozitif yönde etkiler, H_{3a}: Katılım ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3b}: Performans ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3c}: Personel güçlendirme ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3d}: Katılım süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3e}: Performans süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3f}: Personel güçlendirme süreç yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3g}: Katılım pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3h}: Performans pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3i}: Personel güçlendirme pazar yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3j}: Katılım davranışsal yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3k}: Performans davranışsal yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3l}: Personel güçlendirme davranışsal yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3m}: Katılım stratejik yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3n}: Performans stratejik yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler, H_{3o}: Personel güçlendirme stratejik yenilikçiliğini pozitif yönde etkiler) şeklinde oluşturulmuştur. Yapılan analizler neticesinde örgütsel güven boyutlarından katılım ve personel güçlendirmenin ürün yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği belirlenirken performansın ürün yenilikçiliğini etkilemediği görülmüştür. Yine yapılan analizler sonucunda örgütsel güven boyutlarından katılım, performans ve personel güçlendirmenin süreç yenilikçiliğini etkilemediği ancak katılım ve performansın pazar yenilikçiliğini etkilediği, personel güçlendirmenin pazar yenilikçiliğini etkilemediği saptanmıştır. Çalışmada yapılan başka bir analizde ise örgütsel güven boyutlarından katılımın davranışsal yenilikçiliği etkilediği, performans ve personel güçlendirmenin davranışsal yenilikçiliği etkilemediği ve katılımın stratejik yenilikçiliği etkilediği görülürken performans ve personel güçlendirmenin stratejik yenilikçiliği etkilemediği belirlenmiştir. Literatür incelendiğinde örgütsel güvenin örgütsel yenilikçilik üzerine etkisini araştıran çalışmalara pek rastlanmamıştır. Elde edilen bu sonuçlar neticesinde H_{3a}, H_{2c}, H_{3g}, H_{3h}, ve H_{3l} hipotezleri kabul edilirken H_{2b}, H_{3d}, H_{2e}, H_{3f}, H_{3j}, H_{3k}, H_{3i}, H_{3m} ve H_{3n} hipotezleri ise reddedilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular değerlendirildiğinde örgütsel güvenin örgütsel yenilikçilikte de kısmi rol oynadığı söylenebilir. Aksi takdirde güvenin olmadığı örgütlerde örgütsel yenilikçilik ve başarıdan söz etmek mümkün olmayabilmektedir.

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da birtakım kısıtlar bulunmaktadır. Araştırmanın sınırları içerisinde yer alan ve en önemli sınırlılıklarından biri olduğu Covid-19 salgın hastalığın baş göstermiş olması ve bu yüzden anketlerin yapılmasını kısmen engellemiştir. Özellikle esnek çalışma sistemi neticesinde birçok banka çalışanına ulaşamamış ve hatta bazı bankalar çalışmaya katılımı reddetmişlerdir. Aynı zamanda belirlenen anket sorularının banka çalışanları tarafından doldurulmak istenmemesi ve bazı çalışanların ise bu soruları anlamada zorluk çekmesi araştırmanın sınırlılıkları içerisinde yer alabilmektedir. Bu kısıtlamalar sonucunda oluşturulan önermelerden de bahsedilmiştir. Öncelikle çalışma kapsamında ileride yapılacak olan çalışmalar için bir takım önerilerde bulunulabilir. Bunlar; çalışma evreni artırılabilir, farklı analiz yöntemleri kullanılabilir, araştırma modeli değiştirilerek farklı konular üzerinde çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

Akgun, A.E., Byrne, J., Keskin, H., Lynn, G.S. ve Imamoglu, S.Z. (2005). Knowledge networks in new product development projects: a transactive memory perspective, *Information and Management*, 42, 1105– 1120.

Akkoç, İ. (2012). Gelişim kültürü ve etik iklimin yenilikçiliğe etkisinde dağıtım adaletinin rolü. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3), 45-60.

Alan, H., ve Yeloğlu, O. (2013). Markalaşma ve yenilikçilik. *Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi*, 1(1), 13-26.

Arthur, J.B., ve Kim, D. (2005) Gainsharing and knowledge sharing: the effects of labour-management co-operation, *International Journal of Human Resource Management*, 16, 1564–1582.

Asunakutlu, T. (2006). Çalışanlar ile yöneticiler arasında güven duygusunun araştırılması: turizm sektöründe bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(4), 16-33.

Atahan, L. (2012). An emprical study on factors affecting firm innovation capability and knowledge sharing. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Aydıntan, B., Göksel, A., ve Bingöl, D. (2010). Örtülü bilgi paylaşım niyeti üzerinde sosyal sermaye ve denetim merkezi odaklılığının rolü: Hekimlikte bir alan araştırması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(11), 1-26.

Bakan, İ., Büyükbeşe, T., ve Erşahan, B. (2011). An investigation of organizational commitment and education level among employees, *International Journal of Emerging Sciences*, 1(3), 231-245.

Bartol, K.M., ve Srivastava, A. (2002). Encouraging knowledge sharing: the role of organizational reward systems, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 9(1), 64-76.

Başar, E.E. ve Durmaz, A. (2018). *İnovasyon: ekonomik ve sosyal eğilimler*. Ankara: İmaj Yayınevi.

Becerra, M., Lunnan, R, ve Huemer, L. (2008). Trustworthiness, risk, and the transfer of tacit and explicit knowledge between alliance partners. *Journal of Management Studies*, 45(4), 691-713.

Bryk, A. S., ve Schneider, B. (2002). *Trust in schools: a core resource for improvement*. New York: Russell Sage Foundation.

Brymer, R.A. (1991). *Employee empowerment: a guestdriven leadership strategy*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Butler, J.J.K. (1999). Trust expectations, information sharing, climate of trust, and negotiation effectiveness and efficiency. *Group and Organization Management*, 24, 217–238.

Bülbül, T. (2012). Okullarda Yenilik Yönetimi Ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 12(1), 157-175.

Büyükdere, B. ve Solmuş, T. (2006). İş ve özel yaşamda kişilerarası güven. İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(1). http://www.isguc.org/?avc=arc_view.php&ex=271&pg=m (Erişim Tarihi: 10.03.2007).

Büyüköztürk, Ş. Kılıç Çakmak, E. Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem.

Chang, H.H., ve Chuang, S. S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: participant, Involvement as a moderator. *Information and Management*, 48(1), 9-18.

Chowdhury, S. (2005). The role of affect- and cognitionbased trust in complex knowledge sharing. *Journal of Managerial Issues*, 17, 310–326.

Connelly, C.E., ve Kelloway, K.E. (2001). Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures. *Leadership and Organization Development Journal*, 24(5), 294-301.

Coopey, J., Keegan, O., ve Embley, N. (1998). Managers' innovations and the structuration of organization. *Journal of Management Studies*, 35, 263-284.

Coulter, M. (2003). *Entrepreneurship in action*. New Jersey: Prentice hall-Pearson Education.

Çakırel, Y., ve Pınar, İ. (2021). Bilgi kültürü, bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçilik etkileşimi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 253-272.

Çelik, V. (2012). *Okul kültürü ve yönetimi* (5. Baskı). Ankara: Pegem.

Çetin, A. C. (2007). Şirket derecelendirilmesinde faktör analizi kullanımı ve sektörlere yönelik bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 53-74.

Damanpour, F., ve Gopalakrishnan, S. (2001) Organizasyonlarda ürün ve süreç yeniliklerinin kabulünün dinamikleri. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 38, 45-65.

Delen, D., Zaim, H., Kuzeş, C., ve Zaim, S. (2013). A comparative analysis of machine learning systems for measuring. *The Impact of Knowledge Management Practices. Decision Support Systems*, 54(2), 1150-1160.

Demirel, Y., ve Seçkin, Z. (2008). Bilgi ve bilgi paylaşımının yenilikçilik üzerine etkisi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 189-202.

Demirel, Y., ve Seçkin, Z. (2011). Örgütsel adaletin bilgi paylaşımı üzerine etkisi: İlaç sektörü çalışanlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Dergisi*, 56, 99-119.

Denhardt, R.B. (1993). *Theories of public organizations*. Belmont, California: Wadsworth.

Drucker, P. (1985). Discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 63(3), 67-72.

Ellonen, R., Blomqvist, K., ve Puumalainen, K. (2008). The role of trust in organisational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, 11(2), 160-181.

Erden, H. (2016). KOBİ'lerde bilgi paylaşımı: Konya ili Ereğli ilçesinde gıda işletmelerinde bir inceleme. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Fukuyama, F. (1998). *Güven: Sosyal erdemler ve refahın yaratılması*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Gupta, A.K., ve Govindarajan, V. (2000). The social ecology of a knowledge machine. *Sloan Management Review*, 42(1), 71-80.

Gurteen, D. (1999). Creating a knowledge sharing culture. *Knowledge Management Magazine* 5(2), 1-4.

Güneş, D. (2014). İlköğretim okulu öğretmenlerin örgütsel güven ve kolektif yeterlik algıları ile örgütsel farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Hornsby, J.S., Kuratko, D.F., ve Zahra, S.A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship, assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17(3), 253-273.

Huff, L., ve Kelley, L. (2003). Levels of organizational trust in individualist versus collectivist societies: a seven-nation study. *Organization Science*, 14, 81-90.

Ipe, M. (2003). Knowledge sharing in organizations: a conceptual framework. *Human Resource Development Review*, 2(4), 337-359.

Işık, M. (2018). Bilgi paylaşımını etkileyen faktörler ve bilgi paylaşım sürecinin yenilikçi iş davranışına etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17, 641-656.

Jafri, M.H. (2010). Impact of employee trust on organizational commitment and innovative behaviour of employees: an empirical study on public sector employees in Bhutan. *Parikalpana - Kirt Journal of Management*, 7, 11-26.

Jang, S., Hong, K., Bock, W.G., ve Kim, I. (2002). Knowledge management and process innovation: the knowledge transformation path in Samsung. *Journal of Knowledge Management*, 6(5), 479-485.

Jassawalla, A.R., ve Sashittal, H.C. (2003). The DNA of cultures that promote product innovation. *Ivey Business Journal*, 68, 1-6.

Johannessen, J. A., Bjorn Olsen, G., ve Tony. L. (2001). Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom? *European Journal of Innovation Management*, 4(1), 20-31.

Johne, A. (1999). Successful market innovation, *European Journal of Innovation Management*, 2(1), 6-11.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Karagül, M., ve Masca, M. (2005). Sosyal sermaye üzerine bir inceleme. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 37-52.

Kwok, S. H., ve Gao, S. (2005). Attitude towards knowledge sharing behavior, *Journal of Computer Information Systems*, 46(2), 45-51.

Lewicki, R.J., McAllister, D.J., ve Bies, R.J. (1998). Trust and distrust: new relationships and realities. *The Academy of Management Review*, 23(3), 438-458.

Lin, H.F. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 315-332.

Mendoza, M.L. (2015). Innovation across types of organization: a meta- analysis. *Suma De Negocios*, 6(13), 108-113.

Montuori, L.A. (2000). Organizational longevity: integrating systems thinking, learning and conceptual complexity. *Journal of Organizational Change Management*, 13(1),61–73.

Nachmias, D. (1985). Determinants of trust within the federal bureaucracy. in D.H. Rosenbloom (Eds.), *Public Personnel Policy: The Politics of Civil Service* (pp. 133-143), Port Washington, NY: Associated Faculty Press.

Nonaka, I., Krogh, G.V., ve Ichijo, K. (2002). Bilginin Üretimi (Çev. G. Günay). İstanbul: Dışbank Kitapları.

Öğüt, A., Akgemci, T. Şahin, E., ve Kocabıyık, A. (2007). İşletmelerde düşünce aşamasından patent aşamasına uzanan süreçte yenilik stratejileri ve buluş yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 414-425.

Öneren, M., Çiftçi, G.E., ve Harman, A. (2016). Bilgi paylaşımının yenilikçi davranışa ve örgütsel güvene etkisi üzerine bir araştırma. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 58, 127-157.

Ören, K. (2007). Sosyal sermayede güven unsuru ve işgücü performansına etkisi. *Kamu-İş Dergisi*, 9(1), 71-90.

Özdaşlı, K., ve Yücel, S. (2010). Yöneticiye bağlılıkta yöneticiye güvenin etkisi: yapısal eşitlik modeli ile bir analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 67-83.

Renzl, B. (2008). Trust in management and knowledge sharing: The mediating effects of fear and knowledge documentation. *Omega*, 36(2), 206-220.

Reychav, I., ve Weisberg, J. (2010). Bridging Intention and Behavior of Knowledge Sharing. *Journal Of Knowledge Management*, 14(2), 285-300.

Roberts, J. (2000). From know-how to show-how? Questioning the role of information and communication technologies in knowledge transfer. *Technology Analysis and Strategic Management*, 12(4), 429-443.

Seonghee, K., ve Boryung, J. (2008). An analysis of faculty perceptions: attitudes toward knowledge sharing and collaboration in an academic institution. *Library and Information Science Research*, 30(4), 282-290.

Sezgin, O.B., Uçar, Z., ve Duygulu, E. (2015). Güven, yenilikçi iş davranışı ilişkisinde bilgi paylaşımının aracılık rolü. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 16(2), 1-20.

Shamir, B., ve Lapidot, Y. (2003). Trust in organizational superiors: systematic and collective considerations. *Organization Studies*, 24(3), 463-491.

Sharratt, M., ve Usoro, A. (2003). Understanding knowledge-sharing in online communities of practice, *Electronic Journal on Knowledge Management*, 1(2),187-196.

Staples, D.S., ve Webster, J. (2008). Exploring the effects of trust, task interdependence and virtualness on knowledge sharing in teams. *Information Systems Journal*, 18(6), 617-640.

Sungur, O. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik uygulamaları*. İçinde Ş. Kalaycı (Ed., 5. Baskı), Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Szulanski, G., Cappetta, R., ve Jensen, R.J. (2004), When and how trustworthiness matters: knowledge transfer and the moderating effect of causal ambiguity. *Organization Science*, 15(5), 600-13.

Tamjidyamcholo, A., Baba, M.S.B., Tamjid, H., ve Gholipour, R. (2013). Information security–professional perceptions of knowledge-sharing intention under self-efficacy, trust, reciprocity, and shared-language. *Computers And Education*, 68, 223-232.

Tidd, J., Bessant, J., ve Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating technological, market and organizational change* (Third edition). Chichester, UK: Wiley.

Tschannen-Moran, M. (2001). Collaboration and the need for trust, *Journal of Educational Administration*, 39, 308-331.

Tüzün, İ.K. (2007). Güven, örgütsel güven ve örgütsel güven modelleri. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 93-118.

Wang, C.L., ve Ahmed, P.K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.

Wang, Z., ve Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8899-8908.

Woodman, R.W., Sawyer, J.E. ve Griffin, R.W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.

Yıldız, B. (2015). Tedarik zinciri yönetiminde güven, yenilik ve bilgi paylaşımının işletme performansına etkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Extended Abstract

Introduction

Since developed countries in the world have adopted a growth system based on knowledge instead of growth based on capital, information has become a meaningful phenomenon as it is produced and shared. Information is accepted as the main part of the system beyond being a part of the management system in organizations (Drucker, 1985). The value and importance of knowledge in the organization has been stated, and the issues of organizational trust and organizational innovation, which are thought to have an impact on knowledge sharing, are also mentioned. In the light of this information obtained, the hypotheses are stated below and the results are discussed.

H₁: Organizational trust dimensions positively affect information sharing.

H_{1a}: Participation positively affects knowledge sharing.

H_{1b}: Performance affects information sharing positively.

H_{1c}: Employee empowerment positively affects knowledge sharing.

H₂: Knowledge sharing affects organizational innovation positively.

H_{2a}: Knowledge sharing affects product innovation positively.

H_{2b}: Knowledge sharing positively affects market innovation.

H_{2c}: Knowledge sharing positively affects process innovation.

H_{2d}: Knowledge sharing affects behavioral innovativeness positively.

H_{2e}: Knowledge sharing affects strategic innovation positively.

H₃: Organizational trust dimensions affect organizational innovativeness positively.

H_{3a}: Participation positively affects product innovation.

H_{3b}: Performance affects product innovation positively.

H_{3c}: Employee empowerment positively affects product innovation.

H_{3d}: Participation positively affects process innovativeness.

H_{3e}: Performance affects process innovation positively.

H_{3f}: Employee empowerment positively affects process innovation.

H_{3g}: Participation positively affects market innovation.

H_{3h}: Performance affects market innovativeness positively.

H_{3i}: Employee empowerment positively affects market innovation.

H_{3j}: Participation positively affects behavioral innovativeness.

H_{3k}: Performance affects behavioral innovativeness positively.

H_{3l}: Employee empowerment positively affects behavioral innovativeness.

H_{3m}: Participation positively affects strategic innovation.

H_{3n}: Performance affects strategic innovation positively.

H_{3o}: Employee empowerment positively affects strategic innovation.

Methodology

The data in the study were collected with the help of a questionnaire. In the first part of the questionnaire, which was prepared in 4 parts, 7 questions were determined in order to determine the demographic characteristics of the employees. A 5-point Likert scale (1=strongly disagree, 2=disagree, 3=undecided, 4=agree, 5=strongly agree) was used for the statements mentioned in the other sections. The surveys were conducted face to face with the employees in the bank. It was stated from the people who participated in the survey that they should answer the questions on a voluntary basis. The universe of the research consists of 300 people working in different banks in Kahramanmaraş. The sample of the research consists of 173 employees in these banks. SPSS 23.0 statistical program was used to analyze the data collected in the study. While firstly demographic findings were included for the analysis, then factor, reliability, correlation and regression analysis were performed and the results were obtained.

Findings

As a result of the research, it was determined that participation and performance, which are organizational trust dimensions, positively affect information sharing. However, staff empowerment did not affect knowledge sharing, and according to this result, while the H_{1a} and H_{1b} hypotheses were accepted, the H_{1c} hypothesis was rejected. It has been observed that

knowledge sharing has a positive effect on product innovation, which is one of the organizational innovativeness dimensions. In addition, it has been seen that knowledge sharing has a positive effect on market innovation, which is one of the organizational innovativeness dimensions. Based on these results, the H_{2b} hypothesis was accepted. On the other hand, it was seen that knowledge sharing positively affects process innovation, which is one of the dimensions of organizational innovation, and according to this result, the H_{2c} hypothesis was accepted.

It has been observed that knowledge sharing has a positive effect on behavioral innovativeness, which is one of the organizational innovativeness dimensions. Based on these results, the H_{2d} hypothesis was accepted. It has been observed that knowledge sharing has a positive effect on strategic innovation, which is one of the organizational innovation dimensions. Based on these results, the H_{2e} hypothesis was accepted.

It has been determined that participation and employee empowerment from organizational trust dimensions positively affect product innovation from organizational innovation dimensions. However, it has been determined that performance does not affect product innovation. According to these results, while the H_{3a} and H_{3c} hypotheses were accepted, the H_{3b} hypothesis was rejected. It has been determined that participation, which is one of the organizational trust dimensions, does not affect the process innovativeness, which is one of the organizational innovativeness dimensions of performance and personnel empowerment. According to these results, the H_{3d}, H_{3e} and H_{3f} hypotheses were rejected. It has also been determined that participation and performance, which are the dimensions of organizational trust, positively affect market innovation, which is one of the dimensions of organizational innovation. However, it has been determined that staff empowerment does not affect market innovation. According to the results obtained, while the H_{3g} and H_{3h} hypotheses were accepted, the H_{3i} hypothesis was rejected. It has been determined that participation, which is one of the organizational trust dimensions, has a positive effect on behavioral innovativeness, which is one of the organizational innovativeness dimensions. However, it was determined that performance and employee empowerment did not affect behavioral innovativeness. According to these results, while the H_{3i} hypothesis was accepted, the H_{3j} and H_{3k} hypotheses were rejected. It has been determined that participation from organizational trust dimensions positively affects strategic innovativeness from organizational innovation dimensions. However, it has been determined that performance and personnel empowerment do not affect strategic innovation. According to these results, while the H_{3l} hypothesis was accepted, the H_{3m} and H_{3n} hypotheses were rejected.

When the above results are evaluated, It has been determined that employees have knowledge sharing and this affects organizational innovation. It can be said that organizational trust partially affects organizational innovation. The findings obtained from the study are important in terms of contributing to the fields of organizational trust, knowledge sharing and organizational innovation.