

BANKA İŞGÖRENLERİNİN SOSYAL SERMAYE VE İŞ TATMİNİNE İLİŞKİN ALGI DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA¹

A RESEARCH ON DETERMINING THE SEVERAL LEVELS OF SOCIAL CAPITAL AND BUSINESS IN BANK HOLDERS

Öğr. Gör. Dr. Emel ABA ŞENBAYRAM²

Dr. Öğr. Üyesi Cuma ERCAN³

Öz

Günümüzde ekonomik, siyasi, kültürel ve sosyal alanda bir bütünleşmenin yaşandığı aşikârdır. Özellikle teknolojik ve iletişim alanındaki gelişmeler, fiziki ve insan sermayesi yetersiz bırakmakta, bunun sosyal sermaye ile güçlendirilmesi gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır. Bu durum iş hayatında “neye sahip olduğun veya neyi bildiğin değil kimi tanıdığın önemlidir” sözünün haklılığını kanıtlar niteliktedir. Çalışmada, işgörenlerin sosyal sermaye birikimlerinin iş tatmin düzeylerine etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla, Şanlıurfa, Gaziantep ve Diyarbakır’da faaliyet gösteren toplam 310 banka yetkilisi ile yapılan araştırmada, banka işgörenlerinin sosyal sermaye algı düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca sosyal sermayenin işgörende iş tatmini sağladığı ve bireysel ve örgütsel performansa artı değer kazandırdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşgören, Sosyal Sermaye Birikimi, İş Tatmini Düzeyi

JEL Sınıflandırması: G 20, G41.

Abstract

Today, it is obvious that an integration in economic, political, cultural and social context is experienced. In particular, developments in technological and communication fields leave physical and human capital inadequate, and it is necessary to strengthen this with social capital. This is evident in business life, "it is important that you know what you have or what you do not know." In the study, it was aimed to investigate the effect of occupations on job satisfaction levels of social capital accumulation. For this purpose, it was determined that the level of perception of social capital of bank employees was high in the survey conducted with 310 bank officials in Şanlıurfa, Gaziantep and Diyarbakır. It has also been found that social capital provides job satisfaction in occupations and adds value to individual and organizational performance

Keywords: Occupation, Social Capital Accumulation, Job Satisfaction Level.

JEL Classification: G 20, G41.

¹Bu çalışma Kilis 7 Aralık Üniversitesi SBE İşletme ABD’de, Emel ABA ŞENBAYRAM tarafından hazırlanan “Bankaların, Sosyal Sermayesi Güçlü İşgören Kayıplarına Karşı Tutumu: “GAP Bölgesi Örneği” konulu doktora tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

²Harran Üniversitesi Süruç Meslek Yüksek Okulu, emel.aba@harran.edu.tr

³Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İ.İ.B.F., cercan@kilis.edu.tr

1. GİRİŞ

Ekonomik gelişmelerdeki dinamiklik ve esneklik, yıpratıcı rekabet koşulları, yaşamın birçok alanında var olan alternatifler (mal, marka, iş, işgören, örgüt vb.), eğitim, bilişim ve teknolojik olanaklar, bireyleri, örgütleri hatta ülkeleri daha yoğun bir uğraş içerisine sokmaktadır. Böyle bir durumda, rekabet ortamında artı değer yaratacak her türlü unsur önem teşkil etmektedir. Ekonominin dinamik yapısı zaman içerisinde “ ne üretirsem onu satarım” anlayışı yerini “neyi nasıl üretirsem satabilirim” anlayışına bırakmıştır. Hizmet sektörü başta olmak üzere piyasadaki müşteri memnuniyeti algısı da alternatiflerin türemesi ile değişikliğe uğramıştır. Diğer bir deyişle mevcut rekabet koşulları müşteri sayısının yüksekliğinden ziyade müşteri sadakatinin ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bu durumda güven temelli oluşturulan ilişkilerin finansal getiri sağlayabilecek ortamların yaratılması ve bunun sürdürülebilirliğinin sağlanması da oldukça önemlidir.

Kişi, kurum ve ülkelerarası güvene dayalı ilişkilerin ekonomik bir yansıması olan sosyal sermaye, günümüzde örgütlerin gelişmişlik düzeylerini sadece ekonomik sebeplere bağlı olmadığını göstergesidir. Örgütlerin ekonomik alandaki başarısı sadece sahip olduğu finansal varlık, yetenekler veya sosyal ağlara bağlı değil aynı zamanda çalışanlarının da beşeri ve sosyal yeteneğine bağlıdır. Bireyler çalışmaları oldukları örgütlere performansları ile katkı sağlarken varlıkları ile de olumlu yönde etkileyebilmektedirler. Özellikle beşeri sermayelerinin yanında sağlıklı iletişim ağlarına sahip olan ve bu ağları değere dönüştürebilme kabiliyetine sahip olan işgörenler, bireysel ve örgütsel getiriyi arttıracaktır. Aynı koşullar altında yer alan işgörenler arasında sosyal sermayesi yüksek olan ve bunu işyerinin lehine kullanabilen işgörenler kuşkusuz tercih edilenler arasında yer alacaklardır. Dolayısıyla söz konusu işgörenlerin iş yerinden memnuniyetleri ve bağlılıkları da oldukça önemlidir. Günümüzde beşeri sermayelerinin yanında güçlü sosyal sermaye birikimine sahip olan işgörenlerin, tercih edilen değil tercih eden konumunda bulduklarını da söyleyebiliriz. Bu durum, başta temel taşı güvenin oluşturduğu bankacılık sektörü olmak üzere tüm sektörler için geçerliliğini korumaktadır.

2. GENEL ÇERÇEVDE SOSYAL SERMAYE

Küreselleşmenin de etkisi ile son yıllarda başta ekonomi olmak üzere dünyada birçok platformda hızlı bir değişim ve gelişim süreci başlamıştır. Söz konusu sürece ayak uydurabilme çabası, doğrudan ve dolaylı olarak tüm kişi, kurum ve ülkeleri kapsama alanına çekmektedir. İletişim ve bilgi teknolojisinde geline son nokta, dünyanın küçük ve tek bir pazara dönüştüğünün kanıtı niteliğindedir. Dolayısıyla bu durum iş hayatında “neyi bildiğin değil, kimi tanıdığın önemli” sözünün neden sıkça kullanıldığını açıklamaktadır. Günümüzde çalışanlar arası diyalog ve ortak paydada buluşabilme imkân ve gayretleri, kurumların performans değerlemesi açısından bu dinamikleri göz ardı etmelerinin mümkün olmadığını göstermektedir. Bu noktadan hareketle “güvene dayalı karşılıklı ilişkiler” şeklinde açıklanabilecek olan sosyal sermayenin çalışma hayatındaki ehemmiyeti netleşmektedir.

İktisadi bir geçmişe sahip olan sermaye kavramı hala bazı az gelişmiş ülkelerde ekonomik anlamda her şeyin tek sebebi ve sonucu olarak görülmektedir. Sermayenin sadece para ve paranın satın alabildiği her türlü kıymetli varlık olarak algılandığı toplumlarda refah düzeyi tam olarak sağlanamaması, eşit temel koşullara sahip gelişmiş

ve az gelişmiş toplumlar arasındaki farkı ortaya koyan unsurlardan en önemlisi sayılmaktadır. Toplumun, bilim çevrelerinin ve kamu otoritelerinin çalışma alanında yoğun bir şekilde işgal eden sermaye kavramı çağın getirdiği yenilik ve ihtiyaçlara göre yeniden ele alınmış ve şekillenmiştir.

Toplumların ekonomik ve siyasal alandaki faaliyetlerinin sosyal çevre olgusu zemininde şekillendiren sosyal sermayenin, kavramsal olarak tek bir ifadesinin yapılması mümkün değildir. Geniş bir çalışma alanına sahip olan bu kavram yıllar boyunca birçok çalışmada farklı açılardan tekrar tekrar tanımlanmaya ve ölçülmeye çalışılmıştır. Bu durum sosyal sermaye kavramının tanımlanmasında belirsizliğe yol açarken zengin bir altyapıya kavuşmasını sağlamıştır. Sosyal sermaye kavramının ilgi çekici olmasının, farklı disiplinlerin ortak noktası olmasından mı yoksa kavramın çok yönlü bir anlatım zemininde olmasından mı kaynaklanır bilinmez ama net bir tanımlamaya sahip olmamasının temelinde farklı bakış açılarının yattığı kesindir.

Çerçevede tanımlayacak olursak sosyal sermaye; en az iki taraf arasında kurulabilen güvene dayalı, yatay (aynı toplum kesimleri arası) ve dikey (yönetenle yönetilen, farklı toplum kesimleri arası) karakterli ilişkilerin yoğunluğudur.(Karagül,2012:93) Yani sosyal sermaye; ilgili toplumdaki ekonomik, sosyal ve siyasal alandaki başarı ve istikrarla yakından ilişkilidir. Bu nedenle insana ve sosyal değerlerin gelişimine yatırım yapmak, küresel rekabette başarılı olmayı kolaylaştırmaktadır.(Karagül ve Dündar, 2006:64) Dünya Bankası ise sosyal sermayeyi şu şekilde açıklamaktadır(Word Bank, 1998:1);

Bir toplumun sosyal sermayesi, insanlar arasındaki etkileşimi yöneten ve ekonomik ve sosyal kalkınmaya yardımcı olan kurumları, ilişkileri, davranışları ve değerleri içermektedir. Bununla birlikte sosyal sermaye, sadece toplumu destekleyen kurumların bir toplamı değil; aynı zamanda onları bir arada tutan bir yapıştırıcıdır. Kişisel ilişkiler, güven ve toplumu "bireylerin topluluğu" olarak tanımlayan ortak bir "yurttaşlık" hissi olarak ifade edilen sosyal davranış için paylaşılan tüm değerler ve kuralları içermektedir.

Fiziki, finansal ve beşeri sermaye kavramları baştan itibaren iktisat disiplini içinde ortaya çıkmış ve geliştirilmiş oldukları halde, sosyal sermaye onlardan farklı olarak iktisattan, sosyoloji, işletme, siyaset bilimi ve sağlık bilimlerine kadar değişen pek çok disiplinde eş zamanlı olarak geliştirilmektedir. Ekonomik, sosyal ve siyasi alanları birleştiren ve bu nedenle de farklı analiz düzeylerinde ele alınması gereken sosyal sermaye kavramının, tanımlanması ve ölçülmesi halen sorunludur. Başta iktisat ve sosyoloji olmak üzere siyaset bilimleri, eğitim sosyolojisi, organizasyon bilimleri gibi farklı disiplinler, kendi kuram ve yöntemleri ile kavramı tanımlama ve ölçme çabalarını oldukça zenginleştirmişlerdir. Bu yöndeki çabaların aynı zamanda disiplinler arası sınırların aşılmasına yaptığı katkı ise belki de işin en ilgi çekici ve önemli tarafıdır(Eselcan, 2009:248).

Sosyal sermayenin unsurları, sosyal sermayenin oluşturulmasını ve geliştirilmesini sağlayan ve birbirleriyle etkileşim içerisinde olan kaynaklar ve aynı zamanda sosyal sermayenin de birer sonucu olabilen olgulardır(Ögüt ve Erbil, 2009:15). Putnam (1993) sosyal sermayeyi, "sosyal kurumun koordine edilmiş eylemlerini kolaylaştırarak toplumun etkinliğini arttıran güven, normlar ve sosyal ağlar gibi

özelliklerdir” şeklinde tanımlarken unsurların her birinin (güven, norm ve ağlar) kavramı şekillendirirken ve başlı başına birer olgu olduğu da belirtilmelidir. Sosyal sermayenin ölçümü ve analizi hususunda sıklıkla kullanılan unsurların, toplumun ahlak ve düzeni konusunda önemli birer faktör oluşu, her birinin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerekliliğini doğurmaktadır.

Güven; Sosyal sermayenin öncü isimlerinden Putnam ve Coleman güvenin sosyal sermayenin anahtar ögesi olduğu konusunda fikir birliği sağlarken, Bourdieu çalışmalarında güvenden dolayı olarak bahsetmektedir. Fukuyama ise güveni sosyal sermayenin ana ögesi olarak tanımlayarak sosyal sermayeyi bir toplumda güvenin hüküm sürmesiyle oluşan kapasite olarak tanımlamıştır(Field,2008:88). Sosyal sermayenin oluşması ve sürdürülebilirliği hususunda önemli rol oynayan güven olgusunun ekonomik başarı ve demokrasinin gerekli koşulu olması yönündeki fikir birliği oldukça kuvvetlidir. Toplumsal güven düzeyinin yüksek olduğu ülkelerde başarılı büyük şirketlerin varlığı tesadüf değildir. Dolayısıyla bireysel ve toplumsal güven düzeyinin başarı ve istikrarla paralel olduğunu aşıkârdır.

Normlar; Bireylerin eylemler karşısındaki düşünce ve davranış biçimlerini belirleyen, toplumsal açıdan değerlendirildiğinde bağlayıcı olma özelliği olan, işlevlerine, içeriklerine ve uygulanma türlerine göre birbirinden farklılık gösteren, zaman ve gelişmelere göre değişiklik gösterebilen yazılı ve yazılı olmayan kurallar bütünüdür. Bireylerin davranışlarını sınırlayıcı etkisi olması sebebiyle normlar benimsendikten ve çoğu üyelerce kabul edildikten sonra dinamik bir baskı aracına dönüşebilmeleri muhtemeldir. Bireyler toplum tarafından benimsenmeyen davranışlardan kişisel amaçlara ters düşmesine rağmen uzak durabilirler. Bu nedenle normlar bazı durumlarda sosyal baskı niteliği taşıyabilmektedir (Eren, 2006: 116). Bireylerin toplumsal düzeni bozmadan, hedeflerini gerçekleştirebilmelerini kolaylaştıran normlar, sosyal sermayenin kalitesi ve istikrarı açısından oldukça önemlidir. Toplumsal düzenin somut hali diyebileceğimiz bu kurallar bütünü her bireysel çıkarların göz ardı edilerek toplumsal çıkarların ön plana alındığı bir yapıdır. Dolayısıyla bu şekildeki bir anlatım ile normların her şartta sosyal sermaye açısından olumlu sonuçlar çıkarılacağını söylemek doğru olmayacaktır.

Sosyal Ağlar; Sosyal bir varlık olan insanın, diğer kişi ve gruplarla iletişim halinde olması doğası gereği var olan bir durum olmakla birlikte, yatay ve dikey eksenlerdeki iletişimi hayat kalitesi için oldukça önemlidir. Gereki ihtiyaçların giderilmesi veya bir takım amaçların gerçekleştirilmesi için gerekli olan iletişim ağları fiziksel, yasal, örfi veya davranış şeklinde olabilmektedir. Dolayısıyla öznelere birbirlerine yaklaştıran iletişim ağlarının bütünü oluşturulan ağlar, sosyal sermayeyi var eden temel bileşenlerden biridir. Sosyal sermaye ile ilgili yapılmış olan çalışmaların odak noktasında ağların, sosyal sermayeyi tasarlayan bir unsur olduğu düşüncesi yatmaktadır. Sosyal sermayenin ana fikri, sosyal iletişim ağlarının değerli bir servet olduğudur. İletişim ağları, sosyal bağlılık için bir temel oluşturur; çünkü sosyal bağlılık, karşılıklı avantajlar için- yalnız insanların doğrudan tanıdıklarıyla değil- bir kişinin diğeriyle ortaklaşa çalışmasını sağlar (Field,2008:16).

Woolcock (1998)'a göre diğer tüm koşullar sabit iken, yüksek sosyal sermaye sahip toplumların daha güvenli, daha temiz, daha sağlıklı, daha kültürlü, daha iyi yönetilen ve genelde daha az sosyal sermayeye sahip olanlara kıyasla daha mutlu olduklarını ileri sürmektedir. Çünkü ona göre, sosyal sermayesi yüksek olan toplumların

üyeleri iyi işler bulabilir ve bu işi muhafaza edebilir, kamusal yarara dönük projelere aracı olabilir, sözleşmeli düzenlemeleri uygulamaya geçirebilir, mevcut kaynakları daha etkin kullanabilir, çözüme yönelik önerileri daha barışçıl bir biçimde yorumlayabilir ve böylece sorunlara daha uygun çözümler üretebilirler (Michael,1998:155).

3. İŞ HAYATINDA SOSYAL SERMAYE

Ekonomik sermayenin elde edilmesi, artırılması ve muhafaza edilebilmesi süreci, beşeri sermayenin sosyal sermaye ile pazarlanabilmesi süreci ile paralellik göstermektedir. Diğer bir deyişle akademik hayatın iş hayatına geçişi ile sahip olunan beşeri sermayenin, etkin ve verimliliği için sosyal sermaye aracılığı ile reklam ve pazarlığının yapılması gerekmektedir. Beşeri ve hatta entelektüel sermaye için katalizör görevi üstlenen sosyal sermaye, sosyal ağlar ve karşılıklılık ilkesi dâhilinde bireylerin mevcut koşullarda istenilen hedeflere ulaşılmasını hızlandırmaktadır. Bu noktada belli bir doyuma ulaşan birey, karşılıklı güven, iyi niyet, işbirliği, dayanışma gibi birçok topluma fayda sağlamaya yönelik fikirlerle hareket edecektir. Böylece sosyal sermaye sayesinde toplumda sinerji ve iş birliği oluşmuş oluşacak, çok yönlü ve birbirini destekleyecek faaliyetlerin arttığı görülecektir.

Bireyin iş arama sürecinin mümkün oldukça daha kısa ve daha az tahrip edici olmasını sağlayan sosyal sermaye, işi iyileştirme sürecinde de oldukça etkilidir. İşgücü piyasası ile ilgili yapılan çalışmalarda iş arayanların çoğunun arkadaşları ve aileleri vasıtasıyla iş buldukları belirtilmiştir (Montgomery, 1991: 1408). Sosyal sermaye ve kariyer arasındaki ilişkinin incelendiği birçok çalışmada ise sosyal sermayenin bireyleri sistem içerisinde meşrulaştırırken elde edilen sosyal sermaye birikimi ile kariyer planlamasında etkin rol oynadığı yönündeki görüşünü desteklemektedir. Seibert ve arkadaşları, sosyal sermaye ve kariyer başarısı arasındaki ilişki ile ilgili yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin, örgüt içinde bireyin daha fazla bilgiye zamanında erişme, daha çok finansal ve maddi kaynağa erişme ve sosyal sistem içinde daha görünür, meşru hale gelmeyi sağlayarak kariyer başarısını etkilediği belirtilmiştir. Çalışmada kariyer başarısı, mevcut ücret, bütün kariyer boyunca ilerlemeler ve kariyer tatmini olarak ele alınmıştır (Seibert, Maria, Robert, 2001: 219-225).

Önceleri örgütlerin odak noktası müşteri sayısının fazla oluşu iken şimdilerde önemli olan sadık müşterilerin devamlılığını sağlamaktır. Artan rekabet ve alternatifler örgütleri bu yönde strateji geliştirmeye itmiştir. Aynı durumun işgücü piyasası için de geçerli olduğunu söylemek gerekmektedir. Örgütler birçok açıdan güçlendirilmiş işgörenleri tercih etmekte ve iş yerine bağlılıklarını arttırmayı hedeflemektedirler. Özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren örgütlerde sosyal ve beşeri sermaye birikimine sahip işgörenlerin iş yerinde devamlılığını sağlamak oldukça önemlidir. Sosyal sermaye birikimi güven esasına dayalı ilişkilerden oluşması sebebiyle müşteri-çalışan ilişkisinin muhafaza edilebilmesi ve söz konusu bu bağın sürekliliğini sağlamak örgüt için hayati öneme sahiptir.

3.1. İş Tatmin Düzeyi ve Sosyal Sermaye İlişkisi

Sosyal sermaye bireyleri, kazandıkları güven, dürüstlük, adalet, dayanışma, fedakârlık gibi sosyal erdemleri toplumsal çıkarlar doğrultusunda kullanmaya ve teşvik ettirmeye yarayan bir mekanizmadır. Bu mekanizmayı harekete geçiren en önemli faktör ise güven duygusudur. Bu doğrultuda bahsedilen, bireylerin birbirlerine, topluma, idari ve siyasi otoriteye olan döngüsel güven hareketidir. Güven duygusu çalışanların iş tatmin

düzeylerini, motivasyonlarını, aidiyet duygularını arttırırken, örgütlerin de performansları üzerinde etkili olan doğal bir güçtür. Bu durum da, karşılıklı güven esasına dayalı sosyal sermayenin, işyeri verimliliğini ve işgören performansını doğrudan etkilediği söylenebilmektedir. Hodson (1997) çalışmasında güvenin ve sosyal desteğin yanında grup dayanışması da sosyal sermaye ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi kuvvetlendirdiğini belirtmiştir. Sosyal sermayenin temelinde iyi niyet ve birbirine yardım etme isteği vardır. Grup dayanışması, bireyin işini daha anlamlı kıldığı gibi işiyle özdeşleşmesini de sağlamaktadır. Bu ise bireyin iş tatminini arttırmaktadır. Requena (2003) çalışmasında, sosyal sermayenin işyerinde hem yaşam kalitesinin hem de iş tatminin en önemli belirleyici olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca sosyal aktörler arasında kolektif eylemi kolaylaştıran işbirlikçi ilişkiler düzeni olarak ele alınan sosyal sermaye, çalışanın, örgütün ve iş ortamının özelliklerinden çok daha güçlü bir iş tatmini belirleyicisi olduğu saptanmıştır.

Zaman içerisinde kalifiye eleman olma algısındaki değişim, bireylerin bu husustaki eğilimlerini de değiştirmiştir. İş piyasasında bireylerin beşeri sermayelerinin yanı sıra etkin ve verimli bir şekilde kurulan iletişim ağlarının güven esası ile sosyal sermaye dönüştürülebilmesi ve bunun doğru zaman ve yerde kullanabilmesi önem kazanmıştır. İşgörenlerin bu bilince sahip olması ve bu doğrultuda sisteme yön vermesi tek taraflı bir güç değildir elbette ki. Söz konusu bilincin sağlanması ve yönetilmesinde yöneticilerin beklentileri, ekonomik koşullar, insan ihtiyaçları, teknoloji, küreselleşme gibi birçok faktör etkili olmaktadır. Özellikle bilgi teknolojisinin iş hayatında ivme kazanması örgüt ve yöneticileri bu yönde plan ve stratejiler yaratmaya itmıştır.

Beşeri ve sosyal sermaye açısından belirli bir düzeye erişmiş olan ve bu sermaye birikimlerini olumlu çıktılara dönüştürebilme kabiliyetine sahip olan işgörenin, iş yerine bağlılığı yöneticiler tarafından istenilen bir durumdur. Aynı şekilde söz konusu işgörenlerin de örgüt ve yöneticilerden yüksek ücret, mevkii, maddi olanaklar, terfi vb. gibi bir takım beklentilere sahiptir. Bu beklentilerin gerçekleşmesi veya gerçekleştirilebilecek fırsatların yaratılması işgörenin iş yerine bağlılığını arttırırken, aksi durum işgörenin işinde tatminsizlik yaşamasına ve nihai sonuç olarak işten ayrılma düşüncesi ile karşı karşıya gelmesine sebep olabilecektir. Bu durum, şu bakış açısı ile de irdelenebilir: Eğer işgören beşeri ve sosyal sermaye birikimini iş yeri sayesinde elde edebilmiş ve bundan istediği düzeyde getiri elde etmiş ise iş yerine minnet duygusu ile bağlanacaktır. Eğer işgören beşeri ve sosyal sermaye birikiminde iş yerinin herhangi bir katkısı yok ise, işgören beklentilerinin gerçekleşmemesi halinde kendini iş yerine bağlı hissetmeyecek ve daha iyi fırsatları değerlendirebilecektir.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde, işgücü piyasasında işgörenlerin beşeri sermayelerinin (bilgi, beceri, tecrübe) yanında sosyal sermaye birikimlerinin de bireysel ve örgütsel açıdan artı değer yaratmaktadır. Çalışanların sahip oldukları sosyal çevre, bireylerin iş hayatındaki başarısını arttırdığı gibi iş yerinin de piyasa içerisindeki başarısını ciddi oranda etkilemektedir. Sosyal çevresi güçlü olan bireyler çalıştıkları yerlere maddi, manevi katkılar sağlarken yokluklarıyla söz konusu yerlerde bir takım kayıplara sebep olabilmektedir. Belirli bir sosyal sermaye düzeyine erişmiş ve bunu değere dönüştürebilme kabiliyetine sahip olan işgörenin işe ve iş yerine karşı memnuniyeti de

oldukça önemlidir. Bu noktadan hareketle çalışmada, bireylerin sosyal sermaye ve iş tatmin algı düzeylerinin tespiti amaçlanmıştır.

4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın kapsamını, hedef kitle olarak GAP Bölgesi'nde faaliyet gösteren tüm bankalar oluşturmaktadır. Ancak araştırmanın başladığı tarihlerde ülke gündemindeki terör olayları, birçok il ve ilçede başlatılan sokağa çıkma yasakları ki söz konusu olayların çoğunlukla GAP Bölge İllerinde gerçekleşmiş olması araştırmayı sınırlandırmıştır. Bölgedeki güvenlik problemi ve kaos ortamı sebebiyle araştırma GAP Bölgesi'ni temsilen bölgenin en büyük üç ili olan Diyarbakır, Gaziantep ve Şanlıurfa ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma kapsamındaki illerde, Gaziantep, Diyarbakır ve Şanlıurfa'da toplam 52 banka ve 346 şube bulunmaktadır. Gaziantep'te, toplam banka sayısı 23, toplam şube sayısı, 167, Diyarbakır'da, toplam banka sayısı, 15, toplam şube sayısı 97, Şanlıurfa'da toplam banka sayısı 14, toplam şube sayısı, 82 olarak belirlenerek tam sayıma gidilmiştir. Bu kapsamda örneklem, her bankayı bir işgören temsil edecek şekilde, görüşmelerin yapıldığı sırada kurumda bulunan en yetkili kişi şeklinde alınmıştır. Süreç sonunda toplamda 310 banka çalışanından veriler elde edilerek sonuçlar analiz edilmiştir. Kalan 36 bankanın araştırmaya dahil edilememesi, Diyarbakır'ın bazı illerindeki bir takım güvenlik sorunları ve bazı banka yöneticilerinin anketi doldurmayı reddetmesinden kaynaklanmaktadır.

4.3. Verilerin Elde Edilmesi ve Analizi

Araştırmada birincil veri toplama yöntemlerinden biri olan anket uygulaması kullanılmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında tesadüfi olmayan örneklem yöntemi kolayda örneklem tercih edilmiş ve araştırma yüz yüze uygulanmak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Anket formunun birinci bölümünde demografik sorular yer alırken ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci bölümlerinde 5'li Liket ölçeğine göre düzenlenmiş ifadeler yer almaktadır.

Anket formlarının değerlendirilmesinde ve sonuçların elde edilmesinde Tablo 1'den yararlanılmıştır. Söz konusu tabloya göre aritmetik ortalamalarının 1'e yakın olması değişkenlerin yüksek derecede algılandığını, 5'e yakın olması ise değişkenlerin düşük derecede algılandığını göstermektedir.

Tablo 1. Aritmetik Ortalamaların İsabet Ettiği Sonuç Değerlendirme Tablosu

Değer (Aritmetik Ortalama)	Sonuç
00,1-1,00	Oldukça Yüksek Algı
1,01-1,99	Yüksek Algı
2,00-2,99	Orta Düzey Algı
3,00-3,99	Düşük Algı
4,00-5,00	Oldukça Düşük Algı

Verilerin analizinde kullanılan tanımlayıcı analizler kapsamında frekans ve yüzde analizi, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerinin elde edilmesinde SPSS 16.0 (Statistical Package for the Social Sciences) istatistik paket programından yararlanılmıştır. Öte yandan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin tespit

edilmesi için Kolmogorov-Smirnov (K-S) testi yapılmış ve ölçeklerin geçerliliğini ve etkin gruplandırılmalarının sağlanabilmesi için Keşifsel Faktör Analizinden yararlanılmıştır.

Ölçeklerin güvenilirliğinin değerlendirilmesinde en yaygın metot olan Cronbach alfa testinden yararlanılmıştır. Değerkenlerin alfa değerleri aşağıdaki Tablo 2'de görölmektedir. Literatürde Cronbach alfa katsayısı 0,70'den büyük olması sosyal bilimlerde içsel güvenilirlik için yeterli kabul edilmiştir.(Baum ve Wally,2003:1117) Tabloda da göröldüğu üzere araştırmada kullanılan ölçeklerin t alfa değerlerinin 0,70'den büyük olduğu tespit edilmiş olup, her iki ölçeğin güvenilirliğinin ise yüksek düzeyde olduğu ifade edilebilir.

Tablo 2. Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri

Değerkenler	Soru Sayısı	Cronbach Alfa (a) Değerleri
İş Tatmini Ölçeği	13	0,84
Sosyal Sermaye Algısı Ölçeği	11	0,83
Tüm Değerkenler için Alfa Katsayısı	24	0,84

3.4. Bulgular ve Değerlendirme

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya ilişkin; güvenilirlik analizi, keşifsel faktör analizi ile banka yöneticilerinin öncelikle demografik özellikleri hakkında bilgi verilmiş olup; sosyal sermaye ve iş tatminine ilişkin algı düzeylerinin belirlenmesi amacıyla frekans dağılımı, ortalama ve standart sapma değerlerine ilişkin bilgiler sunulmuş ve değerlendirmeler yapılarak analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		F	%
Cinsiyet	Kadın	160	51.6
	Erkek	150	48.4
Yaş	18-24	9	2.9
	25-34	143	46.1
	35-44	106	43.2
	45-54	47	15.2
	55 ve üzeri	5	1.6
Medeni Durum	Evli	232	74.8
	Bekar	68	21.9
	Dul/Boşanmış	10	3.2
Eğitim	Lise	5	1.6
	Ön Lisans	24	7.7
	Lisans	254	81.9
	Yüksek Lisans	26	8.4
	Doktora	1	0.3
Yabancı Dil Biliyor musunuz?	Evet	195	62.9
	Hayır	115	37.1
Kaç Yıldır Bu İlde Çalışıyorsunuz?	1-5 Yıl	78	25.2
	6-10 Yıl	55	17.7
	11-15 Yıl	15	4.8
	16 Yıl ve Üstü	162	52.3
Şu anki İşyerinizde Kaç Yıldır Çalışıyorsunuz	1-5 Yıl	141	45.5
	6-10 Yıl	105	33.9
	11-15 Yıl	22	7.1
	16 Yıl ve Üstü	42	13.5
İşinizden Memnun musunuz?	Evet	249	80.3
	Hayır	19	6.1
	Kısmen	42	13.5
İş Yerinizdeki Pozisyonunuz Nedir?	Şube Müdürü	89	28.7
	Müdür Yardımcısı	70	22.6
	Uzman	24	7.7
	Servis Yetkilisi	75	24.2
	Diğer	52	16.8
Pozisyon Olarak Olmak İstedığınız Yerde misiniz?	Evet	222	71.6
	Hayır	88	28.4

Yukarıdaki Tablo 3.'deki demografik özellikler incelendiğinde; araştırmaya katılanların %51.6'sı kadın ve %48.4'ünün erkek olduğu görülmektedir. Örneklemin cinsiyet faktörüne göre dengeli bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların grupları incelendiğinde, 18-24 yaş arası %2,9, 25-34 yaş arası %46,1, 35-44 yaş arası %43,2, 45-54 yaş arası %15,2 ve 55 yaş üzeri ise %1,6'dır. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde ise, %74,8'i evli, %21,9'u bekâr ve %3,2'si ve dul/boşanmış oldukları görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında, % 1,6'sı lise, %

7,7'si ön lisans, % 81,9'u lisan, % 8,4'ü yüksek lisans ve % 0,3'ü de doktora mezunu oldukları görülmektedir. Katılımcıların, % 62,9'u yabancı dil bilirken, %37,1'de yabancı dil bilmedikleri görülmektedir.

Katılımcıların % 25,2'si 1-5 yıldır buldukları şehirde yaşamaktadır, 6-10 yıl arası yaşayanlar % 17,7'si oluşturmakta, 11-15 yıl arası yaşayanlar % 4,8'sini oluşturmakta ve 16 yıl ve üzeri yaşayanlar ise % 52,3'ünü oluşturmaktadır. Katılımcıların 1-5 yıl arası bu işyerinde çalışanlar % 45,5'ini oluşturmakta, 6-10 yıl arası çalışanlar % 33,9'unu oluşturmakta, 11-15 yıl arası çalışanlar % 7,1'ini oluşturmakta ve 16 yıl ve üzeri çalışanlar ise % 13,5'ini oluşturmaktadır. Katılımcıların % 80,3'ü işinden memnun oldukları ve % 6,1'nin memnun olmadıkları ve % 13,5'nin ise kısmen memnun oldukları görülmektedir. Katılımcıların % 28,7'si şube müdürü, % 22,6'sı müdür yardımcısı, % 7,7'sinin uzman, % 24,2'sinin servis yetkilisi ve % 16,8'nin ise diğer personel olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 71,6'sının pozisyon olarak istedikleri yerde olduğu ve % 28,4'nün de istedikleri pozisyonda çalışmadıkları görülmektedir.

Katılımcıların Kullanılan Ölçeklere Yönelik Algı Düzeyleri: Katılımcıların iş tatmini ve sosyal sermaye ilişkisine yönelik tutum ortalamaları ve standart sapmaları belirlenmiş ve sonuçlar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların İş Tatmini Ölçeğine Göre Yönelik Algıları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
Çalışanların kişi, kurum ve düzenlemelere olan güveni iş performansını etkilemektedir.	1.70	0,845
Çalışanların iş memnuniyeti önemsenmektedir.	1.93	0,888
Çalışanların iş yeri memnuniyeti önemsenmektedir.	1.99	0,943
Çalışanların şikâyet ve itirazları dikkate alınmaktadır.	1.92	1,01
Çalışanlar arası ilişkilerin kalitesine dikkat edilmektedir.	1.85	0,885
Çalışma ortam ve koşullarıyla ilgili yapılacak düzenlemelerde çalışan görüşlerine başvurulur.	1.99	1,05
Çalışanlar için adil ödüllendirme sistemi uygulanmaktadır.	2.16	1,12
Çalışanların motivasyonlarını arttırmak adına etkinlikler düzenlenmektedir.	1.99	0,950
Çalışanların performansları belli periyotlarda incelenip değerlendirmeye alınmaktadır.	1.72	0,753
Çalışanların performansları müşteri sayısını etkilemektedir	1.61	0,611
Müşterilerin çalışanlara olan güveni bankaya bağlılığını arttırır.	1.55	0,523
Müşterilerin çalışanlara olan güveni bankanın verimliliğini arttırır.	1.56	0,534
Müşterinin bankaya olan bağlılığı müşteri sayısından çok daha önemlidir.	1.75	0,826

Katılımcıların iş tatmini ölçeğine ilişkin aritmetik ortalamalara bakıldığında çalışanların iş tatminine yönelik algı düzeylerinin genel olarak "yüksek" seviyede olduğu (

\bar{x} :1,81) söylenebilir. Bununla birlikte katılımcıların bankalarda en yüksek düzeyde algıladığı iş tatmin önermelerinin “Müşterilerin çalışanlara olan güveni bankaya bağlılığını artırır önermesi” (\bar{x} :1,55) ile “Müşterilerin çalışanlara olan güveni bankanın verimliliğini artırır” (\bar{x} :1,56) önermesi olduğu tespit edilmiştir. Her iki önermeyi ise “Çalışanların performansları müşteri sayısını etkilemektedir” (\bar{x} :1,61) önermesinin takip ettiği görülmektedir. Bununla birlikte bankalarda “çalışanlar için adil ödüllendirme sistemi uygulanmaktadır” (\bar{x} :2,16) önermesi ise katılımcılar tarafından en düşük düzeyde sahip olunan iş tatmini önermesi olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Sermaye Ölçeğine İlişkin Algıları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
İşe alma sürecinde bireyin referansları dikkate alınmaktadır.	1.98	0,953
İşe alırken tavsiye edilmiş olan bireylere öncelik verilmektedir.	2.18	1.02
Çalışanların iş başvurusu yapan adaylarla ilgili fikirleri dikkate alınmaktadır.	2.17	1.05
Mülakat sırasında bireyin sosyal açıdan özellikleri irdelenmektedir.	2.00	0,931
İşe alma sürecinde bireyin sosyal çevre ile uyumuna ve iletişim gücüne önem verilmektedir.	1.75	0,761
Bankamızda sosyal sermaye düzeyi yüksek çalışanlarımız bulunmaktadır.	2.10	1.13
Bankamız bünyesinde sosyal sermayesi güçlü çalışanlar daha ayrıcalıklıdır.	2.19	1.19
Sosyal sermayesi güçlü çalışanların iş ve işyeri memnuniyetleri önemsenmektedir.	1.99	0,967
Sosyal sermayesi güçlü çalışanların fikir ve kararları bankamız tarafından desteklenmektedir.	2.07	1.07
Çalışanların sosyal sermaye düzeylerini arttırmaya yönelik etkinlikler düzenlenmektedir.	2.10	1.10
Sosyal sermaye düzeyi yüksek çalışanların varlığı, bankaya rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.	1.94	0,990

İlgili tablo incelendiğinde katılımcıların sosyal sermaye algı düzeylerinin genel olarak “yüksek” seviyede (\bar{x} :2,04) olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan katılımcıların sosyal sermaye ölçeğinde en yüksek düzeyde algıladığı önermeler ise “İşe alma sürecinde bireyin sosyal çevre ile uyumuna ve iletişim gücüne önem verilmektedir” (\bar{x} :1,75) önermesi ile “Sosyal sermaye düzeyi yüksek çalışanların varlığı, bankaya rekabet üstünlüğü sağlamaktadır” (\bar{x} :1,94) önermesi olduğu tespit edilmiştir. Her iki önermeyi ise “İşe alma sürecinde bireyin referansları dikkate alınmaktadır” (\bar{x} :1,98) önermesinin takip ettiği görülmektedir. Katılımcıların sosyal sermaye ölçeğinde en düşük düzeyde algıladığı önerme ise “Bankamız bünyesinde sosyal sermayesi güçlü çalışanlar daha ayrıcalıklıdır” (\bar{x} :2,19) önermesinin olduğu tespit edilmiştir.

İş Tatminine İlişkin Faktör Analizi: İş tatmini ölçeğinin önermelerine ilişkin temel boyutları belirlemek için, toplam 13 adet önermeye, temel bileşenler yöntemi ile varimax rotasyonlu keşfedici faktör analizi uygulanmış ve 3 faktör elde edilmiştir. Elde edilen 3 faktör toplam varyansın %60,11'ni açıklamaktadır. Araştırma verilerine betimleyici faktör analizi uygulayabilme koşulunu gösteren KMO (Kaise-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) örneklem yeterlilik ölçüsü (0,814) ve araştırma verilerinden anlamlı sonuçlar çıkabileceğini gösteren küresellik derecesi (Barlett's Test of Aphericity; 1.625E3; P<,000) yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüm değişkenlerin güvenilirliğini gösteren Cronbach Alpha katsayısı 0,84'dür.

Tablo 6. İş Tatminine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans%
Faktör 1: Motivasyon ve Bağlılık		4.826	37.122	37.122
18.Çalışanların motivasyonlarını arttırmak adına etkinlikler düzenlenmektedir.	0,808			
19.Çalışanların performansları belli periyotlarda incelenip değerlendirmeye alınmaktadır.	0,755			
17.Çalışanlar için adil ödüllendirme sistemi uygulanmaktadır.	0,629			
16. Çalışma ortam ve koşullarıyla ilgili yapılacak düzenlemelerde çalışan görüşlerine başvurulur.	0,567			
23.Müşterinin bankaya olan bağlılığı müşteri sayısından çok daha önemlidir.	0,437			
Faktör 2: Memnuniyet ve Performans		1.912	14.705	51.827
13.Çalışanların iş yeri memnuniyeti önemsenmektedir.	0,753			
12.Çalışanların iş memnuniyeti önemsenmektedir.	0,719			
11.Çalışanların kişi, kurum ve düzenlemelere olan güveni iş performansını etkilemektedir.	0,698			
14. Çalışanların şikâyet ve itirazları dikkate alınmaktadır.	0,655			
15.Çalışanlar arası ilişkilerin kalitesine dikkat edilmektedir.	0,597			
Faktör 3: Güven		1.077	8.283	60.11
22.Müşterilerin çalışanlara olan güveni bankanın verimliliğini artırır.	0,855			

21.Müşterilerin çalışanlara olan güveni bankaya bağlılığını arttırır.	0,809			
20.Çalışanların performansları müşteri sayısını etkilemektedir	0,659			
Tüm Değişkenler için Cronbach Alfa Katsayısı				0.84

Analiz sonucunda elde edilen birinci faktörü niteleyen değişkenler motivasyon ve bağlılıkla ilgili değişkenlerdir. Buradan hareketle faktör 1 motivasyon ve bağlılık olarak adlandırılmıştır. Toplam 5 değişkenden oluşan motivasyon ve bağlılık faktörü, 4.826'lık bir öz değere sahip olup, toplam varyansın % 37,122'sini açıklamaktadır. Memnuniyet ve Performans olarak adlandırılan ikinci faktörü niteleyen 5 değişken açıklanan varyansın % 14.705'ni açıklamakta ve öz değeri 1,912'dir. Ölçeği oluşturan üçüncü faktör güven olarak adlandırılmış olup 3 değişkenden oluşmaktadır. Öz değeri 1.077 olup açıklanan varyansı 8.283'dür.

Sosyal Sermaye Algısına İlişkin Faktör Analizi: Sosyal sermaye algısı değişkenlerine ilişkin temel boyutları belirlemek için, toplam 11 adet değişkene, temel bileşenler yöntemi ile varimax rotasyonlu faktör analizi uygulanmış ve 3 faktör elde edilmiştir. Elde edilen 3 faktör toplam varyansın % 69.547'sini açıklamaktadır. Araştırma verilerine betimleyici faktör analizi uygulayabilme koşulunu gösteren KMO (Kaise-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) örneklem yeterlilik ölçüsü (0,847) ve araştırma verilerinden anlamlı sonuçlar çıkabileceğini gösteren küresellik derecesi (Barlett's Test of Aphericity; 1.676E3; P<,000) yeterli düzeydedir. Ayrıca tüm değişkenlerin güvenilirliğini gösteren Cronbach Alpha katsayısı 0.83'dür.

Tablo 7. Sosyal Sermaye Algısına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Öz Değer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans %
Faktör 1: Sosyal Sermayesi Güçlü Çalışanlar		4.565	41.502	41.502
32.Sosyal sermayesi güçlü çalışanların fikir ve kararları bankamız tarafından desteklenmektedir.	0,906			
34.Sosyal sermaye düzeyi yüksek çalışanların varlığı, bankaya rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.	0,864			
31.Sosyal sermayesi güçlü çalışanların iş ve işyeri memnuniyetleri önemsenmektedir.	0,862			
33.Çalışanların sosyal sermaye düzeylerini arttırmaya yönelik etkinlikler düzenlenmektedir.	0,857			
30.Bankamız bünyesinde sosyal sermayesi güçlü çalışanlar daha ayrıcalıklıdır.	0,777			
29. Bankamızda sosyal sermaye düzeyi yüksek çalışanlarımız	0,713			

bulunmaktadır.				
Faktör 2: Referans ve Tavsiye		2.046	18.603	60.105
25.İşe alırken tavsiye edilmiş olan bireylere öncelik verilmektedir.	0,847			
24.İşe alma sürecinde bireyin referansları dikkate alınmaktadır.	0,796			
26.Çalışanların iş başvurusu yapan adaylarla ilgili fikirleri dikkate alınmaktadır.	0,610			
Faktör 3: Sosyal Özellikler		1.039	9.442	69.547
28. İşe alma sürecinde bireyin sosyal çevre ile uyumuna ve iletişim gücüne önem verilmektedir.	0,863			
27.Mülakat sırasında bireyin sosyal açıdan özellikleri irdelenmektedir.	0,769			
Tüm Değişkenler için Cronbach Alfa Katsayısı				0.83

Analiz sonucunda elde edilen birinci faktörü niteleyen değişkenler sosyal sermayesi güçlü çalışanlar ile ilgili değişkenlerdir. Buradan hareketle faktör 1 sosyal sermayesi güçlü çalışanlar olarak adlandırılmıştır. Toplam 6 değişkenden oluşan sermayesi güçlü çalışanlar faktörü, 4,565'lik bir öz değere sahip olup, toplam varyansın % 41.502'sini açıklamaktadır. Referans ve tavsiye olarak adlandırılan ikinci faktörü niteleyen 3 değişken açıklanan varyansın % 18.603'nü açıklamakta ve öz değeri 2.046'dır. Üçüncü faktör 3 sosyal özellikler olarak adlandırılmış olup 2 değişkenden oluşmaktadır. Sosyal özellikler boyutunun öz değeri 1.039 olup açıklanan varyansı 9.442'dir.

4. SONUÇ

Sosyal sermaye bireylerin güven, adalet, dürüstlük, fedakârlık, dayanışma, iyi niyet gibi sosyal erdemlerin bulunduğu toplumun çıkarları doğrultusunda değere dönüştürebilmeye teşvik eden bir güçtür. Bu gücü faaliyete geçiren en önemli faktör ise bireylerin birbirlerine, topluma, idari ve siyasi otoriteye ve normlara olan güvendir. Güvene dayalı karşılıklı ilişkilerin ekonomik yansıması olarak da ifade edilen sosyal sermaye, taraflar arasındaki bu döngüsel hareket ile toplumda huzuru sağlarken bireylerin gelecek kaygısını azaltacaktır. İşgörenlerin birtakım eylemleri gerçekleştirmek, kolaylaştırmak, devamlılığını sağlamak veya belirlediği amaçlara ulaşabilmelerinde sosyal sermaye birikimleri etkili olmaktadır. Belirli bir sosyal sermaye düzeyine sahip olan bir işgören, sahip olduğu sosyal ilişkiler sayesinde bilgiye ulaşımı kolaylaşacak ve muhtemel fırsat ve imkânları yakalama konusunda avantaj sağlayacaktır. Bu noktadan hareketle bireysel getiri sağlayan işgören örgütsel verimlilik ve performans üzerinde de etkili olacaktır. Örgütsel verimlilik ve performansın nihai sonucu olarak görülen iş tatmini, günümüzde örgütlerin mevcut ve gelecek durumunu ifade eden göstergelerden biri olarak kabul edilirken, işgörenlerin örgüte bağlılık ve sadakatini arttırmaktadır.

Sosyal ve beşeri sermaye düzeyi yüksek olan işgörenin işinden ve işyerinden beklentisi de yüksek olacaktır. Maddi ve manevi açıdan tatmin olan işgören, etik kurallar dışına çıkmayacak ve böylece örgütün menfaatlerini olumsuz etkileyecek davranışlarda bulunmayacaktır. Diğer bir deyişle söz konusu işgören kendi kişisel çıkarları için örgütün menfaatlerini riske atmayacaktır. Bu noktadan hareketle, çalışmada temelini güvene

dayalı karşılıklı ilişkilerin oluşturduğu bankalarda faaliyet gösteren işgörenlerin, sosyal sermaye düzeylerinin iş tatminlerini ne derece etkilediğinin tespiti amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında önce örneklem grubunu oluşturan banka çalışanlarının konu ile ilgili genel profilinden bahsetmek sonuçların değerlendirilmesinde fayda sağlayacaktır. %51,6'sının kadın ve %48,4'ü erkeklerin oluşturduğu katılımcıların % 81,9'u lisans mezunudur. Katılımcıların bulunduğu bankada çalışma süresi incelendiğinde % 45,5'inin 1- 5 yıl arasında, % 33,9'u ise 6-10 yıl olduğu görülmüştür. Ayrıca "Şu anki işinizden memnun musunuz?" sorusuna katılımcıların % 80,3'ü "Evet" cevabını verirken % 6,1'inin "Hayır" cevabını verdiği, % 13,5'inin ise çalıştıkları işlerinden kısmen memnun olduklarını tespit edilmiştir. Öte yandan katılımcıların % 71,6'sı şuanda bulunduğu pozisyonun istediği yer olduğunu belirtirken % 28,4'ü ise şuanda bulunduğu pozisyonun istediği yer olmadığını belirttiği söz konusu araştırmada ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur. Söz konusu sonuçlar değerlendirildiğinde katılımcıların büyük bir kısmının mevcut işinden memnun olduğunu ve yine yaklaşık oranda katılımcıların işyerindeki pozisyonlarının istedikleri yer olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların iş tatmini ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama sonuçları işgörenlerin iş tatminine yönelik algı düzeylerinin genel olarak "yüksek" seviyede olduğu (:1,81) göstermektedir. Bununla birlikte katılımcıların bankalarda en yüksek düzeyde algıladığı iş tatmin önermelerinin çoğunun güven ile ilgili oluşu dikkat çekmektedir. Bankacılık sektörünün güvene temelinde şekillenen insan ilişkileri ile faaliyet gösterdiği düşünüldüğünde, bu sonucun yerinde olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan müşterilerin bankaya ve çalışanlara karşı güven duymasının bireysel ve örgütsel performansı artırırken müşterilerin bankaya olan bağlılığını arttırdığı sonucuna varılmıştır. Diğer taraftan bankalarda "çalışanlar için adil ödüllendirme sistemi uygulanmaktadır" (:2,16) önermesi ise katılımcılar tarafından en düşük düzeyde sahip olunan iş tatmini önermesi olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun işinden memnun olmasına rağmen bankanın işgörenler arasında adil ödüllendirme sistemi uygulamadığını düşünmelerinde sosyal sermayenin etkili olduğu düşünülmektedir. Şöyle ki sosyal çevresini değere dönüştürebilen işgören sosyal sermaye birikimini arttıracak ve belirli bir müşteri portföyüne sahip olacaktır. Bu sayede müşteri sayısındaki artış ve istikrar örgütsel getiriye de beraberinde getirecektir. Dolayısıyla müşteriler tarafından tercih edilen işgören örgüte sağladığı getiri neticesinde maddi ve manevi açıdan ödüllendirilecektir.

Sosyal sermayenin ekonomik ve sosyal birçok olumlu etkisi söz konusudur. Güçlü sosyal sermaye, ekonomik büyümeye, işgücü piyasalarının etkin çalışmasına, toplumun eğitim ve sağlık düzeyine, suç oranının azalmasına, kamu kurumlarının etkin çalışmasına katkıda bulunur. Özellikle işgücü piyasasının etkinliği bireylerin eş, dost, tanıdık, arkadaş çevresi ile olan kişisel ilişkilere bağlıdır. İşsiz bir bireyin sosyal çevresinin genişliği, tanıdığı kişi sayısı veya tanınma düzeyi ölçüsünde iş bulma süreci kısalmır ve daha az maliyetli olur. Böylelikle işsizlik süresi kısalmırken işgücü piyasalarının etkinliği artar. Katılımcılarımızın sosyal sermaye algı düzeyleri incelendiğinde "yüksek" seviyede (\bar{x} :2,04) olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan sosyal sermaye ölçeğinde yüksek düzeyde algılanan önermelere bakıldığında bankaların işe alma sürecinde bireyin sosyal çevre ile uyumuna ve iletişim gücüne öncelik verdikleri ve sosyal sermaye düzeyi yüksek işgörenlerin, kurum için rekabet üstünlüğü sağladığına inandıkları tespit edilmiştir.

Ayrıca işe alma sürecinde bireylerin referanslarının süreci hızlandırmada etkili olduğu dikkat çekmektedir

İşgören sahip olduğu sosyal sermaye birikimi ile işgücü piyasasındaki fırsat ve olanaklara kolayca erişebilme imkânı elde edebilecek ve kendisi ile başka bir işgören arasında karşılaştırma yapabilecektir. İşgörenin, beşeri sermayesinin yanında değere dönüştürülebilen sosyal ilişkilere de sahip olması kişiye mevcut koşul ve taraflara karşı daha güçlü ve gerektiğinde müdahale edebilecek bir birey olmasını sağlayacaktır. Çalıştığı iş yerinden maddi ve manevi açıdan doyuma ulaşamayan ve belli bir sosyal sermaye birikimine sahip olan işgörenin örgüte bağlılığı azalacak ve ilk fırsatta mevcut durumu iyileştirmek için girişimde bulunacaktır. Özellikle güvene dayalı ilişkiler temelinde faaliyet gösteren bankacılık sektöründe, söz konusu bu durumuna sıklıkla rastlanmaktadır. Söyle ki, karşılıklı güvene dayalı ilişkiler neticesinde belirli bir müşteri portföyüne sahip olan banka çalışanı yaşadığı iş tatminsizliği neticesinde mevcut işinden ayrılarak bir başka bankaya geçerken söz konusu müşterilerin bir kısmının da geçiş yapmasına neden olabilecektir. Bu durum işgörenin çalıştığı banka için bir takım kayıplara sebep olurken geçiş yapacağı banka için getiri sağlayacaktır. Söz konusu bu durumun sektörde ranta dönüşmesi, etik kuralları zedelerken işgörenler arasındaki adaleti etkileyebilecektir.

KAYNAKÇA

- Eren E.(2006). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Erselcan F. (2009). Disiplinlerarası Ortak Bir Çalışma Alanı Olarak Sosyal Sermaye C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık 2009, Cilt: 35, Sayı: 2, s.s.248-256.
- Field J. (2008). Sosyal Sermaye, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, Çev. Bahar Bilgen ve Bayram Şen.
- Hodson O. R. (1997). "Group Relations at Wor", *Work and Occupations*, Cilt. 24, No.4, 1997, ss. 426-452.
- Karagül M. (2012). Sosyal Sermaye (Kapitalizmin Kör Noktası), Nobel Yayınları.
- Karagül M. ve DüNDAR S. (2006). Sosyal Sermaye Ve Belirleyicileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma, *Akdeniz LLB.F. Dergisi* (12),ss. 61-78.
- Montgomery, J.D. (1991), "Social networks and labor-market outcomes: Toward an economic analysis", *American Economic Review*, 81, pp. 1408-1418.
- Öğüt Â. ve Erbil C. (2009). Sosyal Sermaye Yönetimi: Strateji Enformasyon, Güven. Çizgi Kitapevi.
- Putnam R. (1993). *Making Social Capital Work: A Review of Robert Putnam's Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton Universty Press.
- Requena F. (2003). "Social Capital, Satisfaction and Quality of Life in the Workplace", *Social Indicators Research*, Cilt. 61, No. 3, 2003, ss. 331-360.
- Robert Baum J. ve Wally S. (2003). *Strategic Decision Speed And Firm .*
- Seibert, S.E., Kraimer, M.L. And Liden, R.C. (2001), "A Social Capital Theory of Career Success", *Academy of Management Journal*, Vol:44 No:2, pp. 219-225.
- Woolcok M. (1998), "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework", *Theory and Society*, 27, ss. 151-208.
- World Bank. (1998). *The Initiative on Defining, Mentoring and Measuring Social Capital: Over view And Program Description*", *Social Capital Initiative Working Paper No: 1*, pp.1-33.