T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ENTELEKTÜEL SERMAYE VE BİLGİ YÖNETİMİNİN PERFORMANSA ETKİLERİ

Erşan CİĞERİM
DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

GEBZE
2020

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ENTELEKTÜEL SERMAYE VE BİLGİ YÖNETİMİNİN PERFORMANSA ETKİLERİ

Erşan CİĞERİM
DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Gökhan ÖZER

II. Danışman
Doç. Dr. M. Şahin GÖK

GEBZE
2020

GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	DOKTORA JÜRİ ONAY FORMU

GTÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 21/12/2020 tarih ve 2020/037 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 28/12/2020 tarihinde tez savunma sınavı yapılan **ERŞAN CİĞERİM'**in tez çalışması İşletme Anabilim Dalında **DOKTORA** tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : PROF. DR. GÖKHAN ÖZER

ÜYE : PROF. DR. OYA ERDİL

ÜYE : PROF. DR. HAKAN KİTAPCI

ÜYE : PROF. DR. CEMAL ZEHİR

ÜYE : DR. ÖĞR. ÜYESİ MURAT ÖZCAN

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun …..…/…..…/..…..… tarih ve ……/……... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

ÖZET

İşletmeler rakipleriyle zorlu ve yoğun bir rekabet içerisinde varlıklarını devam ettirme mücadelesi vermektedir. Teknolojik gelişmeler, rakipler arası mücadeleler ve müşteri istek ve ihtiyaçlarının günümüzde hızla değişiyor olması işletmelerin, bu kadar bilinmez ve belirsizlik ortamında ayakta kalmalarını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle işletmeler varlıklarını devam ettirmek için dinamik bir yapı içerisinde, rakiplerinden her zaman bir adım önde ve farklılaşmış olmak zorundadır. İşletmeler bu farklılaşmayı satış, pazarlama, üretim ya da dağıtım kanallarında farklı yöntemlerle gerçekleştirebileceği gibi son dönemlerde entelektüel sermaye ve bilgi yönetim yapılarında yaptıkları yeniliklerle de gerçekleştirebilmektedir. İşletmelerin bünyesinde gerçekleştirdikleri tüm bu farklılaşmalar da beraberinde işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında işletmelerin entelektüel sermaye ve bilgi yönetim stratejilerinin firma performansı üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda Deloitte tarafından 2018 yılında Türkiye'nin en hızlı büyüyen teknoloji şirketleri baz alınarak hazırlanmış olan "Technology Fast 50" listesine yer alan firmalara yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın veri toplama yöntemi olarak ise anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sonucunda yapılan analizlere göre entelektüel sermayenin bilgi yönetimini stratejileri, bilgi yönetimi stratejilerinin ise firma performansı üzerinde direkt ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte entelektüel sermayenin firma performansını bilgi yönetimi stratejileri üzerinden etkilemekte olduğu; yani entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide bilgi yönetimi stratejilerinin aracılık etkisi ortaya çıkmaktadır. Araştırma bulguları, firmaların küresel yenilikçilikleri arttıkça, bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkiyi pozitif yönlü olarak güçlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Entelektüel Sermaye, Bilgi Yönetimi, Firma Performansı, Küresel Yenilikçilik Performansı, Technology Fast 50.

SUMMARY

Companies are struggling to survive in stiff and intense competition with their competitors. Technological developments, contests between competitors, and the rapid change of customer demands and needs today make it difficult for businesses to survive in such an unknown and uncertain environment. For this reason, companies must always be one step ahead and differentiated from their competitors in a dynamic structure to continue their existence. Business enterprises can realize this differentiation with different sales methods, marketing, production, distribution channels and the innovations they have made in intellectual capital and information management structures. All these differentiation in the structure of the enterprises provide a competitive advantage. Within the scope of this study, it is aimed to reveal the effects of the intellectual capital and information management strategies of the enterprises on the firm performance. Based on the companies included in the Technology Fast 50 2018 list published by Deloitte, the intellectual capital, knowledge management, innovation, and firm performance relationship of the enterprises were analyzed. The survey method was preferred as the data collection method of the study. As a result of the analysis, it is seen that intellectual capital directly and significantly ffects knowledge management strategies. Knowledge management strategies have a direct and significant effect on firm performance. In addition to this, it has emerged that intellectual capital affects firm performance through knowledge management strategies. Knowledge management strategies mediate the relationship between intellectual capital and firm performance. As a result, the research findings contribute to the knowledge management literature from the point of innovation by demonstrating that the relationship between knowledge management strategies and firm performance gains strength when the companies' global innovativeness increases.

Keywords: Intellectual Capital, Knowledge Management, Firm Performance, Global Innovation Performance, Technology Fast 50.

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans ve Doktora eğitimim boyunca her zaman yanımda olan, değerli bilgi ve desteğini asla esirgemeyen ve beni motive eden kıymetli hocam, danışmanım, değerli büyüğüm Prof. Dr. Gökhan ÖZER'e,

Üzerimde büyük emekleri bulunan kıymetli hocalarım Prof. Dr. Oya ERDİL ve Prof. Dr. Cemal ZEHİR'e,

Bilgi birikimleri ile birer hoca olarak çalışmamda yardımlarını esirgemeyen, dostluklarıyla da çalışmamın bitmesinde önemli motivasyon kaynağım olan Prof. Dr. Hakan KİTAPCI, Doç. Dr. Ayşe GÜNSEL, Dr. Öğr. Üyesi Murat ÖZCAN'a,

Kıymetli dostum Doç. Dr. M. Şahin GÖK'e,

Çalışma süresince hiçbir mecburiyetleri olmamasına rağmen kahrımı çeken ve yardımlarını esirgemeyen kıymetli kardeşlerim, değerli dostlarım Arş. Gör. Ahmet Tarık USTA ve Arş. Gör. Tuğkan ARICI'ya,

İlk öğretmenim, Edirnekapı eşrafından dedem merhum Hacı Mustafa ALEMDAR'a ve onun bana kıymetli emanetleri anneannem ve teyzeme,

Tüm hayatım boyunca bana, okumanın, araştırmanın ve doğru insan olmanın önemini öğreten kıymetli babam Mithat CİĞERİM başta olmak üzere, annem, kardeşim ve güzel Aylin'e,

Kederde, hüzünde her zaman yanımda olan can yoldaşım, birbirinden güzel üç canımın biricik anneleri, hayatımın manası kıymetli eşim ve göz bebeğim evlatlarıma,

28 yıl sonra Karabağ'daki işgale son veren, gazi ve şehitlerimize, Can Azerbaycan'a,

Şükran ve Minnetle…

Saygılarımla,
Erşan CİĞERİM

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	**IV**
SUMMARY	**V**
TEŞEKKÜR	**VI**
İÇİNDEKİLER	**VII**
ŞEKİLLER DİZİNİ	**IX**
TABLOLAR DİZİNİ	**X**
1. GİRİŞ	**1**
2. SERMAYE KAVRAMI VE ENTELEKTÜEL SERMAYE	**4**
2.1. Sermaye Kavramı	4
2.2. Yeni Sermaye Yaklaşımı	5
2.2.1. Beşeri Sermaye	5
2.2.2. Kültürel Sermaye	6
2.2.3. Sosyal Sermaye	7
2.3. Entelektüel Sermayenin Tanımı ve Önemi	8
2.4. Entelektüel Sermayenin Unsurları	13
2.4.1. İnsan Sermayesi	14
2.4.2. Yapısal Sermaye	17
2.4.3. İlişkisel Sermaye	18
3. BİLGİ YÖNETİMİ	**20**
3.1. Tanımı ve Önemi	20
3.2. Bilgi Yönetimi Süreçleri	25
3.2.1. Bilgi Üretimi ve Geliştirme	25
3.2.2. Bilgi Kodlama ve Depolama	26
3.2.3. Bilgi Paylaşımı ve Dağıtımı	27
3.2.4. Bilgi Kullanımı ve Değerlendirilmesi	28
4. İNOVASYON KAVRAMI	**30**
4.1. Tanımı	30
4.2. İnovasyonun Önemi	32
4.3. İnovasyon Türleri	34
4.3.1. Ürün Yeniliği	35
4.3.2. Süreç Yeniliği	36
4.3.3. Pazarlama Yeniliği	37
4.3.4. Organizasyonel Yenilik	37
4.4. Entelektüel Sermaye ve İnovasyon Arasındaki İlişki	38
4.5. Küresel Yenilikçilik	42

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
5. FİRMA PERFORMANSI	**43**
5.1. Firma Performansı Ölçümünün Amacı ve Önemi	47
5.2. Firma Performansının Alt Boyutları	48
5.2.1. Finansal Performans	48
5.2.2. Yenilik Performansı	49
6. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZ GELİŞTİRME	**51**
6.1. Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetimi Arasındaki İlişki	51
6.2. Entelektüel Sermaye ve Firma Performansı Arasındaki İlişki	52
6.3. Bilgi Yönetimi Stratejileri ve Firma Performansı Arasındaki İlişki	56
6.4. Bilgi Yönetimi ve Firma Performansı Arasındaki İlişkide İnovasyonun Düzenleyicilik Rolü	60
6.5. Entelektüel Sermaye ve Firma Performansı İlişkisinde Bilgi Yönetimi Stratejilerinin Aracılık Rolü	62
7. METODOLOJİ	**64**
7.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler	64
7.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	65
7.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları	66
7.4. Araştırmanın Metodolojisi	66
7.4.1. Veri Toplama Süreci ve Örneklem	66
7.4.2. Ölçeklerin Oluşturulması	68
7.5. Analiz ve Sonuçlar	69
7.5.1. Ölçüm Geçerliliği ve Güvenilirliği	69
7.5.2. Araştırma Verilerinin Analizi ve Sonuçlar	72
7.5.3. Aracılık Etkisi Testi	74
8. TARTIŞMA VE ÖNERİLER	**77**
8.1. Kısıtlar ve Öneriler	80
KAYNAKLAR	**83**
ÖZGEÇMİŞ	**103**
EKLER	**104**

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Sayfa
3.1: Bilgi Hiyerarşisi	22
3.2: SECI Modeli	23
4.1: İnovasyon Türleri	35
5.1: Firma Performansı Ölçütleri	45
7.1: Araştırma Modeli	64
7.2: Entelektüel Sermayenin İkinci Dereceden Faktör Analizi	70
7.3: Bilgi Yönetimi Stratejisinin İkinci Dereceden Faktör Analizi	70
7.4: Araştırma Sonucunda Oluşan Model	74

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo No	Sayfa
2.1: Entelektüel Sermaye Tanımları	12
2.2: Entelektüel Sermaye Unsurları	14
2.3: İşletme Çalışanlarının Sınıflandırılması	16
2.4: Yapısal Sermaye Unsurları	18
7.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri	67
7.2: Çalışmanın Ölçek Referansları	68
7.3: Faktör Yükleri	71
7.4: Korelasyon ve Güvenilirlik Değerleri	72
7.5: Hipotez Testi Sonuçları	73
7.6: Araştırma Bulgularının Özeti	74
7.7: Hipotez Testi Sonuçları	75
7.8: Hipotez Testi Sonuçları	76

1. GİRİŞ

İşletmeler, 20'nci yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla gelişen teknoloji ve artan alım gücünün etkisi ile "*her arz kendi talebini üretir*" bakış açısından, "*müşteri ve kalite odaklı*" bir bakış açısına geçmiş durumdadır. Özellikle küreselleşmenin ve teknolojik gelişmelerin beraberinde getirmiş olduğu değişim ve zorlu rekabet koşulları işletmeler için birer tehdit unsuru haline gelmiş; işletmeler yaşanan teknolojik gelişmeler, refah artışı ve müşteri istek ve arzularının hızla değişmesi nedeniyle rakiplerinden farklılaşmak ve sürdürülebilir müşteri memnuniyeti yaratmak için emek yoğun üretim süreçlerinden bilgi ve teknoloji yoğun üretim süreçlerine geçmişlerdir. İçerisinde bulunduğumuz teknoloji ve bilgi çağında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ancak; bilgiyi elde etme, geliştirebilme, sürdürülebilme ve ürettikleri ürün/hizmetlerde kullanılabilir hale getirmelerine bağlıdır. Özellikle müşteri istek ve ihtiyaçlarının doyma noktasına ulaşması, müşteri değer algısının ön plana çıkması ve tüm rakiplerin benzer teknolojik yetkinliklere sahip olması gibi nedenler sonucunda işletmeleri rakiplerinden ayıran en büyük güç sahip oldukları entelektüel sermayeleri olmuştur.

Sermaye yoğun üretim süreçlerinin yerini, zamanla, bilgi yoğun süreçlere bırakmasıyla daha da önem kazanmış olan entelektüel sermaye, "*işletmelerin finansal tablolarında görünmeyen varlıkların tamamı*" olarak tanımlanmaktadır (Ross and Ross, 1997). İçerisinde insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi kavramlarını da barındıran entelektüel sermaye; işletmelerin rakiplerinden farklılaşmasına yardımcı olan, bilgi tabanlı ve maddi olmayan en önemli varlık olarak kabul edilmekte ve işletmelerin "değer" üretmesindeki en önemli etkenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Barkat et al., 2018). Ar-Ge çalışmaları, Fikri Sınai Mülkiyet Hakları, işletmenin sahip olduğu süreçler, geçmiş tecrübeler, bilgi birikimler ile çalışanların açık ve örtük tüm yetkinliklerini bünyesinde toplayan entelektüel sermaye günümüzde, işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmesinde temel önceliklerden birisi haline gelmiştir.

Küreselleşme ile ticari sınırların ortadan kalkması ve aynı sektör içerisinde benzer ürün/hizmetleri arz eden pek çok işletmenin ortaya çıkmasıyla iyice şiddetlenen rekabet neticesinde bilgi, rekabetçiliğin ve sürdürülebilirliğin itici gücü haline

gelmiştir. İşletmenin tüm maddi olmayan varlıklarının yani entelektüel sermayenin ortaya çıkartılması, geliştirilmesi, verimli hale getirilmesi, saklanması ve bu süreçlerin yönetilmesi ise bilgi yönetiminin konusudur. Öte yandan rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmelerin kullandıkları ve kara dönüştürdükleri bilgi kaynaklarının tamamı entelektüel sermayeye dayanmaktadır (Edvinsson and Sullivan, 1996). Buna bağlı olarak entelektüel sermayenin içerisinde barındırdığı tüm olguların bilgi yönetim stratejileri ile doğru şekilde kurgulanması sonucunda, işletmelerin yenilik ve verimlilik performanslarında da artış yaşanmaktadır.

Hiç şüphesiz ki işletmelerin içerisinde bulundukları yüksek belirsizlik ve rekabet ortamı içerisinde varlıklarını sürdürülebilmelerinin yolu bilgi temelli gelişim çabalarına ve sahip oldukları entelektüel sermayeleriyle ortaya koyacakları inovatif çalışmalara dayanmaktadır. İşletmelerin varlıklarını devam ettirebilmek, verimlilik, karlılık ve performanslarını arttırabilmek ve maliyetlerini azaltabilmek için anahtar faktör olan inovasyona ihtiyaç duyulmaktadır. İnovasyon bu anlamda işletmelerin gelecekte de var olabilmeleri için öncelikli hedef olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Değişen şartlara uyum sağlamak ancak yeniliğe adapte olabilmek ve doğru tepkileri oluşturabilmekle mümkündür. TDK Sözlüğünde (Web 1, 2020) "*yenilikten yana olma/yenilikçi olma*" şeklinde tanımlanmış olan yenilikçilik kavramı Midgley ve Dowling (1978) tarafından "*bireyin yeni fikirlere açık olma ve başkalarının deneyimlerinden bağımsız olarak yenilik hakkında karar alma*" şeklinde tanımlanmıştır. Yenilikçilik kavramının; (i) küresel yenilikçilik, (ii) yeni öğelerin benimsenmesine yönelik yenilikçilik ve (iii) yeni ürünlerin benimsenmesine yönelik yenilikçilik olmak üzere üç alt başlığı bulunmaktadır. Literatürde "Global Innovativeness", "Innate Innovativeness", "Innovative Predisposition" ve "Dispositional Innovativeness" kavramlarıyla da ele alınmakta olan küresel yenilikçilik kavramı bireylerin sahip olduğu ve tüm insanlarda farklı derecelerde mevcut bulunan bir kişilik özelliği olarak tanımlanmaktadır.

İnovasyonla ilgili en önemli konulardan bir diğeri de inovasyonun etkin bir şekilde yönetilmesi ve sürdürülmesidir. Bu amaçla literatürde pek çok performans ve etki analizi olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan biri de Küresel Yenilikçilik Endeksi'dir (Karaata, 2012). Cornell Üniversitesi, Avrupa İşletme Yönetimi Enstitüsü (INSEAD) ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) tarafından ortaklaşa hazırlanan

bu rapor ülkelerin inovasyon kabiliyetlerini kapsamlı şekilde inceleyerek performans durumlarını raporlamaktadır (Web 2, 2020).

Bu çalışma kapsamında, entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkiye, bilgi yönetimi perspektifinden ışık tutulması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte yenilikçilik ile bilgi yönetimi arasındaki ilişki özellikle de küresel bir perspektiften ele alınmaktadır. Küresel anlamda yenilikçi bir vizyon ve uygulamalara sahip olan işletmelerin bilgi yönetimi stratejilerini daha efektif uygulayabildikleri varsayımından yola çıkarak, bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkide, küresel yenilikçiliğin moderatör rolünün ortaya konması bu araştırmanın bir diğer amacını teşkil etmektedir.

Ayrıca bu çalışma, entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide bilgi yönetimi stratejilerinin aracı rolünü ve bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkide ise küresel yenilikçiliğin moderatör rolünü inceleyen ilk çalışma olması nedeniyle özgün bir nitelik taşımaktadır. Araştırma bulguları, entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide bilgi yönetimi stratejilerinin tam aracı rolü üstlendiğini ve işletmelerin küresel düzeye yenilikçilikleri arttıkça bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkinin şiddetini arttığını ortaya koyarak iki önemli bulgu ile literatüre katkı sağlamaktadır.

Çalışma altı ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde entelektüel sermaye ve bileşenleri; üçüncü bölümünde bilgi yönetimi ve süreçleri; dördüncü bölümünde inovasyon ve inovasyon türleri; beşinci bölümünde ise firma performansı ile ilgili literatür araştırması gerçekleştirilerek teorik değerlendirmelere yer verilmiştir.

Araştırmanın altıncı bölümünde araştırma modeli ve hipotez geliştirme hakkında bilgi verilmiştir.

Araştırmanın yedinci bölümü olan metodoloji kısmında ise araştırmanın amacı, önemi, yöntemi ve veri analizleri gerçekleştirilerek bulgulara yer verilmiştir. Araştırma bulgularının ve sonuçların tartışıldığı sekizinci bölüm ile çalışma sonlandırılmıştır.

2. SERMAYE KAVRAMI VE ENTELEKTÜEL SERMAYE

2.1. Sermaye Kavramı

Sermaye kavramı, disiplinler arası kullanılan bir terim olduğu için literatürde tek bir tanımı bulunmamaktadır. En eski kullanımı olarak karşımıza Romalı hukukçuların metinlerinde çıkan sermaye kavramı, bu metinlerde "*faizden arındırılmış olarak bir kredinin ana parası*" anlamında kullanılmıştır (Smitt and Kulynych, 2002).

Latince "sığır" ve "çiftlik hayvanı" anlamına gelen "*Capitale*" kelimesi, zaman içerisinde toplumda yaşanan gelişmeler ve ekonomik kalkınmalar sonucunda anlamını geliştirerek "para" ve "yatırım" ifadeleri içinde kullanılmaya başlanmıştır (Wolf, 2004). Sermaye kavramı günümüzde ise toprak, emek ve girişimcilik faktörlerinin yanı sıra bir diğer üretim unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

İngilizce "Capital" sözcüğünün Türkçe karşılığı olan "Sermaye" kavramı Türk Dil Kurumu Sözlüğünde (2020) "*Bir işin kurulması, yürütülmesi için gereken anapara veya paraya çevrilen malların tamamı*" olarak tanımlanmıştır. Sermaye kavramını işletme literatürü açısından incelediğimizde kavramın "*işletmenin amacına ve üretim faaliyetlerine uygun olarak toplanmış maddi ve maddi olmayan varlıkların tümü*" şeklinde ele alındığını (Karagül, 2002); iktisat literatürü açısından incelediğimizde ise "*mal ve hizmetlerin üretilmesinde insanlar tarafından kullanılan uzun ömürlü araçlar*" şeklinde tanımlandığını görmekteyiz (Şıklar vd., 2016). Sermaye kavramı iktisat literatüründe ele alındığı şekilde incelendiğinde, doğada bulunan her türlü madde ve imkana işaret edebileceği gibi (Doğal Sermaye), ürün ve hizmet üretiminde gerekli olan altyapı, hammadde ve teçhizatı da (Fiziksel Sermaye) ifade etmektedir (Kurt, 2019). Öte yandan sermaye kavramı, doğal ve fiziksel sermayeden bağımsız olarak, işletmelerin yatırım yaparken kullandığı para, kredi ve diğer fonları kapsayan Finansal Sermaye kavramını da ifade edebilmektedir (Aydemir, 2011).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü açısından sermaye kavramını ele aldığımızda "*para*" ön plana çıkmaktayken iktisadi açıdan kavram ele alındığında "*araçlar*" ön plana çıkmaktadır. Bu yönüyle sermaye kavramının, bir mal ya da hizmetin alınıp-satılması süreçlerinden çok daha derin bir anlama sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Sermaye kavramının ortaya çıkışı ve klasik yaklaşımlardaki kullanımı ise genellikle iktisat literatürü ile ilişkilidir. Sermaye kavramının üretim süreçlerinin bir unsuru olması, üretim süreçlerinde maddi kaynakların ön planda tutulması, emek yoğun süreçlerin 20'nci yüzyılın sonlarına kadar daha yoğun kullanılması ve seri üretimde insan faktörlerinin geri planda kalması gibi nedenlerle, sermaye kavramına 20'nci yüzyılın son yarısına kadar yeni anlamlar yüklenememiştir (Aydemir, 2011).

Uzun yıllar fiziksel ve doğal sermaye anlamlarıyla kullanılan sermaye kavramına, 20'nci yüzyılın son çeyreğinden bugüne yaşanan teknolojik ilerlemeler ve artan bilgi birikimi sayesinde, eğitimli çalışanların eklenmesi fikri gelişmeye başlamıştır. Küreselleşmeye bağlı olarak bilginin ulaşılabilir olması sonucunda bilgi, sermaye kavramının bir parçası olarak üretim süreçlerine dahil olmaya başlamıştır (Nahapiet and Ghoshal, 1998). Benzer şekilde Lin (2001), Sosyal Sermaye isimli eserinde klasik sermaye yaklaşımı ve yeni sermaye yaklaşımı olmak üzere sermaye kavramını ikiye ayırmıştır. Yaşanan bu gelişmelerin sonucunda sermaye kavramının sadece doğal, fiziksel ve finansal varlıkları değil, çalışanların yetenek ve eğitimlerini de kapsadığı ve daha geniş bir çerçevede ele alınabilecek bir yapıya dönüştüğü söylenebilir.

2.2. Yeni Sermaye Yaklaşımı

2.2.1. Beşeri Sermaye

Beşeri sermaye kavramı kişilerin sahip oldukları ve üretim süreçlerinde kullanılabilecek her türlü bilgi, beceri, tecrübe, eğitim, deneyim, yetkinlik vb. unsurlarını ifade etmektedir (Husz, 1998; Karagül, 2003). Klasik üretim unsurlarının zamanla geri planda kalarak bilgi ve teknolojik gelişmelerin ön plana çıktığı günümüzde işletmelerin varlığı, yaratıcılıkları ile ölçülmeye başlanmıştır. Özellikle son yıllarda üretim fonksiyonun en önemli faktörlerinden biri haline gelen beşeri sermaye, hem miktar hem de verimlilik açısından çıktı niteliğinin olumlu yönde değişmesine olanak sağlamıştır (Tunalı ve Yılmaz, 2016).

Beşeri sermaye kavramı ilk kez Adam Smith tarafından 18'nci yüzyılda kaleme alınan "*Ulusların Zenginliği*" isimli eserde, ekonomik verimlilik için insan faktörünün önemli olduğu, organize olmuş insanların gücünden yararlanmanın işgücü, zaman,

kalite ve maliyet açısından fayda sağlayacağını ifade ederek kullanılmıştır (Aydemir, 2011; Tunalı ve Yılmaz, 2016). Günümüzde ise beşeri sermayeye yönelik kapsamlı çalışmalar Schultz, Denison ve Becker tarafından yapılmıştır. Schultz (1961) kaleme aldığı çalışmasında; işletme içerisindeki çalışanların kendilerini işletmenin maddi bir parçası olarak görmesinin çalışanı değersizleştireceğini ifade etmiş; Becker (1964; Aktrn: Becker, 1993) ise, Schultz'un bu ifadelerini destekleyerek beşeri sermayenin formel ya da informal yöntemler ile eğitilmesi sonucunda verimliliğin artacağını ve toplum için daha yararlı faydaların üretileceğini ifade edilmiştir.

2.2.2. Kültürel Sermaye

Kültürel sermaye kavramı, kişilerin ya da bir grubun kültürel eğilim, tutum, inanç, gelenek, iş yapma biçimi gibi öğrendiği ve/veya edindiği beceriler olarak ifade edilmektedir (Aksoy ve Enlil, 2010; Lamont and Lareau, 1998). Crossley (2001), kültürel sermaye kavramını eğitim yoluyla aileye, aileden de bireylere transfer edilen bir miras olduğunu ve ailelerin elde ettikleri deneyimleri eğitimler ile çocuklarına da aktardıklarını ifade etmiştir. Literatürde verilmiş olan bu tanımlardan yola çıkarak kültürel sermaye kavramını, toplumun farklı kesimlerinden ve eğitim seviyelerinden gelen insanların sahip oldukları eğitim, bilgi, kültür, davranış gibi kimliklerinden elde ettikleri bilgi, tecrübe ve yetenekleri olarak tanımlayabiliriz.

Kültürel sermaye tek başına işletmelerin ya da makro açıdan ülkelerin ekonomik gelişmesine katkı sağlamaz. Ancak fiziki ve beşeri sermayenin miktarının ve verimliliğinin artmasına yardımcı olan önemli bir unsurdur (Ekşioğlu, 2012). Kültürel sermaye, tanımdan da anlaşılacağı üzere, bireyin ya da dahil olduğu toplumsal grubun sahip olduğu bilgi, beceri, deneyim, ahlak, kural, alışkanlık gibi manevi değerleri bünyesinde barındırmaktadır. Kısacası kültürel sermaye, kişinin biriktirdiği kültürdür. Eğitim düzeyi yükseldikçe kültürel birikimlerin düzeyi de artmaktadır (Doğan, 2009). Eğitimli kişi sayısı arttıkça kültürel birikim de artmakta ve bu şekilde artan kültürel sermayenin kazanımları ile rekabet avantajı elde edilebilmektedir (Kip, 2010).

Kültürel sermaye, sahip olduğu bu yapısı sayesinde mevcut üretim faktörlerinin daha verimli ve akılcı kullanılmasına, bilinç ve kültür seviyesinin oluşmasına olanak sağlayan bir kavramdır. Yine benzer şekilde eğitim seviyesinin

artması ve buna bağlı olarak ahlak dışı faaliyetlerin azalması hem işletmeler hem de toplumsal açıdan önemli faydalar olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.3. Sosyal Sermaye

Sosyal sermaye kavramı, sahip olduğu çok boyutlu yapısı nedeniyle tek bir tanıma sahip değildir. Literatürde pek çok tanımı bulunan sosyal sermayenin tanımları incelendiğinde norm, güven ve ağ kavramlarının ön plana çıktığı görülmektedir (Karagül ve Dündar, 2006).

İnsan, doğası gereği, sosyalleşme ihtiyacı ile birlikte yaşamaya odaklı bulunmakta ve kurduğu sosyal yapılar ile hayatta başarılı olabilmektedir. İnsanın sahip olduğu bu doğası neticesinde diğer bireyler ve toplumun kurumlarıyla sürekli ilişki içerisindedir ve karşılıklı fayda sağlamaktadır. İnsanlar arasında ortaya çıkartılmış olan bu ortak değerler sayesinde bu sosyal grup ortak hedefleri hayata geçirmeye ve toplumu da bir arada tutmaya yardımcı olmaktadır (Field, 2006). İnsanın bu yönüyle sosyal sermaye kavramını tanımladığımızda sosyal sermaye, bir kişinin sahip olduğu ikili ilişkiler ağı sayesinde elde etmiş olduğu karşılıklı tanışlık ve tanınırlık ilişkileri ile bunlardan elde edilen ya da potansiyeli olan kaynakları ifade etmektedir (Nahapiet and Ghoshal, 1998; Munkogsujarit, 2013).

Sosyal sermaye kavramı ilk kez 1916 yılında Lyda Judson Hanifan tarafından kaleme alınan "*TheRral School Community Center*" isimli çalışmada ortaya konulmuştur (Abdioğlu ve Yavuz, 2013; Söylemez, 2019). Hanifan'ın bu çalışmasından sonra üzerinde pek fazla çalışılmamış olan sosyal sermaye kavramına 1958 yılında Banfield, Güney İtalya'nın geri kalmışlığının açıklamasına ilişkin çalışmasında ve 1961 yılından Homans ise sosyal etkileşim teorisini açıkladığı çalışmasında değinmiştir (Keskin, 2008).

Putnam (1993) sosyal sermayeyi ağların, normların ve güvenin oluşturduğu karşılıklı yarar sağlamanın ön planda olduğu organizasyon olarak; Field (2006) kişilerin kendi aralarında oluşturdukları iletişim ağları sayesinde birbirlerine aktardıkların değerler olarak; Cohen ve Prusack (2001), insanlar arasındaki ilişkilerde insanları birbirine bağlayan ve işbirliğine yönelik güvene dayalı ortam hazırlayan ortak değerler ve davranışlar olarak; Bourdieu (1986) ise sınırları belli, birbirlerini

karşılıklı olarak tanımaya bağlı ve karşılıklı yükümlülüklerin olduğu bir kavram olarak tanımlamıştır.

İşletmeler birer sosyal canlı varlıklardır. Bu sosyal ve canlı varlıkların en önemli bileşeni ise hiç şüphesiz çalışanlar yani insandır. İşletme içerisindeki çalışanlar, klasik örgüt teorisinde birer unsur ya da işçi olarak görülmekteyken günümüzde bu düşünce yerini çalışanın örgütün bir üyesi olduğu anlayışına bırakmıştır (Cohen and Prusak, 2001). İşletme içerisinde tüm çalışanlar birbirleriyle etkileşim halindedir, birbirine yardım etmektedir ve hem birbirlerine hem de birbirlerinin işlerine karşılıklı saygı göstermektedir. Bu unsurlar işletmenin ve çalışanların ortak değerleri olduğu gibi çalışanlarında işletmeye karşı aidiyet duymasına olanak sağlamaktadır.

Sosyal sermaye kendiliğinden oluşan bir kavram değildir. Zamanla ve işletme içerisindeki etkileşimin yoğunluğu ile oluşmaktadır. Sosyal sermayenin gelişmesi ve güçlü bir yapıya kavuşması ise ancak sosyal ilişkilerin arttırılması ile mümkündür. İşletme içerisinde sahip olunan güçlü beşeri sermaye ve sosyal sermaye işletmenin verimliliğini ve rekabetini arttıracağı gibi maliyetlerin azalmasına da olanak sağlayacaktır. Öte yandan işletme içerisinde oluşturulmuş güçlü kültürel sermaye yapısı, oluşturulan sosyal ve beşeri sermayenin daha da gelişmesine olanak sağlayacaktır.

2.3. Entelektüel Sermayenin Tanımı ve Önemi

Günümüz işletme dünyası hiç olmadığı kadar hızlı bir teknoloji gelişimi ve değişimini bir arada yaşamaktadır. Küreselleşmeyle birlikte yaşanılan bu değişim ve gelişim süreci ise işletmelerin iş yapma şekilleri ile müşterilerin beklenti, değer algısı ve önceliklerinde değişimlerin meydana gelmesine neden olmuştur.

Dünya sanayi tarihine baktığımızda 19'ncu yüzyıla kadar tarım ve toprak en önemli üretici güç konumundayken buharlı makinenin icat edilmesiyle 20'nci yüzyılın sonuna kadar üretici güç toprak ve tarımdan fiziksel ve maddi kaynaklara geçmiştir. Bu sanayi gücü ise yerini, 20'nci yüzyılın sonlarına doğru, bilgi odaklı hizmet sektörüne bırakmıştır (Özcan, 2008).

İkinci Dünya Savaşı esnasında ve devamında hızlı gelişimine devam eden teknolojik ilerlemeler ve küreselleşme rüzgârı, bugün dünyayı ülke sınırlarından bağımsız küresel bir ülke haline getirmiştir. Yaşanılan bu gelişmeler neticesinde günümüzde yerel bir işletmenin rakibi bölgesindeki bir diğer meslektaşı değil başka bir coğrafyadaki meslektaşı olmuştur. Böyle bir ortam içerisinde işletmelerin rekabet avantajı geliştirerek varlıklarını sürdürülebilmesi çok daha zor hale gelmiştir. Günümüzde yaşanan bu belirsizlik, hızlı teknolojik gelişim ve yıkıcı rekabet ortamında işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmesi için sığınabileceği tek liman bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kaya, 2017). Peter Drucker 1980'li yıllarda "*geleceğin fabrikası bilgi etrafında toplanacaktır*" diyerek bilginin önemine değinmiştir (Erdem, 2007).

Dünya genelinde yaşanan tüm bu gelişim ve değişimlerin sonucunda bilgi toplumu ve bilgi ekonomisi gibi kavramlar ortaya çıkmış, bilginin önemi anlaşılmış ve bilgiye ulaşma, bilgiyi etkin ve verimli olarak kullanma ile bilgiyi paylaşma kavramları önemli hale gelmiştir (Kaya, 2017). Günümüzde işletmelere baktığımızda en hızlı büyüyen ve değer yaratan işletmelerin bilgi temelli ve bilgiyi en iyi kullanan işletmeler olduğu görülmektedir. Günümüz işletme yöneticileri için artık önemli olan unsur maddi kaynaklara sahip olmak değil firmanın sahip olduğu entelektüel bilgilerin dönüştürülerek işletme için en iyi ve verimli şekilde kullanmak olduğu fark edilmiş ve bu durumu fark eden işletmeler, rakiplerine karşı rekabet avantajı elde etmek için entelektüel sermaye kavramını ön plana çıkartmaya başlamıştır (Nimtrakoon, 2015).

Bilgi, bilim ve teknolojik gelişmelerin günümüzde yaşanan gelişimleri sonucunda tüketicilerin gelir seviyeleri ve bilgi birikimleri de artmıştır. Müşteriler nezdinde yaşanan bu gelişmeler tüketicilerin piyasadaki ürün ve hizmet tercihlerini de etkilemiştir. 20'nci yüzyılın sonuna kadar *"ne üretirsem onu satarım"* düşüncesine sahip olan işletmeler; artan rekabet, gelişen teknoloji ve müşteri istek ve arzularının sürekli değişime uğraması sonucunda müşterilerin değer algıları, arzu ve istekleri ile en uygun ve kaliteli ürün/hizmeti en uygun fiyata müşteriye sunma gayreti içerisindedirler. İşletmeler hem müşterilerinin bu gereksinimlerini karşılamak hem de artan rekabet içerisinde varlıklarını devam ettirebilmek için inovatif kaynakları kullanma ihtiyacı duyarlar. Entelektüel sermaye işletmelerin bu gereksinimlerini sağlayabilecek bir kaynak da olarak karşımıza çıkmaktadır (Kaya, 2017)

Entelektüel sermayenin işletmeler arasında farklılık yaratan, rekabet avantajı sağlayan önemli bir unsur olduğu kabul edilmektedir (Nahapiet and Ghoshal, 1998; Zaim, 2005). Öte yandan entelektüel sermaye, işletmelerin geleceğini şekillendiren, büyümesini ve uzun dönemli sürdürülebilir rekabet avantajı elde edilmesinde önemli bir unsur olarak da ön plana çıkmaktadır (Karacan ve Engin, 2011). Tüm dünyada son dönemde entelektüel sermaye kavramına gösterilen ilginin artıyor olmasının yanı sıra gelişmiş ülkelerin gelişmişlik başarılarının altında, entelektüel sermayenin önemini çok daha erken fark etmiş olması bulunmaktadır (Dumay, 2016; Erdem, 2007).

Son dönemin güncel konularının başında gelen entelektüel sermaye kavramının literatürde kabul görmüş net bir tanımı bulunmamaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri entelektüel sermaye kavramını farklı disiplindeki araştırmacıların inceliyor olmasıdır. Örneğin sermaye piyasaları açısından entelektüel sermaye kavramını "işletmenin varlığı olarak" ele alınmış ve bu kaynağın miktarı, değerlemesi ve bilançoda ne şekilde gösterilmesi gerektiğine odaklanılmıştır (Turgut, 2014). Bilgi teknolojileri açısından inceleyen araştırmacılar entelektüel sermaye kavramının "*bilişim sistemleri üzerinden nasıl kodlanması*" gerektiğine odaklanmış; insan kaynakları yöneticileri ise "*çalışanların yatırım geri dönüşlerini, eğitim ve kariyer planlamaları*" açısından nasıl incelenmesi gerektiğine odaklanmıştır (Bontis, 1999).

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre entelektüel kelimesi; *"Aydın, bilim, teknik ve kültürün çeşitli dallarında özel eğitim görmüş kimse"* olarak tanımlanmıştır (Web 1, 2020). Sermaye kelimesi ise yine TDK Sözlüğüne göre *"Bir ticari işin kurulması ve yürütülmesi için gereken anapara ve paraya çevrilebilir malların tamamı"* şeklinde tanımlanmıştır (Web 1, 2020). TDK sözlüğündeki tanımlardan yola çıkarak entelektüel sermaye kavramını; kişinin ya da kurumun sahip olduğu ve eğitim, tecrübe, deneyim sonucunda elde edilmiş ve gelir elde edilmesine olanak sağlayan bilgi birikim olarak tanımlayabiliriz.

Literatüre bakıldığında ise entelektüel sermaye kavramının çok da yeni bir kavram olmadığı görülmektedir. Bazı kaynaklara göre entelektüel sermaye kavramının ilk kez 18'nci yüzyılda Adam Smith tarafından kullanılmış olduğu ifade edilse de (Baker, 2007); Hermanson 1960'lı yılların ortasında yayımladığı *"İnsan Varlıkları Muhasebesi"* isimli eserinde çalışanların "*kas güçlerinin ötesinde değerlere sahip*

olduğunu" ifade etmiş ve bu değerlerin finansal tablolarda gösterilmesi gerektiğine değinmiştir (Uzay ve Savaş, 2003). Yine aynı dönemde ünlü ekonomist Galbraith ise *"yaşanan yeniliklerin entelektüel sermaye sayesinde olduğunu"* vurgulamıştır (Bontis 1998).

Ancak günümüzdeki anlamı ile entelektüel sermaye kavramı ilk olarak Thomas Stewart'ın "Brainpower" isimli çalışmasında kullanılmıştır. Stewart bu çalışmasında *"bilginin her geçen gün daha da önemli hale geldiğini patent, süreç, teknoloji ve müşteri gibi kavramların işletme başarısında ve performansında önemli rol oynadığını"* belirtmiştir (Stewart, 1991).

Entelektüel sermaye kavramı ile ilgili olarak literatürde kabul görmüş diğer tanımlar ise Tablo 2.1'de sunulmuştur.

Tablo 2.1: *Entelektüel Sermaye Tanımları*

ENTELEKTÜEL SERMAYE TANIMI	YAZAR(LAR)
İşletmede direk erişilemeyen ancak işletmenin geleceği için hayati önemi olan varlıklardır. İşletmelerin geleceği ve rekabet gücü bu sermayeyi iyi kullanmalarına bağlıdır.	Alwert et all. (2004).
Bir şirkette bulunan insanlar tarafından bilinen ve ona rekabet üstünlüğü kazandıran bütün unsurların toplamıdır.	(Stewart, 1997).
Sosyal bir topluluğun bilgisi ve bilme kabiliyeti; bilgi ve mananın her daim sosyal bir bağlama oturtulduğu, devam eden sosyal ilişkiler aracılığıyla meydana gelen ve sürdürülen sosyal yapıdır.	(Nahapiet and Ghoshal, 1998).
Bir şirkette geleneksel muhasebe yöntemleriyle görünmeyen tüm süreçler ve varlıklarla birlikte ancak bazı muhasebe yöntemleriyle gösterilebilen soyut varlıkların ve şirketin tüm üyelerinin bilgilerinin toplamıdır.	(Bontis, 2000).
Değere dönüştürülebilen bilgidir.	(Edvinsson and Sullivan, 1996).
İşletmelerin finansal tablolarından yeteri kadar elde edilemeyen ve finansal tablolarında görünmeyen varlıkların bütünüdür.	(Ross and Ross, 1997).
Maddi olmayan varlıkların işletme faaliyetlerini devam ettirebilmesidir.	(Brooking and Motta, 1996).
İşletmenin rekabet gücünü artıran bilgiye ve deneyime sahip olmak, bu anlamda profesyonel bilgi ve yetenekler ile kurum içi iyi ilişkiler kurmak ve teknolojik birikime sahip olmak.	(Wang and Chang, 2005).
Kendine has teknoloji, müşteri bilgisi, marka adı, itibarı ve şirket kültürü olan ve işletmenin rekabet gücünde çok değerli ve paha biçilmez görünmeyen varlıklardır.	(Itami, 1987; Aktaran: Goh, 2005).
İşletmenin fonksiyonlarını yerine getirilmesini sağlayan görünmeyen varlıkların bileşimidir.	(Brooking, 1996; Aktaran: Bhartesh and Bandyopadhyay, 2005)
Bir işletmenin görünmez değerleri olarak ifade edilmektedir.	(Sveiby, 2001).
Bir işletmenin beşeri ve yapısal sermaye şeklindeki soyut varlıklarının ortaya çıkardığı ekonomik değerdir.	(OECD, 2000; Aktaran: Guthrie, 2001).
Bir işletmenin piyasa değeri ile varlıklarının tekrar yenileme değeri arasındaki farktır.	(Tobin, 1995; Aktaran: Bontis, 1996).

Tablo 2.1'de sunulmuş olan entelektüel sermayeye ilişkin tanımlamaları incelediğimizde, görüleceği üzere, entelektüel sermaye kavramı hakkında literatürde kabul görmüş net ve kesin bir tanımlama bulunmamaktadır. Ancak araştırmacılar birbirinden farklı tanımlamalar kullanmış olsalar da tanımların bazı ortak noktaları bulunmaktadır. Bu ortak noktalara göre entelektüel sermaye; işletmelerin fiziksel olarak sahip olmadığı, dokunamadığı ancak rakiplerinden kendilerini farklı, üstün ve öncelikli kılan değerlerin toplamı olarak düşünülebilmektedir. Bontis entelektüel sermayeye ilişkin *"insan vücudunun kasları gibidir ve eğer onu kullanmaz iseniz kaybedersiniz. Bu nedenle hem bilgi yaratma hem de işletmeye değer katma hizmeti gören entelektüel sermaye, işletmeler için büyük fırsatlar önermektedir"* diyerek entelektüel sermaye kavramının önemine değinmiştir (Bontis et al., 2000).

Entelektüel sermayenin önemi yapılan araştırmalarda da ortaya konulmuştur. İngiltere'de yapılan bir çalışmaya göre, araştırmaya katılan 51 işletmenin gelirlerinin %56'sı entelektüel sermaye tarafından gerçekleşmektedir (Sipahi, 2004). Öte yandan Kanada'da Fortune 500 listesinde yer alan firmaların tepe yöneticileri ile yapılan bir araştırmada entelektüel kaynakların firmaların başarısı için kritik değerde olduğu ifade edilmiştir (Ghosh and Wu, 2007).

2.4. Entelektüel Sermayenin Unsurları

Entelektüel sermaye kavramı, tek yönlü değerlendirilebilecek bir kavram değildir ve bazı bileşenlerden bir araya gelerek oluşmuştur. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde her bir araştırmacı entelektüel sermaye kavramının unsurlarını farklı olarak ele almış olsa da Tablo 2.2'de de görüleceği üzere genel kabul görmüş olan unsurlar insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesidir (Bontis, 1998; Roos and Roos, 1997; Stewart, 1997).

Benzer şekilde bu çalışma kapsamında da entelektüel sermayeyi anlamlandırabilmek için Bontis (1998), Roos ve Roos (1997) ve Stewart (1997) tarafından önerilmiş olan 3 alt bileşen olarak insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye bileşenleri kullanılmaktadır.

Tablo 2.2: *Entelektüel Sermaye Unsurları* (*Yıldız, 2010; Kaya, 2017; Karadeniz, 2017)*

ARAŞTIRMACILAR	ENTELEKTÜEL SERMAYE UNSURLARI
Bontis	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, Müşteri Sermayesi
Brinker	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, Müşteri Sermayesi
Brooking	Pazarlama Varlıkları, Entelektüel Mülkiyet Varlıkları, İnsan Varlıkları, Bilgi Varlıkları
Dizinkowski	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, Müşteri Sermayesi
Droper	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, Müşteri Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Yenilik Sermayesi, Süreç Sermayesi
Kaplan and Norton	Finans Boyutu, Müşteri Boyutu, Süreç Boyutu, Öğrenme Boyutu, Büyüme Boyutu
Lev	Keşif, Örgütsel Uygulamalar, İnsan Kaynakları
Malone, Edvinsson and Sullivan	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye
McElroy	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, Sosyal Sermaye
OECD	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye
O'Donnell and O'Regan	Çalışanlar, İçsel Yapı, Dışsal Yapı
Roos et al.	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, İlişkisel Sermaye
Saint-Onge	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, İlişkisel Sermaye
Stewart	İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, Müşteri Sermayesi
Sveiby	Çalışanların Yetkinlikleri, İçsel Yapı, Dışsal Yapı
Van Buren	İnsan Sermayesi, Yenilik Sermayesi, Süreç Sermayesi, Müşteri Sermayesi.

2.4.1. İnsan Sermayesi

İşletmelerde bilgiye sahip, bilgiyi kullanan, problemlerin çözümü için bilgileri işleyen ve süreçler sonucunda bilgi odaklı ürün/hizmetleri ortaya koyan kişiler işletmenin çalışanlarıdır. İşletme bünyesinde ortaya konulmuş olan tüm ürün ve hizmetler temelde işletme çalışanlarının bilgi, birikim, deneyim ve eğitimleri

sonucunda elde edilmektedir. Bu nedenle insan sermayesi, entelektüel sermaye kavramı içerisindeki inovasyonun ve stratejik yenilenmenin kaynağı olması nedeniyle en önemli yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Bontis, 1998). İnsan sermayesi Ross ve Ross (1997)'a göre, çalışanların yetenek, tutum ve çeviklikleri sonucunda entelektüel sermaye yaratılmaktadır. Bu anlamda entelektüel sermaye yenilik kaynağı olması nedeniyle de işletmeler için büyük değer taşımaktadır (Torres, 2006).

Bilgi çağı içerisindeki bilgi toplumlarında işletmeler için en değerli kaynak hiç şüphesiz ki çalışanları, yani insan kaynağıdır. Bünyesinde bilgili insan kaynağını barındıran işletmelerin üretekenlik, verimlilik, karlılık ve piyasa değerinin yüksek olduğu görülmektedir (Şamiloğlu, 2006).

İnsan sermayesi, işletme bünyesindeki çalışanların tecrübe, bilgi, yetenek, eğitim ve kabiliyetlerinin tamamı olarak tanımlanabilse de (Edvinsson, 1997) insan sermayesi sadece çalışanların sahip olduğu bilgi, birikim, tecrübe ya da eğitimler ile kısıtlanmamalıdır. İnsanların yaratıcılığı, zekâsı, takım çalışması gibi kişisel özelliklerini insan sermayesinin alt unsurları olarak değerlendirilmelidir (Alagöz ve Özpeynirci, 2007).

İşletme açısından baktığımızda ise insan sermayesi işletmenin bilgi birikimi ve önemli süreçlerde kullandığı örtük bilgi olarak karşımıza çıkmaktadır (Edvinsson and Sullvian, 1996). Çalışanların sahip olduğu bu örtük bilgiler ürün ve hizmete uygun, işletme için değerli ve önemli olan zamanlarda ortaya çıkmaktadır.

İşletmeler için önem arz eden varlıkların başında gelen insan sermayesi, yapısı gereği işletmenin sahip olduğu bir kaynak değildir. İşletmeler çalışanlarından bu bilgileri belli bir süreliğine kiralarlar. Çalışanlar işletmeden ayrıldıklarında ya da bir süreliğine çalışamadıklarında işletme bu bilgilerden mahrum kalmaktadır. Bu nedenle işletmeler yaratıcı ve rekabet avantajı elde edilmesinde stratejik öneme sahip olan insan sermayesinin, hem işletme içerisinde geliştirilmesinin desteklenmesi için yaratıcılığı arttırıcı imkanlar sunmalı hem de bu yaratıcı fikirlerin işletme yapısına kurumsal hafıza teknikleriyle entegre edilmesi için yapısal sermayelerini güçlendirmelidir.

Edvinsson (1997)'ye göre işletmelerin fiziksel kaynaklarına yaptıkları yatırımlar yerine bilgi ve teknolojinin ön plana çıkmasından dolayı insan sermayesinin geliştirilmesi ve insan sermayesine yatırım yapılması gerektiğini belirtmiştir. Çünkü günümüz işletmelerinde, eskinin aksine, insan sermayesini oluşturan bireylerin bilgi, yetenek ve kabiliyetleri işletmeler için birer ekonomik değere dönüşmektedir.

Stewart (1997)'ye göre işletmedeki çalışanlar 4 kategoriye ayrılmaktadır: (i) Düşük Katma Değerli Yeri Zor Dolan, (ii) Yüksek Katma Değerli Yeri Zor Dolan, (iii) Düşük Katma Değerli Yeri Kolay Dolan ve (iv) Yüksek Katma Değerli Yeri Kolay Dolan. Bu sınıflandırma Tablo 2.3'te sunulmuştur.

Tablo 2.3: *İşletme Çalışanlarının Sınıflandırılması*

DEĞER ETKİSİ		
	YERİ ZOR DOLAN DÜŞÜK KATMA DEĞERLİ (Kalifiye, tecrübeli çalışanlar) Bilgi ile donat	**YERİ ZOR DOLAN YÜKSEK KATMA DEĞERLİ** (Üst düzey yöneticiler, Alanının en iyi çalışanları) Sermayeye katın
	YERİ KOLAY DOLAN DÜŞÜK KATMA DEĞERLİ (Mavi Yakalı İşçiler) Otomasyona geçin	**YERİ KOLAY DOLAN YÜKSEK KATMA DEĞERLİ** (Müşteri için değerli işleri yapanlar. Örneğin web, kapak, ambalaj tasarımcıları) Farklılaştır ya da dışarı verin

MALİYET ETKİSİ

Stewart (1997)'ye göre işletmenin insan sermayesi sağ üst köşede yer alan çalışanlardır. Bu çalışanlar sayesinde müşteriler rakipleri değil kendilerini tercih etmelerine imkân tanıyan ürün ve hizmetleri ortaya koyan, destekleyen ya da bulan

kişilerdir. İşletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmaları ve varlıklarını devam ettirebilmeleri için bu sınıflama içerisinde yer alabilecek olan çalışanlarını öncelikle tanımlaması ve çalışanların yetenek ve bilgilerinin arttırılmasına olanak tanıyacak fırsatları çalışanlarına sunması gerekmektedir (Yıldız, 2010).

İşletmelerin rakipleri tarafından kolay taklit edilemeyecek, yaratıcı, inovatif ve müşteri değer yargılarını ön plana çıkartabilecek ürünlerin işletmeler tarafından piyasa arz edilmesi sonucunda yaratılan marka bağlılığı, rakipler tarafından benzer ürünler piyasaya arz edilse bile, rakip firmalar tercih edilmemesine olanak sağlayacaktır. Bu nedenler işletmeler bünyesindeki insan sermayesinin farkında olmalı, çalışanların verimliliğini, bilgi seviyeleri, kabiliyetleri, sosyal becerileri ile çalışanların liderlik, problem çözme yetkinliği ve motivasyon gibi yetkinliklerinde güçlendirilmesine olanak sağlayacak ortamlar oluşturmalıdır (Kaya, 2017). Unutulmamalıdır ki işletme sadece çalışan işten ayrıldığında insan sermayesinden mahrum kalmamaktadır. İnsan sermayesinin etkin ve efektif olmaması ya da onu insan sermayesini aktifleştirecek süreçlerin olmaması da bu kaybın bir parçasıdır.

2.4.2. Yapısal Sermaye

Entelektüel sermayenin bileşenlerinden bir diğeri olan yapısal sermaye, işletmenin sahip olduğu her türlü yazılım, donanım, kurumsal hafıza kaynakları, süreç, doküman, alt yapı – üst yapı ile her türlü fikri, sınai ve ticari haklardır (Tsan and Chang, 2005). Roos ve Roos (1997) ve Stewart (1997) yapısal sermayeyi "*çalışanlar akşam evine gittikten sonra işletmeden geriye kalan şeyler*" olarak tanımlamaktadır. Bontis (1998) ise yapısal sermayeyi "*işletme çalışanlarının en etkin performans koyabilmesi için destekleyen ve işletmenin optimum performans göstermesini sağlayan yapı*" olarak tanımlamıştır.

Yapısal sermaye, entelektüel sermaye bileşenleri arasında işletmenin mülkiyetinde olan tek unsurdur. İnsan sermayesi çalışanlara aittir ve çalışanların işten ayrılması durumunda yok olacaktır. Ancak yapısal sermaye işletmenin hakimiyeti altındadır ve işletmeler varlığını sürdürülebilir kılmak için sahip oldukları yapısal sermayelerini arttırmalı ve güçlendirmelidir (Kaya, 2017). Tablo 2.4'de yapısal sermayenin unsurları sunulmuştur.

Tablo 2.4: *Yapısal Sermayenin Unsurları* (Guthrie, 2000)

ENTELEKTÜEL VARLIKLAR	BİLGİ ALTYAPISI VARLIKLARI
✓ Patent ✓ Telif hakları ✓ Tasarım hakları ✓ Ticari markalar ✓ Ticari haklar ✓ Hizmet markaları ✓ Hizmet hakları	✓ Yönetim felsefesi ✓ Örgüt kültürü ✓ Yönetim süreçleri ✓ Dokümanlar ✓ Bilgi sistemleri ✓ Ağ sistemleri

Yapısal sermaye ile işletmeler tarafından çalışanlara aktarılması gereken bilgilerin kayıt altına alınması ve yapısal sermaye sayesinde çalışanların bilgilere her daim ulaşabilmesi beklendiği gibi çalışanların mevcut potansiyellerini ortaya koyabilmeleri, örtük bilgi ve yetkinliklerinin gün yüzüne çıkabilmesi de gerekmektedir (Görmüş, 2009). Bu bağlamda işletmeler hem çalışanların ihtiyaç duyacakları bilgileri kurumsal olarak elinde tutmalı hem de insan sermayesinin ortaya çıkmasına olanak sağlayacak mekanizmalara sahip olmalı ve ortaya çıkan bilgileri de içselleştirmelidir.

İnsan sermayesi ve ilişkisel sermaye ile elde edilmiş olan tüm bilgi birikimlerin yapısal sermaye içerisinde yer etmesi ve kalıcı hale gelmesi için ise yapısal sermaye unsurlarının işletme kültürünü destekleyecek ve geliştirecek yapıda olması gerekmektedir. Bontis (1998)'e göre yetenekli, entelektüel bir çalışan uygun altyapı ve sistem olmadığı zaman sıradan bir çalışan haline gelmektedir. Bu nedense yapısal sermayenin insan sermayesini destekleyecek yapıda olması önem arz etmektedir.

2.4.3. İlişkisel Sermaye

Literatürdeki bazı çalışmalarda (Stewart, 1997; Yıldız, 2010; Zaim, 2005 müşteri sermayesi ismi ile tanımlanmış olan ilişkisel sermaye, işletmenin tüm dış paydaşları ile olan ilişkilerini ifade etmektedir. Entelektüel sermayenin diğer unsurlarına göre daha geç keşfedilmiştir ancak rekabet üstünlüğü sağlamada önemli araçlardan biri olduğu anlaşılan (Baş vd., 2014) ilişkisel sermaye, 20'nci yüzyılın

sonuna kadar düşünülen ve klasik üretim anlayışı *olan "ne üretirsem onu satarım"* düşüncesinin yıkılarak 21'nci yüzyıl itibariyle; *"sadece müşteri istek ve ihtiyaçlarını değil müşteri değerlerini de ön planda tutan; en kaliteli, en uygun ve en fonksiyonel ürün üretmeliyim"* düşüncesine dönüşmesine imkan sağlamıştır. Yaşanan bu değişimle birlikte işletmelerin nihai hedefleri doğrudan ya da dolaylı olarak müşterilerinin beklenti, arzu, istek ve değer önceliklerini bilmek; bu bileşenleri bir arada sunan ürün ve hizmetleri piyasaya arz etmek olmuştur (Kaya, 2017).

Arıkboğa (2003; Aktaran: Şen, 2020)'ya göre yeni müşteri bulmanın maliyeti mevcut müşteriyi elde tutmaktan daha fazladır. Bu nedenle işletmeler müşteriyi elinde tutmak ve sürdürülebilir bir müşteri memnuniyeti yaratmaya odaklanmalıdır. Bunun içinde işletmeler, basit müşteri – satıcı ilişkisi yerine müşterilere fayda sağlayan ve müşterilerin beklentilerine cevap veren ürün ve hizmetleri piyasaya arz etmek için tüm dış paydaşlarıyla (tedarikçiler, satıcılar vb.) ilişkilerini derinleştirmelidir (Ertuğrul, 2000). İşletmeler rakiplerini, tedarikçilerini ve müşterilerini bir bütün halinde ele almalı ve müşteri ile kurulan ilişkilerin değerini arttırıcı faaliyetlerin desteklenmesi için çalışmalar yürütmelidir.

İşletmelerin nihai hedefi müşterileri ile olan ilişkilerinin sürdürülebilir olması ve yeni müşteriler kazanmaktır. Entelektüel sermayenin bu unsuruna odaklanmış olan ilişkisel sermaye yeni bilgilerin keşfedilerek insan sermayesindeki bilgiler sayesinde müşteriler için en uygun olan ürün ve hizmeti piyasaya arz etmeyi görev edinmiştir (Mehralian, 2013). İlişkisel sermaye işletmenin dış çevre ile köprü kurmasına yardımcı olan bir araç olduğu için işletmenin dış çevresindeki beklenti, istek ve yeniliklerin hızlı bir şekilde işletme içerisine entegre edilmesine olanak sağlamaktadır (Özdemir, 2019).

3. BİLGİ YÖNETİMİ

3.1. Tanımı ve Önemi

Geleneksel bağlamda bilgi yönetimi faaliyeti, insanlık tarihinin yararlandığı en eski yöntemlerden birisi olmuştur. Eski çağlarda bilgi aktarma yöntemi olarak sözlü iletişimin aktörleri hikâyeler, masallar ve destanlar kullanılmaktayken, yine aynı dönemlerde önemli olaylar ve bilgilerin kayıtlara geçirildiği, kitaplar yazıldığı ve kütüphaneler oluşturulduğu da bilinmektedir. Teknolojide yaşanan gelişmelere paralel olarak bilgi yönetiminin teknolojik araçlar ile daha etkin yönetilebileceği ve bilginin organizasyon için en önemli rekabet unsurlarından biri olduğunun farkına varılmasıyla bilgi yönetimi, 1980'lerin sonlarında teknoloji ile bütünleşmiş ve gücünü teknolojinin imkânları ile beslenen bir formda gündeme gelmeye başlamıştır. Bilginin saklanması ve bilinçli bir şekilde gelecek kuşaklara aktarılmasını ifade eden geleneksel bilgi yönetimi yerini, ileri bilgisayar ve iletişim teknolojilerini kullanarak bilgiyi üreten, geliştiren, paylaşan, saklayan ve organizasyona değer katacak şekilde kullanan modern bilgi yönetimi anlayışına bırakmıştır.

İçerisinde bulunduğumuz bilgi çağı ve teknolojik gelişmeler sebebiyle bugün tarımdan sanayiye, ticaretten bankacılığa, sağlıktan savunmaya kadar her alanda hızlı ve yıkıcı değişimler yaşanmaktadır (Christensen et al., 2015). Bilim ve teknoloji sayesinde hiç olmadığı kadar hızlı yaşanan ilerlemenin etkisiyle ülkeler arası ekonomik ve kültürel sınırlar ortadan kalkmış, tüketicilerin istek, ihtiyaç ve beklentileri de bu değişimler sonucu yeniden şekillenen bir hâl almıştır (Gupta, 2011; Ertemel ve Eroğlu, 2018). Yaşanan bu durum işletmelerin rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü kurabilmesi ve bunu sürdürülebilir hale getirmesini zorlaşmıştır (Chen et al., 2014).

Günümüzde yaşanan yoğun rekabetin en önemli unsurlarından biri ise tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde cevap verebilen ve benzer şartlarda müşterilere ihtiyaç duydukları ürün veya hizmetleri sunabilecek işletme sayısının çok olmasıdır. Bu nedenle günümüzde işletmeler sadece müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına yönelik ürünleri piyasaya arz ederek hayatta kalamazlar, müşteri beklentilerinin ötesinde müşteriler için değerli olan tüm kavramları bilmeli ve müşterilerine değer

katan tüm olguları bir araya getirerek müşteri istek, ihtiyaç ve beklentileri karşılayan ürünleri arz etmelidir (Kotler and Armstrong, 2010).

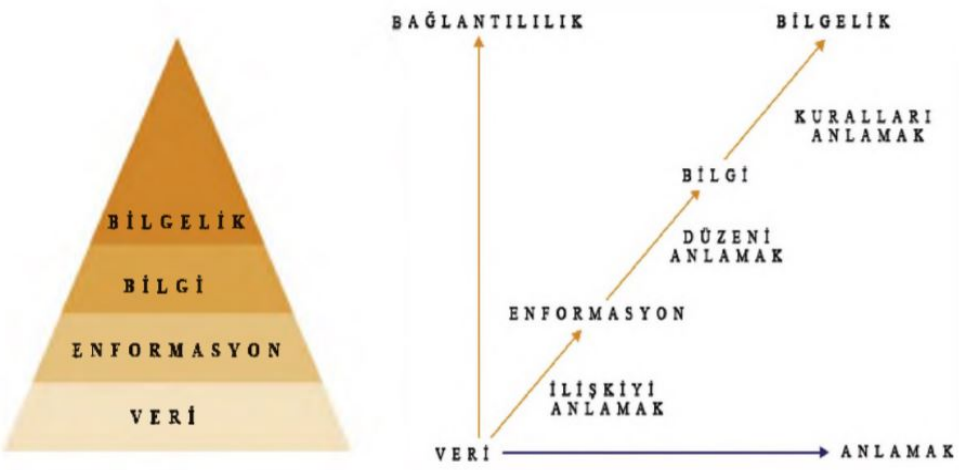
Küreselleşmenin de etkisiyle işletmeler arasındaki artan rekabet düzeyinin avantaja dönüştürülesindeki en kritik unsur bilgi ve bilginin yönetilmesi olmuştur (Adams and Lamont, 2003). Bilginin işletmeler açısından stratejik bir kaynak haline gelmesi, işletmelerin bilgi kaynaklarına erişimi ve bilgiyi etkin bir şekilde yönetmesiyle daha inovatif ve müşteri açısından değer yaratan ürün ve hizmetler sunmaya başladığı görülmüştür (Lopez-Nicolas and Merono-Cerdan, 2011; Sadeghi and Rad, 2018).

Sözlük anlamıyla bilgi; öğrenme, araştırma ve gözlem yoluyla elde edilen her türlü gerçek, malumat ve kavrayışın tümü olarak tanımlanmaktadır (Aktan ve Vural, 2016). Nonaka ve Takeuchi (1995) bilgiyi, "*doğruluğu kanıtlanmış inançlar*" olarak; Allee (1997),"*sosyal varlık olan insanlar arasındaki iletişim sırasında paylaşılan, aktarılan ve yeniden şekillendirilen tecrübe ve enformasyonlar*" olarak; Bennet ve Bennet (2000),"*belirli bir durum, sorun, ilişki, kuram veya kurala ait veri ve enformasyondan oluşan anlayışlar*" olarak; Argyris (1993), "*insanların ve organizasyonların etkin bir biçimde eylem gerçekleştirmeleri için sahip olmaları gereken kapasite olarak*" tanımlamıştır. Bilgi, işletmelerin zaman içerisinde kendi iç yeterliliklerinin oluşturulmasında ve yenilenmesinde yardımcı olan bir değer yaratma sürecinin temek kaynağıdır (Kaplan and Norton, 2004). Bilgi yönetimi ise, işletmelerin değerli bilgiler üretmek için bilgi kaynaklarını kullanma ve yönetme becerileri olarak tanımlanmaktadır (Wu et al., 2014).

Veri, anlamlı bir düşünce haline getirilene kadar kullanışsızdır. Veriye insan veya bilgisayar yardımıyla değer katabilmek, yönetimin en temel işlevlerinden biridir. İşletmeler tarafından hayata geçirilen her bir ürün/hizmet, işletme bünyesindeki mevcut bir bilginin kullanılması sonucunda ortaya çıkmaktadır. İşletmeler çeşitli yöntemler ile elde ettikleri verileri anlamlı birer bilgi haline getirmekte ve bu bilgiler vasıtasıyla da müşterileri için değerli ürün/hizmetleri ortaya koymaktadır. Değer, bilginin içsel bir özelliği değildir. Nasıl, nerede ve ne şekilde kullanıldığına bağlı olarak bilginin değeri değişkenlik göstermektedir. Bir bilgi, bir durum için hayati derecede önem arz ederken başka bir durumda değersiz olabilmektedir. Bu sebeple hangi bilgilere önem verilmesi, hangilerinin saklanması gerektiği ve hangilerinin

paylaşılması gerektiği işletmeler için çok daha önemlidir. İşletmeler açısından bilginin değer taşıması için sahip olması gereken niteliksel özellikler (bilgi kalite boyutları) şu şekildedir (Çukacı, 2005; Demir, 2010);

- ***Doğruluk:*** Durumun adil bir şekilde ortaya konabilmesi için bilgiler doğru olmalıdır.
- ***İlgililik:*** Bilgi konuyla ilgili olmalıdır; aksi halde gereksiz işlemlere ve zamana mal olmaktadır.
- ***Tamlık***: Bilgi tam olmalıdır; eksik bilgi sonuçların yanıltıcı hatta yanlış olmasına neden olabilmektedir.
- ***Zamanlılık:*** Bilgi, gereksinim duyulduğu anda hazır olmalıdır. Zamanında elde edilemeyen bilgi değerini yitirip boşa çaba haline gelebilmektedir.
- ***Ulaşılabilirlik:*** Bilgiye istenilen her anda (yetki dahilinde) kolaylıkla ulaşılabilmelidir.
- ***Anlaşılabilirlik:*** Bilgi, kullanıcıyı tereddüte sürüklemeden kolay anlaşılabilir olmalıdır.
- ***Güvenilirlik:*** Kullanıcı bilgiye güvenmeli, gönül rahatlığıyla kullanabilmelidir.
- ***Etkin Maliyet:*** Bilginin maliyeti bilgiden elde edilecek faydadan fazla olmamalıdır.

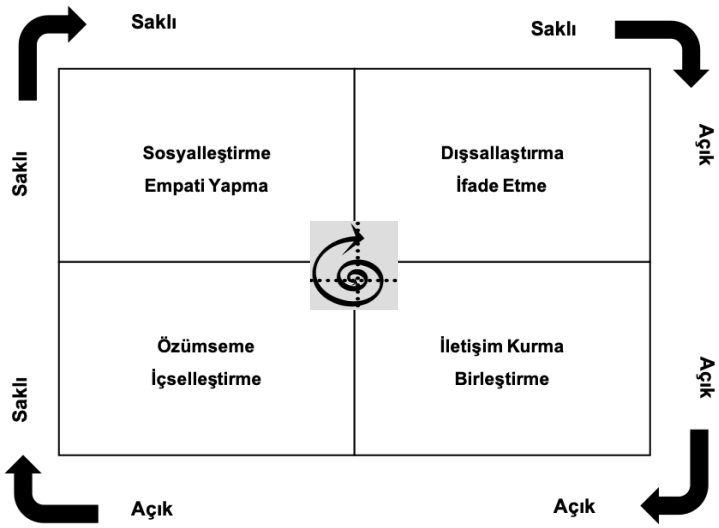


Şekil 3.1: *Bilgi Hiyerarşisi (Gülseçen, 2014)*

Küreselleşmenin artması, teknolojinin gelişmesi ve rekabetin zorlaşmasıyla birlikte endüstriye üretim unsurları tek başına yeterli olmamaya başlamıştır.

İşletmelerin içerisinde bulunduğu dinamik şartlara adapte olmak ve içerisinde bulunduğu rekabet koşullarında müşteri beklentilerine daha iyi cevap verebilmek için yeni yetenekleri ön plana çıkartması gerekmektedir (Cheng, 2007). İşletmeler için kurumsal bilginin hızlı edinilmesi ve daha anlamlı hale getirilmesi ve bu bilginin rakiplerden daha iyi ve hızlı bir şekilde sonuca dönüştürülmesi (Powel, 2014) yani bilgi üstünlüğüne sahip olunması gerekmektedir. İşletmelerin entelektüel sermaye kapsamında sahip oldukları bilgi, işletmelerin rakiplerine karşı sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesinde kendilerine yol gösteren en önemli kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle bilgi yönetimi ve bilgi yönetim süreçleri işletmelerin organizasyonel performanslarını arttırmak adına önemli kritik adımlardan biridir (Hernandez et al., 2016).

Bilgi, işletmeler için değer ifade eden bir unsur olduğu için kolaylıkla düzenlenen ve paylaşılan bir varlık değildir. Bilgiden yarar sağlamak isteyen işletmelerin, bilgiyi örgütün içinde bulunduğu şartlara uygun olarak dönüştürmesi gerekmektedir. Bilgi dönüştürme faaliyeti genel olarak uygulama modelleri halinde ifade edilmiştir. Bu noktada en bilinen model Nonaka ve Takeuchi (1995) tarafından geliştirilen SECI modelidir.



Şekil 3.2: *SECI Modeli (Nonaka and Takeuchi, 1995; Jantusen and Smolander, 2006)*

Nonaka ve Takeuchi (1995)'e göre örgüt içerisinde bilgi, açık ve örtük bilgi arasındaki etkileşim sonucunda üretilmektedir. Bu iki bilgi türü arasındaki etkileşime bilginin dönüştürülmesi ismi verilmektedir. Dönüştürme süreçleri açık ve örtük bilgiyi hem nitelik hem nicelik olarak geliştiren bir sarmaldır.

Bilgi dönüştürme süreçleri dört faklı aşama içermektedir. SECI modelinin ismi de bu aşamaların baş harflerinden birleşimiyle oluşmaktadır. Bu aşamalar, (1) bilginin sosyalleştirilmesi (Socialization), (2) bilginin dışsallaştırılması (Externalization), (3) bilginin kombinasyonu (Combination) ve (4) bilginin içselleştirilmesi (Internalization) olarak tanımlanmıştır (Nonaka and Takeuchi, 1995). Nonaka ve Takeuchi bilginin örgütlerde söz konusu dönüşüm süreçlerinin dinamik bir etkileşim içerisinde bir tür bilgi sarmalı oluşturduğunu öne sürmektedir. SECI modelinde sosyalleştirme, dışsallaştırma, kombinasyon ve içselleştirme aşamaları diğer bir ifadeyle bilgi üretiminin basamakları olarak kabul edilebilir.

Bilginin Sosyalleştirilmesi, bilginin örgütlerde gözlem, taklit, uygulama ve katılım yoluyla örtük bilgiyi paylaşma sürecidir. Sosyalleşme süreci genellikle belirli bir topluluğun sosyal düzeyde etkileşime girebileceği fiziksel veya sanal bir alanın yaratılmasıyla sağlanır.

Bilginin Dışsallaştırılması, örtük bilginin açık kaynaklara eklemleme sürecidir (Yeh et al., 2011). Saklı bilgi açık bilgiye dönüştürülerek ifade edildiği, netleştirildiği zaman örgüt içerisindeki diğer bireylerle paylaşılabilir. Bilginin bu dönüşümü yeni bilgi üretilmesi için zemin oluşturmaktadır. Örtülü bilgi oldukça içselleştirildiği için, bu süreç bilgi paylaşımının ve yaratmanın anahtarıdır.

Bilginin Birleştirilmesi, kavramları bir bilgi sistemine entegre etme sürecidir (Yeh et al., 2011). Açık bilgi, başka bir açık bilgiyle birleştirilerek ya da belirli işlemlere tabi tutularak yeni bilgi elde edilir.

Bilginin İçselleştirilmesi, açık bilgiyi örtük bilgi olarak somutlaştırma sürecidir (Nonaka and Takeuchi, 1995). Bilginin içselleştirmesiyle üretilen yeni açık bilgi örgütün bütünüyle paylaşılmasıyla tüm üyelerin bu bilgileri içselleştirmesi sağlanır.

Bilgi ve bilgi yönetim uygulamaları sayesinde işletmeler bilgiye dayalı değer yaratıcı pek çok faaliyetleri bünyelerinde tanımlayabilir ve yeni fırsatların ortaya konulmasına fırsat sağlayabilir (Davila et al., 2019).

3.2. Bilgi Yönetimi Süreçleri

3.2.1. Bilgi Üretimi ve Geliştirme

Bilgi üretimi ve geliştirme, genellikle bilgi yönetiminin ana odak noktası olarak kabul edilir. Bilgi üretimi, tüm organizasyonun yararına yeni ve yararlı çözümler üretmeyi amaçlayan tüm faaliyetleri ve süreçleri kapsar (Abou-Zeid, 2002). Benzer şekilde Davenport ve Prusak (1998)'e göre bilgi üretimi, organizasyonun kullanımı için sistematik organizasyonel süreçler altında bilinçli bilgi yaratımı olarak tanımlanabilir. Öte yandan bilgi geliştirme, yenilikçi ve yaratıcı fikirleri müşteri değeri yaratmaya yönelik faydalı çözümlere dönüştüren tüm faaliyetler olarak kabul edilebilir (Shani et al., 2003). Bilgi üretiminin aksine bilgi geliştirme, sistematik, disiplinli ve sürekli bir çaba gerektirir (Zaim et al., 2007).

İlk bilgi üretimi ve geliştirme yöntemi veri madenciliği olarak kabul edilebilir. Birincil veya ikincil veri tabanlarında bilgi keşfi gerçekleştirme amacıyla bilgi işleme veya bilgisayar bilimi, istatistik, matematik ve model oluşturma yoluyla elde edilen çeşitli teknikler kullanılarak verilerde yeni ve yararlı kalıplar ve ilişkiler bulmaya odaklanan veri madenciliği metoduyla bilgi üretilebilir (Wickramasinghe, 2006; Wickramasinghe and Von Lubitz, 2007).

Bir diğer yöntem olarak örgütler, örgüt içindeki çalışanları tarafından bilgi üretebilirler (Wickramasinghe, 2006). Bu sürekli yaratımı, ilhamı, sezgiyi, sosyal etkileşimi ve kendiliğindenliği içeren sosyal bir süreçtir. Bilgi yönetimini alanında önde gelen birçok isim, bilgi yaratmanın bireysel ve sosyal bir süreç olduğunu ve bu nedenle bilginin her zaman içinde oluşturulduğu bağlamda gömülü olduğunu ve bilginin gruplar veya topluluklar içinde yerleşik olduğunu savunur (Dixon, 2000; Tywoniak, 2007). Örgütsel bilgi bireyler tarafından üretilir ve tüm organizasyona yayılır (Nonaka and Takeuchi, 1995). Nonaka ve Takeuch'un SECI modeline göre, örgütsel üyeler arasındaki kapsamlı sosyal etkileşimler, örgütsel bilgi yaratma için çok

önemlidir (Chua, 2002) ve bilgi üretimi, aslında örtük ve açık bilgi arasında dönüştürme ile ilgilidir.

Bhatt'a (2000) göre firmalar, diğer firmalardan bilgi alarak ve bunları kendi kullanımları için uygun hale getirerek bilgi üretimini gerçekleştirebilirler. Taklit etme, kıyaslama, çoğaltma, satın alma, dış kaynak kullanımı ve keşfetme, diğer örgütlerden bilgi edinme yöntemlerinden bazıları olarak sayılabilir (Abou-Zeid, 2002; Bhatt, 2000; Zaim, 2006). Hong'un (1999) ileri sürdüğü gibi, bilgi bir kez elde edildiğinde, örgütsel öğrenme yoluyla örgütsel bilgiye dönüştürülür ve kuruluşların önceki bilgileri, deneyimleri, değerleri ve prosedürleri ile yeni kombinasyonlara dönüştürülür.

Ayrıca, firmalar diğer firmalarla iş birliği yaparak bilgi üretebilir ve geliştirebilir. Günümüzde kurumlar, bilgi üretme ve geliştirme faaliyetlerini sınırlarının ötesine taşıyarak bilgi üretme ve geliştirme amacıyla müşterileri, tedarikçileri ve rakipleriyle de iş birliği yapmaktadır (Zaim, 2006).

Son olarak, Davenport ve Prusak (1998)'in öne sürdüğü gibi bilgi üretmek ve geliştirmek için, kurumlar ayrıca kurum içinde araştırma ve geliştirme bölümleri gibi özel bölümler oluşturma veya araştırma ve geliştirme birimlerini şirket sınırları dışında kurma eğilimindedir. Kurum içi ya da dışında oluşturulan bu birimlerin birincil amacı kullanılabilir ve değerli bilginin üretilmesi olarak değerlendirilebilir.

3.2.2. Bilgi Kodlama ve Depolama

Literatürde tanımlanan ikinci ana bilgi yönetimi süreci, bilgi kodlaması ve depolamadır. Bilgi kodlaması ve depolaması, gerektiğinde çalışanların ve kurumun yeniden kullanımı için bilgiyi elde etme ve muhafaza etme süreci olarak tanımlanabilir (Roger, 1997). Örgüt içinde depolanan bilgi genellikle örgütsel hafıza olarak tanımlanır (Stein and Zwass, 1995). Yaşlanan işgücü ve endüstrilerde artan işçi hareketliliği nedeniyle, örgütsel hafızayı muhafaza etme ihtiyacı her zamankinden daha önemli hale gelmiş durumdadır (Lesser and Storck, 2001).

Örgütsel hafıza, fiziksel kaynakları (yazılı dokümanlar, elektronik veri tabanlarında depolanan yapılandırılmış bilgiler, belgelenmiş kurumsal prosedürler ve süreçler vb.) ve fiziksel olmayan kaynakları (çalışanların zihinlerinde depolanan

bilgiler, bireysel hafıza vb.) içermektedir (Alavi and Leidner, 2001). Diğer kurumsal bilgi depoları ise tedarikçiler, danışmanlar ve yükleniciler gibi dış kaynaklardır (Helleoid and Simonin, 1994). Dünya çapında firmaların birbirine bağlılıklarının artmasıyla birlikte, dış kaynaklardan edinilen bilgi giderek daha fazla önem kazanmakta (Kraaijenbrink and Wijnhoven, 2006) ve bilgiyi takip etmek giderek daha zor bir hale gelmektedir.

Davenport ve Prusak (1998)'in çalışmasında bilgi kodlama ve depolamada en zor unsurun, bilgiyi organizasyon için değerli kılan ayırt edici özelliklerini kaybetmeden bulmak, kodlamak, sınıflandırmak ve depolamak olduğunu ifade etmiştir. Örgütsel bilgi, insanların zihninde, örgütsel süreçlerde, örgütsel kültürde, yazılı belgeler veya dijital depolama cihazlarında gibi birçok yerde bulunabilir (Bhatt, 2001).

Bilgi kodlanmasının ve depolanmasının bir diğer önemli zorluğu, örtük bilginin kodlanmasıdır. Fiziksel kaynaklarda depolanan bilginin, bireylerin zihninde depolanan bilgiden daha kalıcı olma olasılığı daha yüksektir (Helleoid and Simonin, 1994). Bu nedenle açık bilgiye dönüştürülmesi gerekir (Cuel et al., 2006). Bununla birlikte, örtük bilgi Chua (2002)'nin ifade ediş şekliyle kolayca biçimlendirilemez, belgelenemez ve ifade edilemeyebilir, çünkü çok özneldir, durumsaldır ve ona sahip olan kişiye bağlıdır.

Bilgi kodlaması ve depolanması olmadan, kurumlar bilgi yığınında kaybolabilir veya bilgiyi edindikten sonra tamamen kaybedebilir (Darr et al.,1995) ve bu kuruluşlar için katlanılması gereken çok yüksek bir maliyettir. Bu nedenle, kuruluşların bilgiyi depolamak ve düzenlemek için etkili yollar bulması son derece önemlidir (Grant, 1996).

3.2.3. Bilgi Paylaşımı ve Dağıtımı

Bilgi paylaşımı ve dağıtımı, literatürde kapsamlı bir şekilde tartışılan bir diğer önemli bilgi yönetimi sürecidir. Bilgi yönetiminin en önemli amaçlarından biri, organizasyonun entelektüel kaynaklarını bir araya getirmek ve bunları tüm organizasyonun kullanımına sunmaktır (Zaim, 2006). Pek çok araştırmacı bilgi paylaşımının yüksek düzeyde bir iş birliği gerektirdiğini belirtmektedir (Goh, 2002;

Syed-Ikhsan and Rowland, 2004). Cross ve Sproull (2004), insanların zaman sıkıntısı içinde karmaşık problemleri çözmesi gereken durumlarda bilgi paylaşımının bilgi arama ve problem çözmenin bir sonucu olduğunu vurgulamaktadır.

Literatürde bilgi paylaşımının sağladığı kazanımlar farklı yönleriyle ortaya konmuştur. Şöyle ki, bilgi paylaşımının belirsizliği azaltması (Gulati and Gargiulo, 1999; Tywoniak, 2007), bilginin bireyde saklı kalmasından ziyade organizasyona ait olmasını sağlaması (Nemati, 2002; Nonaka, 1994), aynı hataların tekrarlanmasını azaltması (Bender and Fish, 2000) ve organizasyondaki tüm çalışanların ortak bir anlayışa sahip olmasını sağlaması bilgi paylaşımın avantajları olarak tanımlanabilir (Nickerson and Zenger, 2004). Bununla birlikte, bireyler genellikle bilgi paylaşımına direnme eğilimindedir çünkü bilgi paylaşımında cömert olmak bazen bir dezavantaj yaratabilir. İnsanlar değerlerinin büyük ölçüde sahip oldukları bilgiye bağlı olduğunu düşündüklerinde önceden sahip oldukları bilginin kontrolünü tek başlarına bırakmak riskli görünebilir (Stenmark, 2000).

3.2.4. Bilgi Kullanımı ve Değerlendirilmesi

Literatürde tanımlanan dört ana bilgi yönetimi sürecinden sonuncusu bilgi kullanımı ve değerlendirmesidir. Kuruluşun bilgi havuzlarından değer yaratmak ve bunu uygulama alanlarına dönüştürmek, bilgi yönetiminin diğer temel önceliklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Ordaz et al., 2004). Sürdürülebilir rekabet avantajının ancak kuruluşun sahip olduğu bilginin kullanıma dönüştürülebilmesi halinde mümkün olduğu büyük ölçüde tartışılmıştır (Alavi and Leidner, 2001, Grant, 1996). Bu nedenle bilgi yönetimi faaliyetleri, bilgilerin uygulama alanlarına aktarılmasını mümkün kılan davranış, uygulama ve politikalarda değişiklikler yaratmaya odaklanmalıdır (Bender and Fish, 2000). Bir kuruluşun bilgi yönetimi girişimleri aracılığıyla rekabet avantajı kazanmasının tek yolu budur. Özetle, bilgi yönetimi faaliyetlerinin başarısı büyük ölçüde organizasyonun mevcut bilgi tabanını eyleme dönüştürme becerisine dayanmaktadır (Wilhelmij and Schmidt, 2000).

Diğer üç bilgi yönetim süreci, yani bilgi üretimi ve geliştirme, paylaşımı ve dağıtımı, kodlanması ve depolanması firmaların performansında doğrudan bir artış oluşturmayabilirken, bilginin kullanımı ve değerlendirmesi doğrudan artışa etki

etmektedir. Bunun nedeni, şirketlerin performansının genellikle bilginin kendisinden çok entelektüel kaynaklarını kullanma yeteneğine dayanmasıdır (Alavi and Leidner, 2001).

4. İNOVASYON KAVRAMI

4.1. Tanımı

Yenilik kavramı ilk defa Alman ekonomist Schumpeter tarafından tanımlanmıştır. Schumpeter yeniliği ilk kez 1911 yılında kaleme aldığı eserinde "*pazardaki istemlerin karşılanması için yeni bir yöntemin kullanılması*" olarak tanımlamıştır. 1942 yılında ise Schumpeter yeniliği "*bir buluşun ticarileştirilmesi*" olarak tanımlamıştır (Atalay, 2013).

Literatürde yenilik kavramına ait genel kabul görmüş bir tanım olmadığı gibi yenilik kavramı bazı araştırmacılar tarafından bir süreç olarak, bazı araştırmacılar tarafından da süreç sonucunda elde edilen sonuçlar olarak ifade edilmiştir (Jimenez and Sanz-Valle, 2011; Damanpour ve Gopalakrishnan, 1998; Özgün, 2019). Ancak en yalın ve en genel hali ile inovasyon çevresel değişimlere verilen tepkiler ya da örgüt içerisindeki değişimi olarak tanımlayabiliriz (Damanpour and Evan, 1984).

İçerisinde bulunduğumuz 21'nci yüzyılın başlamasıyla birlikte büyük bir öneme sahip olan inovasyon kavramı temelde, yeni fikirlerin değer yaratan ürün ve hizmetlere dönüşmesi olarak adlandırılabilir. İnovasyon sayesinde işletmeler, kendilerine değer sağlayacak yenilik ve değişimleri meydana getirmekte, yeni piyasalara girebilmekte, mevcut pazar paylarını arttırabilmekte ve rakiplerine karşı rekabet avantajı elde edebilmektedir (Günday et al., 2008; Toroman vd., 2009).

İnovasyon terimi Latince yenilik anlamına gelen "Innovatus" kelimesinden türemiştir (Toraman vd., 2009; Luecke, 2008; Konyalılar, 2020). İnovasyon kelimesi dilimize ise İngilizce "innovation" olan yenilik kelimesinden geçmiştir. Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre ise inovasyon "*yenileşim*" olarak tanımlanmıştır (Web 1, 2020).

Kanter (1988) inovasyonu problemlerin çözümlerine yönelik yeni çözüm, süreç, ürün ve hizmetlerin meydana getirilmesi ve uygulanması olarak tanımlamıştır. İnovasyon, Değirmencioğlu (2006) tarafından bilimsel bilgilerin ekonomik ve toplumsal faydalara dönüştürülmesi olarak tanımlanmıştır. Subramaniam ve Youndt (2005) çalışmasında inovasyonu, fırsatları fark ederek ve değerlendirerek yeni ürün, hizmet ve süreçlerin geliştirilmesi olarak tanımlamıştır.

Helvacı (2010) inovasyonu planlı, sistemli ve işletmenin niteliklerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesine yönelik bir süreç olarak tanımlamıştır. Karaata (2012)'ye göre yenilik, işletmeler için yenilik yaratacak fikirlerin başarılı sonuçlara dönüşmesi olarak tanımlanmıştır. Lord-Tarte (2012)'ye göre yenilik, pazarın ihtiyaçlarını karşılamak ve rekabet avantajı elde etmek amacıyla kullanılan bir stratejidir. Altan ve Özpehlivan (2019)'a göre inovasyon, bir ürüne katılan bir yenilik sayesinde ürünü daha kullanışlı, faydalı ve/veya özelliklerinin daha da gelişmesi olarak tanımlanmıştır.

Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) Girişimcilik Merkezi Kurucusu Roberts yenilik kavramını "icat ve işletme" olarak tanımlamıştır (Luecke, 2008). İngiltere Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ise yeniliği; daha iyi mal ve hizmet, daha kaliteli, daha verimli, daha az maliyetli, gelişmiş özellikli üretim süreçlerinin başarılı bir şekilde uygulanması olarak tanımlamıştır (United Kingdom Department Of Trade and Industry, 2003).

OECD ise Oslo Kılavuzu'nda inovasyonu, yeni ya da önemli ölçüde geliştirilmiş bir ürün ya da hizmetin, sürecin, iş yapma usullerinin, iş ortamında ya da dış ilişkilerde yeni bir örgütsel metot olarak ifade etmiştir (OECD, 2005).

İçerisinde bulunduğumuz teknoloji çağında işletmeler ancak bilgi temelli çalışmalarla ve yenilik yaparak verimliliklerini arttırabilmektedir. Rekabet avantajı, sürdürülebilir müşteri sadakati ve etkin bir verimlilik için yenilik önemli bir parametre olarak karşımıza çıkmaktadır (Fan et al., 2009).

Günümüz piyasa koşullarında firmaların rakiplerine karşı rekabet avantajı elde etmesi ve değişimlere ayak uydurarak belirsiz ortamlarında varlıklarını devam ettirebilmesi için yenilik odaklı olması gerekmektedir (Naktiyok, 2010). Rakipleri karşısında rekabet avantajı elde etmek isteyen örgütler yarına odaklanarak yeni değerler üretmekte, ürün-hizmet ve süreçlerini geliştirerek bu amaçlarına ulaşmaya çalışmaktadırlar.

20'nci yüzyılın ilk yarılarına kadar işletmeler arasında pek yaygın olarak kullanılmayan yenilik kavramı, küreselleşmenin, rekabetin ve bilgi birikimlerin artmasına bağlı olarak daha çok kullanılmaya başlanmıştır. Bugün inovasyonun tüm

dünya ve tüm işletmeler için daha önemli bir unsur olduğunu görmekteyiz. Ancak inovasyon işletmeler için bir kereliğe mahsus bir süreç değildir. İnovasyonun ve inovasyonu destekleyen tüm süreçlerin işletmelerin bünyelerinde derinlemesine bulunması gerekmektedir (Sarıçan, 2018). İnovasyonun işletme bünyesinde gerçekleştirilmesi ve geliştirilmesi içinse entelektüel sermaye kavramına yoğunlaşılması ve inovasyonun temeli olan insan ve ilişkisel sermayelerin ön planda tutulması gerekmektedir.

4.2. İnovasyonun Önemi

İçerisinde bulunduğumuz 21'nci yüzyıl teknoloji ve bilgi çağı olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem içerisinde işletmeler daha önce hiç olmadıkları kadar zorlu rekabet ve teknolojik belirsizlik ile mücadele etmektedir. Özellikle küreselleşmenin hızla artması işletmeler için sınır kavramını ortadan kaldırmış, rekabet daha da zorlu hale gelmiştir. Öte yandan yine küreselleşme ve dünya genelinde yaşanan teknik ve teknolojik ilerlemeler sonucunda toplumların bilgi ve gelir seviyeleri artmış; sektörde daha çok işletmenin var olması nedeniyle de müşterilerin tercih şansı artmıştır. İşletmelerin bu belirsizlik ve rekabet ortamı içerisinde varlıklarını devam ettirmesi, rakiplerine karşı rekabet gücü elde etmesi ve müşteriler tarafından tercih edilebilmesi için kendilerini sürekli değiştirmeli ve geliştirmelidir (Toraman vd., 2009). İnovasyon, değişen teknoloji, küreselleşme ve belirsizlik ortamında rakiplere karşı rekabet avantajı elde etmek için kullanılan önemli bir araçtır (Baldwin and Hanel, 2003).

İşletmelerin daha iyi performans elde etmek, yeni bilgileri keşfetmek ve keşfettiği bilgileri kullanabilmek için ihtiyaç duydukları inovasyon (Bunber, 2009), müşteri isteklerine uygun ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ve piyasaya sunulması ile işletmelerin sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır (Kunt, 2019). İşletmeler, müşteriler için yeni değerler ortaya çıkartarak ve müşteri değerlerini ön planda tutarak temelde, geniş ürün ve hizmet gamı, mevcut ürün ve hizmetlerinde kalite artışı, müşteri memnuniyeti, maliyet düşüşü, kar artışı, rekabet avantajı ve sadık bir müşteri portföyünün oluşmasını hedeflemektedir. (Özkent, 2015; Atalay, 2013). Bu nedenle işletmeler için inovasyon olmazsa olmaz biz unsurdur (Ateş, 2007). İnovasyon sayesinde yeni bilgi elde eden işletmeler bu bilgiler sayesinde daha iyi, daha kaliteli,

daha ucuz ve müşteri açısından daha değerli ürün ve hizmetler piyasaya arz etmektedir (Sarıçan, 2018).

İçerisinde bulunduğumuz bilgi çağında ve zorlu piyasa koşullarında müşteriler sürekli daha iyisini, kalitesini, kendi değer algılarına uygun olan ürün ve hizmetleri tercih etmek istemektedir. Öte yandan işletmeler son derece karmaşık, zorlu ve yüksek belirsizlik barındıran ortamlarda faaliyetlerini sürdürmekteyken; işletme yöneticileri müşteri taleplerine uygun ürünlerin geliştirilmesi için baskı altındadır. Pazardaki bu baskı ve belirsizlik ortamında kendilerini yenilemeyen ve rekabette yenilikçilik ile ön plana çıkamayan işletmeler yok olacaktır (Tomala and Senechal, 2004). Kotler (2000)'e göre yenilik yapmayan ya da yakından takip etmeyen işletmeler kendi varlıklarını riske atmış durumdadır. İnovasyon, işletmeleri, yaşanan bu değişimlere karşı dinamik olarak ayakta tutmaktadır (Sarıçan, 2018).

Bu anlamda işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı, piyasa üstünlüğü ve etkinliği hususunda yenilik önemli bir rol oynamaktadır (Standing and Kiniti, 2011; Bartel and Garud, 2009; Johannessen, 2008; Mumford and Licuanan, 2004; Weerawardena, 2003; Dess and Picken, 2000; Tushman and O'Reilly, 1996; Damanpour, 1991). Bu nedenle işletmeler, ölçekleri ve sektörleri ne olursa olsun yenilik yapmak zorundadır (Elçi ve Karataylı, 2009). Literatürde işletmelerin başarıları ile yenilikçilik arasındaki ilişkiyi inceleyen pek çok çalışma bulunmaktadır (Jimenez and Sanz-Valle, 2011; Bell, 2005; Cho and Pucik, 2005; Gopalaksihnan and Damanpour, 1997; Damanpour, 1996; Fiol, 1996; Wolfe, 1994).

İşletmeler elde etmek istedikleri tüm bu avantajları yenilik sayesinde hayata geçirmektedir. Ancak inovasyon sadece yeni pazarlara girilmesi ya da yeni ürünlerin elde edilmesine yönelik yapılacak çalışmaları kapsamamaktadır. İşletme içerisindeki süreçlerin yenilenerek daha etkin ve verimli süreçler ile faaliyetlerin hayata geçirilmesi de işletmeler için önem arz etmektedir (Tidd and Bessant, 2009). İnovasyonun işletme süreçlerine yönelik olması nedeniyle çalışanların, dış paydaşların ve işletme içerisindeki süreçlere de etki etmelidir. İnovasyonu bünyesindeki tüm süreçlerde ve tüm paydaşları ile kullanabilen işletmeler, işletme içerisinde katılımcı bir kültürün oluşmasını sağlayacak ve çalışanları destekleyen bir yapıya sahip olacaktır (Sarıçan, 2018).

Çalışanlar, işletme içerisindeki inovasyonun temel yüklenicisidir. İşletme içerisinde ortaya konulacak her türlü yenilik uygulamaları çalışanların hayal güçleri, yaratıcılıkları, tecrübeleri ve yetkinliklerine bağlıdır. Bu nedenle işletmelerin çalışanlarını desteklemeli ve onların farklı düşünmesine olanak sağlayacak yapıların kurulmasını sağlamalıdır (Sarıçan, 2018). Bu sayede işletme içerisindeki entelektüel sermaye güçlendirilecek ve yenilik çalışmalarına daha etkin şekilde katılım sağlayacaktır. Entelektüel sermayenin yenilik süreçlerine katılmasıyla işletme daha başarılı ve yüksek performans gösterecek, daha etkili ve verimli olacaktır (Biçkes, 2011).

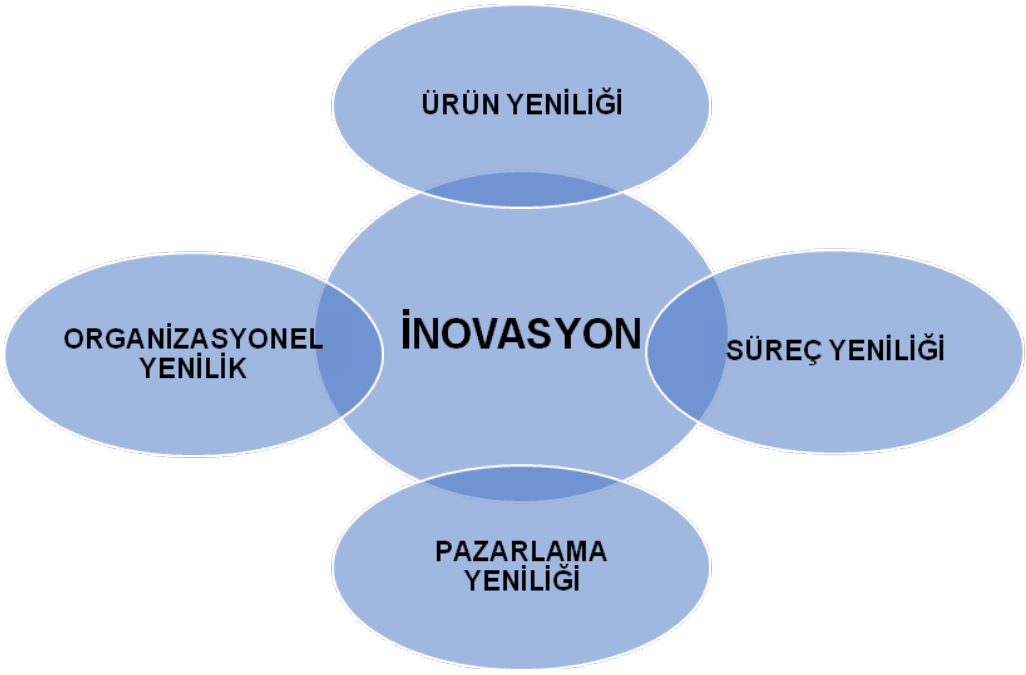
Yenilik çalışmaları mikro açıdan işletmeler için önem arz etse de makro açıdan ülkelerin ekonomik büyümesin içinde önem arz etmektedir. İnovasyon üreten işletmeler sadece kendileri için değil ülkeleri içinde önemli değerler ortaya koymaktadır (Terzioğlu vd., 2008).

İşletmelerin yaptıkları patent başvuruları, Ar-Ge faaliyetleri, ihracat artışları, ürün ve hizmet kalitesini geliştirmeleri ülkeler açısından; ekonomik kalkınma, istihdam, refah ve gelir seviyesinde artış, ülkeye döviz kazandırılması, cari açığın kapatılması gibi pek çok önemli sonuçları bulunmaktadır (Wang et al., 2009). İnovasyon planlarını doğru bir şekilde uygulayan ülkelerin gelişmişlik seviyesinde daha üst sıralarda olduğu ve ülkelerindeki eşitsizlikleri dengelediği görülmektedir (Gümüşoğlu, 2009). Gelişmiş ülkeleri incelediğimizde yüksek oranda patent başvurusu ve Ar-Ge harcamalarına sahip olduklarını görmekteyiz (Ahmed and Shepherd, 2010). Bu nedenle günümüzde devletler, inovasyon için çeşitli kamu destek, teşvik ve hibe programları oluşturmaktadır (Yavuz vd., 2009).

4.3. İnovasyon Türleri

İnovasyon türleri hakkında literatürde farklı yaklaşım ve değerlendirmeler yer almaktadır. Örneğin Walker vd. (2002) inovasyon çeşitlerini ürün ve süreç inovasyonları olmak üzere ikiye ayırmışken; Ettlie vd. (1984) çalışmasında bu iki sınıflandırmaya ek olarak artımsal ve radikal inovasyonlara yer vermiştir.

OECD tarafından yayınlanan Oslo Kılavuzu'na göre ise inovasyon türleri 4 başlık altında toplanmıştır: ***Ürün Yeniliği***, ***Süreç Yeniliği***, ***Pazarlama Yeniliği*** ve ***Organizasyonel Yenilik*** (OECD, 2005).



Şekil 4.1: *İnovasyon Türleri*

4.3.1. Ürün Yeniliği

Ürün yeniliği, işletmenin sahip olduğu mevcut ürün ve hizmetlerinin yeniden ya da önemli derecede iyileştirilmesi ve geliştirilmesi (kalitesinin, verimliliğinin, hızının ya da teknik yetkinliklerinin arttırılması gibi) sonucunda ortaya konulmuş olan uygulamalardır.

Ürün inovasyonu, yeni ürün inovasyonu ya da mevcut ürüne inovatif özellikler eklenmesi sonucunda elde edilmektedir. Yeni ürün inovasyonu, sektörde daha önce mevcut olmayan, teknik veya teknolojik olarak yeni ve piyasaya ilk kez sürülecek bir ürünü temsil etmekteyken; ürün inovasyonu ise mevcut olan bir ürünün kullanım şekli, teknik özelliği ya da yapısının değiştirilerek müşteriler açısından yeni ve daha önce keşfedilmemiş bir değer şekline evrilmesidir. (Kunt, 2019)

Oslo Kılavuzu (OECD, 2005)'e göre bir ürün ya da hizmetin ürün yeniliğine sahip olduğuna karar verilebilmesi için aşağıdaki özellikleri taşıması gerekmektedir:

- Ürünün özelliği ya da kullanımı açısından daha önce üretilmiş ürünlerden önemli derece farklılaşmalıdır.
- Ürünün teknik özellikleri üzerinde küçük çaplı dahi olsa değişiklikler sonucunda ürün için yeni bir kullanım alanı yaratılmış olmalıdır.
- Mevcut ürün ya da hizmetlerin yeni fonksiyon ya da özellikler ile geliştirilmesi ya da değiştirilmesi gerekmektedir.

Oslo Kılavuzu (OECD, 2005)'de verilen kriterler dikkate alındığında ürün yeniliğini; mevcut bir ürün ya da hizmetin fonksiyon ve özelliklerinin geliştirilerek/değiştirilerek yeni kullanım alanları yaratılması ya da yeni bir ürünün geliştirilmesi olarak tanımlanabilmektedir.

İşletmeler tarafından yaratılacak ürün yenilikleri sayesinde yeni pazarlar ve nihai tüketiciler kazanılacağı gibi mevcut müşterilerin memnuniyet düzeylerinin arttırılarak sadık müşteri profillerinin yaratılması da sağlanmaktadır (Wan et al., 2005). Öte yandan ürün yenilikleri sayesinde sektöre yeni giren işletmeler önemli ve sağlam bir konumda elde edebilmekte, verimliliğini arttırmakta, rakiplere karşı rekabet gücü artmakta ve sürdürülebilir bir piyasa geliri elde edilmesine olanak sağlamaktadır (Daft, 2004).

4.3.2. Süreç Yeniliği

Süreç yeniliği, işletme bünyesinde hayata geçirilen ürün veya hizmetin tüm süreçlerinde (tedarik, üretim, satış-pazarlama ve lojistik vb.) yapılabilecek yenilik, değişiklik ya da iyileştirmeleri kapsamaktadır (Kunt, 2019; Özgür ve Kanber, 2011). Bu anlamda yapılan inovasyon sayesinde işletmelerin üretim, dağıtım süreçlerindeki maliyetlerin azalması, kalitenin arttırılması, etkinliğin sağlanması hedeflenmektedir.

Oslo Kılavuzu (OECD, 2005)'e göre süreç yenliğinin olduğuna karar verilebilmesi için şu özellikler bulunmalıdır:

- Üretim, teslimat ya da tedarik süreçlerindeki birim maliyetlerin azaltılması, kalitenin arttırılması ya da iyileştirilmiş ürünlerin elde edilmesi amacıyla bu süreçler yapılmış olmalıdır.

- Süreç yeniliği bir ürün ya da hizmetin üretilmesi amacıyla kullanılan ürün, hizmet, teknik ve teçhizatları kapsamalıdır.

Süreç yeniliğine odaklanmış işletmelerin pazardaki süreç verimliliklerini arttırarak büyüdüğü, ürün yeniliğine odaklanan işletmelerin ise pazarda yeni ürünler sunarak büyüdüğü görülmektedir (Persaud, 2007).

4.3.3. Pazarlama Yeniliği

İşletmelerin elde ettikleri ürün ve hizmetlerin nihai tüketicilerin satın almasını sağlamak ya da sadık müşteri profili yaratmak amacıyla mevcut ürün ya da hizmetin; ambalaj, tasarım, fiyat, müşteri isteklerine verdiği cevap ile ilgili ürün veya hizmetin yeni pazarlara sunulması, yeni konumlandırma stratejisi geliştirilmesi ve reklam ve promosyon süreçlerinin geliştirilmesi, yeni pazar fırsatları yaratılması amacıyla yapılan yenilik ya da iyileştirmeleri kapsamaktadır (Ulusoy vd., 2011; Konyalılar, 2020).

Oslo Kılavuzuna (OECD, 2005) göre pazarlama konusunda yapılan faaliyetlerin yenilik olarak kabul edilebilmesi için şu özellikler bulunmalıdır:

- İşletme tarafından daha önce kullanılmamış bir pazarlama yöntemi uygulanmalıdır.
- Mevcut bir ürünün konumunun değiştirilmesi, pazar yeniliği olarak kabul edilmektedir.
- Rutin olarak işletme içerisinde gerçekleştirilen değişiklikler pazarlama yeniliği kapsamında değerlendirilmemektedir.

4.3.4. Organizasyonel Yenilik

Organizasyonel yenilik, işletmelerin örgütlerinde ya da dış ilişkilerinde yeni örgütsel yöntemlerin kullanılmasıdır. İşletme bünyesinde yeni örgütsel yöntemlerin kullanılması ya da dış paydaşlarla olan ilişkileri düzenlemek için kullanılan süreçlerin tamamı organizasyonel yenilik olarak tanımlanmaktadır. Organizasyonel yenilik uygulamalarının işletme bünyesinde kullanılmasıyla, işletmenin inovasyonel yeteneği artacak ve bu sayede performans artışı yaşanacaktır (OECD, 2005).

4.4. Entelektüel Sermaye ve İnovasyon

İşletmeler bugün hiç olmadıkları kadar yüksek belirsizlik, risk ve rekabet şartlarında varlıklarını devam ettirmeye çalışmaktadır. Zorlu piyasa koşullarında varlıklarını devam ettirmek isteyen işletmeler rakiplerine kıyasla güçlü rekabet avantajı elde etmeli, yeni fikirler ortaya koymalı, iç ve dış müşterileri ile yakın ve güçlü bir ilişkiye sahip olmalıdır.

İnovatif fikirler, işletmelerde tesadüfen ortaya çıkmamaktadır. İşletmelerin ortaya koyacağı yeni fikirlerin kaynağı bilgidir (Ekşi, 2008). Bilgi çalışanlardan, işletmenin örgütsel yapısından ya da dış paydaşlarla sürdürülen ilişkilerden elde edilmektedir. Yenilik, işletmenin diğer tüm bölümlerinde olduğu gibi insan tarafından ortaya konulan ve insanın hayal gücü, yeteneği ve tecrübeleri ile sınırlı olan bir unsurdur. Bu nedenle işletmelerin en temel yenilik kaynağının insan olduğu söylenebilir (Stewart, 1997). İşletme içerisindeki yenilikler, çalışanların hayal güçleri, yaratıcılıkları, yetkinlikleri ve tecrübeleriyle hayata geçer. Bu nedenle inovasyonun ortaya çıkması, gelişmesi ve uygulanması çalışanlar ile başlamaktadır. Çalışanların düşünmesi, tartışması, bilgi alışverişinde bulunması, beyin fırtınası yapması gibi süreçler sonucunda inovatif çalışmalar ortaya çıkmaktadır.

Entelektüel sermaye, işletmelerin çalışanlarının sahip oldukları yetkinlikler, iç ve dış paydaş ilişkileri ve örgütün sahip olduğu geçmiş tecrübelerin bir toplamı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi temelli rekabetin ön plana çıktığı günümüzde büyük önem arz eden entelektüel sermaye kavramı, işletmelerin rekabet güçlerini arttıran bilgi, deneyim, tecrübe, teknik ve teknolojik yetkinlikler gibi unsurlara sahip olması olarak ifade edilmektedir (Li et al., 2008). Bu nedenle insan sermayesini oluşturan yaratıcılık, hayal gücü, yetkinlik, motivasyon, öğrenme kapasitesi gibi unsurlar işletmelerin yenilik kapasitesini desteklemektedir (Laursen and Foss, 2003).

İşletmeler açısından bu kadar önemli bir konu olan inovasyonun ortaya çıkması, başarılı bir şekilde uygulanması ve işletmelere rekabet avantajı sağlaması için yeni iş fikirlerinin ortaya çıkması gerekmektedir. Entelektüel sermaye bu anlamda yaratıcı iş fikirlerinin doğmasında da yardımcı olmaktadır (Toraman vd., 2009).

Entelektüel sermaye bir bütün olarak inovasyona katkı sunabileceği gibi bünyesinde barındırdığı bileşenleri ile de ayrı ayrı katkı sağlayabilmektedir. Entelektüel sermaye unsurlarından ilki olan insan sermayesi, temelde işletmede çalışanlarının işlerini gerçekleştirmek için sahip oldukları bilgi, yetenek, tecrübe, beceri ve yaratıcılığı temsil etmektedir (Öztürk ve Demirgüneş, 2008). Çalışanlar, inovasyon ile ilgili olacak fikirlerin ortaya konulmasında, geliştirilmesinde ve bunların kullanılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle işletmeler bünyelerinde barındırdıkları insan sermayesinin desteklenmesi ve geliştirilmesi için farklı yöntemler geliştirebilmelidir. Çalışanların sahip oldukları bilgi birikimlerin inovasyonun yaratıcılık süreçlerine dahil edilmesiyle, işletme içerisinde sürekli iyileşme ve gelişme sağlanmış olacaktır.

İşletme ortaya koyacağı yenilikleri sadece bünyesinde barındırdığı insan sermayesi kaynağından elde etmemektedir. İşletmeler müşterilerden, tedarikçilerden, rakiplerden, araştırma merkezlerinden, devletten kısacası tüm dış paydaşlarından da çeşitli bilgiler elde etmektedir. Kurum dışında bulunan paydaşlardan elde edilen ve ilişkisel sermaye olarak isimlendirilen bu bilgi kaynağı sayesinde işletmeler ilişkide olduğu tüm kurumlar ile yakın temas kurabilir ve onlardan elde edecekleri bilgiler sayesinde müşteriler için önem arz eden değerlere uygun, inovatif çalışmalar gerçekleştirebilir.

İşletmeler ortaya koyacakları yenilikleri, müşterilerin ve pazarın ihtiyaçları doğrultusunda geliştirmektedir. İşletmelerin başarılı yenilikleri geliştirebilmesi ise ancak müşterilerini ve pazarını iyi tanımasıyla mümkündür (Wu et al., 2008). Bu nedenle işletmelerin çalışanlarından, müşterilerinden, tedarikçilerinden, rakiplerinden ve diğer tüm dış paydaşlarından elde ettikleri verilerin işletme içerisinde değerlendirilmesi, verilerin işletme için uygun ve kullanılabilir bir bilgiye dönüşmesi içinse işletme içerisinde uygun yapıların oluşturulması gerekmektedir. İşletmelerin sahip olduğu kurumsal bilgi seviyesi, kurumsal gelenekler, süreçler, uygulamalar inovasyon sürecini desteklemekte ve tetiklemektedir (Kong, 2009).

Lev (2001)'e göre de yenilikler entelektüel sermayeye yapılan yatırımlar sonucunda ortaya çıkmaktadır. Hermans ve Kauren (2005)'e göre entelektüel sermaye işletmelere yenilik yapma imkânı tanımaktadır. Narvekar ve Jarin (2006)'a göre ise

işletmenin yenilik performansını geliştirmek istiyorsa entelektüel sermayeye önem verilmelidir.

Bu çalışma kapsamında entelektüel sermaye ile yenilik ilişkisi doğrudan incelenmemekle birlikte, çalışmasının çatısı esasen bu kavramlar çerçevesinde oluşturulmuştur. Şöyle ki entelektüel sermayenin firma performansına etkisi, özellikle de bilgi yönetimi stratejilerinin aracılık etkisinin değerlendirildiği bir model oluşturulmuştur. Dahası bu modelde küresel yenilikçiliğin de bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı ilişkisindeki moderatör etkisinin analiz edilmesi hedeflenmiştir. Buradaki temel amaç entelektüel sermaye ile yenilik ilişkisinin farklı boyutlar çerçevesinde firma performansına dolaylı ve doğrudan etkilerinin incelenmesi ve literatüre bu anlamda daha özgün sonuçların kazandırılmasıdır. Bugüne kadar gerçekleştirilen çalışmalar bu iki değişken arasındaki ilişkileri değerlendirmişler ve literatüre katkı sunmuşlardır. Bu çalışma kapsamında firma performansının nihai bağımlı değişken olduğu ve entelektüel sermaye ile yenilikçiliğin dolaylı ve doğrudan etkilerinin analiz edilmesinin hedeflendiği bir model geliştirilmiştir.

Bununla birlikte araştırma modelinin çatısını oluşturması bakımından, entelektüel sermaye ile inovasyon arasındaki ilişkiyi değerlendiren geçmiş çalışmalara, bu kısımda özetle değinilmesi yerinde olacaktır.

Sullivan (2000) yaptığı çalışmada entelektüel sermayenin bilgi, akıl, düşünce ve inovasyon gibi önemli kavramları bünyesinde barındırdığını tespit etmiştir. Subramaniam ve Youndt (2005) gerçekleştirdiği çalışmada insan sermayesi, yapısal sermaye ve sosyal sermayenin işletmelerin inovasyon yeteneklerini temelden etkileyen unsur olduğunu tespit etmiştir. Hermans ve Kauranen (2005) gerçekleştirdiği çalışmada entelektüel sermayenin işletmenin inovasyon sürecine katkılar yaptığını tespit etmiştir. Bosworth ve Webster (2006) gerçekleştirdiği çalışmada entelektüel sermayenin inovasyon sürecinin başlatılmasında önemli rol oynadığını tespit etmiştir. Wu vd. (2008) yaptığı çalışmada, insan sermayesi, ilişkisel sermaye ve yapısal sermayenin yenilik üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Zerenler vd. (2008) yaptığı çalışmada, ilişkisel sermaye, insan sermayesi ve yapısal sermayenin yenilik performansı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Chen vd. (2008) yaptığı çalışmada, entelektüel sermaye ile işletme yenilik faaliyetleri arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ngah ve İbrahim (2009) yaptığı çalışmada, insan sermayesinin yenilik üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Cabello-Medina vd. (2011) yaptığı çalışmada, insan sermayesinin işletmenin yenilik performansını doğrudan; ilişkisel sermaye ise insan sermayesiyle etkileşime girerek yenilik üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Leitner (2011) yaptığı çalışmada, insan sermayesinin ürün yenilikçiliği üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Santos-Rodrigues vd. (2011) yaptığı çalışmada, insan sermayesi ve ilişkisel sermayenin ürün ve süreç yeniliği üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Lee vd. (2011) yaptığı çalışmada, süreç yenilikçiliği ile ilişkisel sermaye arasında pozitif yönlü bir etki olduğunu tespit etmiştir.

Al-Fawaeer (2013) yaptığı çalışmada, entelektüel sermaye yatırımlarının örgütsel inovasyon ile pozitif olarak ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. El Telbani (2013) yaptığı çalışmada inovasyon ile entelektüel sermaye arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmaya göre en önemli entelektüel sermaye unsuru ise yapısal sermayedir. Karchegani vd. (2013) yaptığı çalışmada, entelektüel sermaye ile organizasyonel yenilik arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Parpandel (2013) yaptığı çalışmada, entelektüel sermayenin inovasyonu teşvik etmede önemli bir faktör olduğunu tespit etmiştir. Altan ve Özpehlivan (2019) yaptığı çalışmada işletmelerin entelektüel sermaye ile inovasyon etkinlikleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

İşletmeler içerisinde bulundukları zorlu ve karmaşık piyasa koşullarında ayakta kalmak ve stratejik hedeflerini tutturabilmek için inovatif yetkinliklerini arttırmalı ve bu yetkinliklerini içselleştirmelidir. İşletmelerin bu yetkinlikleri içselleştirmesi ise ancak entelektüel sermaye değerlerine sahip olması, örtük entelektüel sermaye yetkinliklerinin ise işletme içerisine kazandırılarak aktif bir şekilde kullanılmasına bağlıdır. Çünkü işletme içerisinde güçlü bir şekilde kurulmuş olan entelektüel sermaye, inovatif fikirlerin oluşmasını ve daha etkin bilgi yönetimi stratejilerinin geliştirilmesini sağlayacaktır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da doğrudan ya da dolaylı olarak firma performasına olumlu etkilerin oluşması sağlanabilecektir.

4.5. Küresel Yenilikçilik

Yenilikçilik kavramına ilişkin literatürde 3 düzey bulunmaktadır (Rijnsoever ve Donders, 2009). Bunlar: (i) kişilik özelliği olan küresel yenilikçilik, (ii) yeni öğelerin benimsenmesine yönelik yenilikçilik ve (iii) yeni ürünlerin benimsenmesine yönelik yenilikçilik olarak tanımlanmaktadır. Yeni öğelerin ve ürünlerin benimsenmesine yönelik olan yenilikçilik daha çok yenilikçi davranışı ifade ederken küresel yenilikçilik kişilik özelliği olarak değerlendirilmektedir.

Küresel yenilikçilik kavramı literatürde "Innate Innovativeness", "Innovative Predisposition" ve "Dispositional Innovativeness" kavramlarıyla ele alınmaktadır. Türkçe çalışmalarda ise küresel yenilikçilik kavramı genellikle "Küresel Yenilikçilik", "Yenilikçilik Eğilimi" ve "Kişisel Yenilikçilik" kavramlarıyla açıklanmıştır (Özçiftci, 2015; Aydın, 2009; Akdoğan ve Karaaslan, 2013; Turhan, 2009).

Küresel yenilikçilik kavramını Midlgley ve Dowling (1978) "*bireylerin sahip olduğu kişilik özelliği*" şeklinde; Hirschman (1980) "*deneyimleri ve yeni bilgileri aramayı doğuştan gelen eğilim*" şeklinde; Im vd. (2007) ise "*kişinin doğasında bulunan yenilikçi kişilik, yatkınlık, bilişsel ve gözlemlenemeyen özellik*" olarak tanımlamıştır.

Küresel yenilikçilik, yukarıdaki tanımlamalarda da görüldüğü üzere, bireylerin sahip olduğu ve tüm insanlarda farklı derecelerde mevcut bulunan bir kişilik özelliği olarak tanımlanabilir. Ancak literatürde bazı araştırmacılar küresel yenilikçilik kavramını kişisel özelliğe ek olarak yeni deneyim olarak da ele almışlardır (Özçifci, 2015). Bu anlamda küresel yenilikçilik kavramı bireylerin kişisel özelliklerinden etkilenebileceği gibi bireylerin farklılıkları, davranışları, psikolojik ve sosyal değişkenlerden de etkilenmekte ve bu kararları bu değişkenler tarafından etkilenmektedir (Erciş ve Türk, 2014).

5. FİRMA PERFORMANSI

İşletme yöneticilerinin firma performansı kavramına bakış açıları zamanla değişime uğramıştır. Gelenekselleşmiş yönetim bakış açısında performansın en önemli iki boyutu düşük maliyet ve yüksek kâr olmaktayken, II. Dünya savaşının sonucunda meydana gelen ekonomik daralma mevcut kaynaklarla üretim miktarını arttırmayı hedefleyen verimlilik kavramını ön plana çıkarmıştır.

II. Dünya savaşını takip eden ilk dönemlerde emek, hammadde gibi üretim bileşenleri önem kazanmışken, günümüzde teknoloji ve yenilenebilir enerji kaynakları da üretim faktörleri açısından dikkate alınmaya başlamıştır. Teknolojideki hızlı değişmeler nedeniyle yatırım maliyetleri artmış, bu durum sonucunda ise iş gücüne oranla makinelerden maksimum fayda sağlanmasını gerektirmiştir. Enerji, kısıtlı ve kısmen yenilenemeyen, yüksek maliyetli bir üretim bileşeni olduğundan üretim ekonomisinde kıt hammadde kaynakları kadar önem kazanmıştır.

2000'li yıllarla birlikte teknolojik gelişmelerin ve küreselleşmenin etkisiyle işletmelerin iç ve dış çevre koşullarında değişim meydana getirmiştir. Bu durum yönetim anlayışlarının gelişmesine neden olmuştur. Değişimin yoğun olarak yaşandığı bu durum neticesinde muhasebe temelli finansal performans ölçülerinin (öz kaynak kârlılığı, varlık kârlılığı, yatırılan sermayenin getirisi ve hisse başı kâr) yanı sıra günümüz rekabetçi koşullarının gereği olarak müşteri memnuniyeti, fırsatları görme gücü, öğrenme hızı, kalite, esneklik, pazar payı, ürün liderliği ve sosyal sorumluluk gibi finansal olmayan performans ölçüleri de kullanılmaya başlanmıştır.

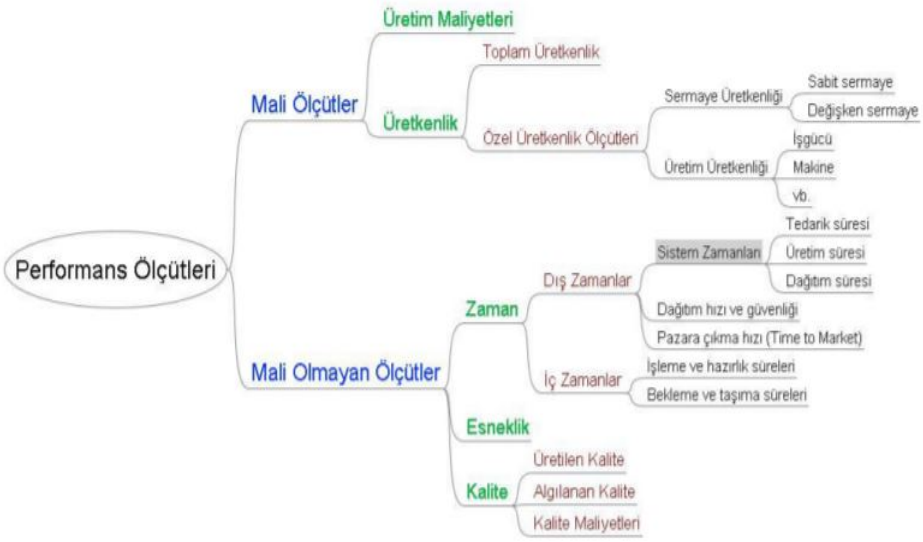
Firma performansı anlayışının değişim sürecinde önemini yitirmeyen tek gösterge ise ekonomik performanstır. Bu durumun temel nedeni işletmelerin ana amacının, kâr amacı gütmeyen örgütler dışında, kârlılığı arttırmak olmasıdır. Kâr işletmede bir amaç değil, işletmelerin sürekliliğini sağlayan bir sonuç olarak görülmeli ve bir kısıt olarak değerlendirilmelidir. İşletmelerin ekonomik kaynaklarında yaratılan pozitif değer, tüm uluslarda sosyal hizmetlerin (eğitim, sağlık, savunma vb.) toplumun her kesimine ulaşmasını sağlayan temel kaynağını oluşturmaktadır.

Olumlu anlamda firma performansı bir başka deyişle organizasyonel etkinlik, maddi kaynaklara ilaveten maddi olmayan kaynaklar da dahil olmak üzere tüm

varlıkların verimli kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Performans, yaratılan değerin bir göstergesidir. Varlıklar verimli kullanıldığında yaratılan değer beklenen değerden büyük olmakta ve işletmelerin sürdürülebilirliği gerçekleşmektedir. Performans değerlemesi çok boyutlu bir kavramdır, kamu işletmesi, aile işletmesi, kâr amacı gütmeyen organizasyonlar vb. için farklı boyutlarda irdelenmektedir. Ayrıca kredi verenler, sermaye sahipleri ve müşteriler tarafından yapılan değerlemelerde de farklı performans göstergeleri önem kazanmaktadır.

Bir faaliyetin nihai sonucu olan performans kavramı işletme biliminin tüm alt dallarında hem akademisyenler hem de iş hayatındaki profesyoneller tarafından sıkça yararlanılan bir gösterge haline gelmiştir. Özellikle stratejik yönetim literatüründe yapılan gerek teorik gerekse ampirik çalışmaların nerdeyse tamamı firma performansı ile ilişkilendirilmesine rağmen, üzerinde anlaşılmış, genel kabul görmüş bir firma performansı tanımından bahsetmek mümkün değildir.

Performans ölçümünün temelinde işletmenin ekonomik hedeflerinin gerçekleşip gerçekleşmeme durumunu gösteren finansal göstergeler yer almaktadır. Satışlardaki artış, satışlara ve yatırıma göre kârlılık, pay başına düşen kâr, öz kaynak kârlılığı, varlık kârlılığı, yatırılan sermayenin getirisi ve hisse başı kâr gibi göstergeler kullanılmaktadır. İşletme performansı daha geniş anlamda finansal performansın yanında finansal olmayan performansı (operasyonel performans) da kapsamaktadır. Operasyonel göstergeler ise pazar payı, yeni ürün sayısı, ürün kalitesi, katma değer, teknoloji etkinliği, hız, esneklik olarak sıralanabilir. Operasyonel performansın finansal performans üzerinde etkisi bulunmakta ve her iki performans göstergesi işletmenin durumu hakkında bilgi vermektedir. İşletme performansının kapsamı aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Şekil 5.1: *Firma Performansı Ölçütleri (Türker, 2007)*

Wheelen ve Hunger (2000) firma performansını, "ölçümlenmesi gereken bir örgütsel birim ya da gerçekleştirilmesi gereken hedeflerle ilgili faaliyetlerin değerlendirilmesi ile ilgili etkinlik" olarak tanımlarken; Hart ve Banbury (1994), "finansal performans, operasyonel performans ve örgütsel performans boyutlarından çok unsurlu oluşan bir yapı" şeklinde ifade etmiştir. Yapılan tanımlardan da anlaşıldığı üzere bilim insanları henüz firma performansı kavramının bir etkinlik mi yoksa yapı mı olduğu konusunda dahi uzlaşma sağlayamamışlardır.

Firma performansı kavramının, tanımlanmasında olduğu gibi, nasıl ölçülmesi, ölçüm esnasında ne tür ölçeklerin kullanılması konusunda da farklı yöntemlerin uygulanması gerektiği yönünde görüşler ileri sürülmektedir. Firma performansının ölçümü konusu stratejik yönetimin geleneksel araştırma alanı haline gelmiştir (Connolly, et al., 1980; Marr and Schiuma, 2003; Venkatraman and Ramanujam, 1986). Firma performansının ölçümü konusunda birçok sınıflama yapılmıştır.

Venkatraman ve Ramanujam (1986), firma performansı ölçümünü iki boyutlu olarak önermektedir. Ölçüm kriterlerini temelde finansal (niceliksel) ve operasyonel (niteliksel) indikatörler diye ayırırken; diğer taraftan bilginin kaynağına göre birincil ve ikincil kaynak ölçekleri olarak kategorize etmektedirler.

Finansal (niceliksel) göstergeler, kâr ve satışlar gibi muhasebe ve ekonomi performansıyla ilişkilendirilmişken; operasyonel (niteliksel) ölçekler finansal performans ölçeklerine de etki edebilecek müşteri memnuniyeti, kalite, çalışan bağlılığı, pazar payı, yeni ürün geliştirme gibi operasyonel başarı faktörleriyle ilişkilendirilmiştir (Venkatraman and Ramanujam,1986; Verbeeten and Boons, 2009).

Ayrıca Venkatraman ve Ramanujam (1986)'ın yaptıkları sınıflamaya göre, birincil kaynak ölçümlerinde veriler doğrudan araştırmacı tarafından, gözlem, deney, anket ve görüşme teknikleri yardımıyla firmadan elde edilirken; ikincil kaynak ölçümlerinde veriler başka amaçlarla diğer araştırmacı, kurum veya kuruluşlarca toplanmış verilerin değerlendirilmesi, analiz edilmesi, özetlenmesi, yorumlanması yoluyla edilmektedir (Kurtuluş, 2010; Gonzalez-Benito and Gonzalez- Benito, 2005). Diğer kabul görmüş sınıflama yöntemi ise verilerin kanaat ve görüşlere dayanıp dayanmadığına göre objektif ölçümler ve sübjektif ölçümler şeklinde gerçekleştirilmektedir.

Objektif ölçümler direkt olarak firmadan ya da ikincil kaynaklardan elde edilen finansal göstergelerden oluşmaktayken; sübjektif ölçümler çalışan, yönetici ya da müşterilerin, finansal ya da operasyonel göstergeler hakkındaki algı, görüş ve kanaatlerine dayandırılarak oluşturulmaktadır (Gonzalez-Benito and Gonzalez-Benito, 2005).

Yapılacak olan araştırmanın amacı ve kalitesi ile bağıntılı olarak niteliksel ya da niceliksel; objektif ya da sübjektif, birincil ya da ikincil ölçümlemeler kullanılmaktadır. Örneğin, örgütsel davranış ile ilgili çalışmalarda daha çok iş tatmini, örgütsel adalet algısı, çalışan ya da müşteri bağlılığı ve memnuniyeti gibi operasyonel ölçümlemeler kullanılırken; stratejik yönetim alanında yapılan çalışmalarda aktif kârlılığı, ciro kârlılığı, yatırımların geri dönüş süresi gibi finansal ölçümlemeler kullanılmaktadır.

Yine yönetsel davranış, örgütsel kültür gibi konuların ele alındığı çalışmalarda performans göstergesi olarak algı, görüş ve düşüncelere dayanan öznel ölçekler kullanılırken; üretim yönetimi, muhasebe, finans, lojistik gibi konularla ilgili araştırmalarda kayıtlara, raporlara, sayılara dayanan nesnel göstergelerden faydalanılmaktadır.

5.1. Firma Performansı Ölçümünün Amacı ve Önemi

Performans ölçümleri, performansını geliştirmeyi amaçlayan ve bunun doğrultusunda hareket eden yönetimler için temel bir gösterge olmaktadır. Performansın geliştirilmesi için birçok etken vardır ve bunlar şu şekilde özetlenebilir (Hung et al., 2010);

- İşletmeler yoğun olarak ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet etmek zorundadır. İşletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri en azından mevcut pazardaki yerini korumasına bağlıdır. Bu durumda pazara sadece düşük maliyetli ve yeterli ürünü sunanlar değil, pazarın değişen gereksinimlerine uygun, en yeni ve farklı ürünleri, en iyi kalite ile en kısa sürede sunma becerisini gösteren işletmeler başarılı olmakta ve büyüyebilmektedir. Aksi taktirde pazarı kaybetme, Pazar payında küçülme ve sonuçta da yok olma tehlikesi ile karşılaşmaktadır.
- Hızla değişen pazar koşulları sebebiyle ürünlerin yaşam döngüsü süreleri kısalmaktadır. Pazara yeni ürün sürme gerekliliği ise ancak esnek ve hızlı üretim süreçlerine olanak verecek üretim teknolojileri ve yöntemleriyle gerçekleşmektedir.
- İşletmeler mevcut durumlarını korumanın yanı sıra gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayacak kaynakları ancak gelişerek ve büyüyerek sağlayabileceklerdir.

İşletme sahipleri, yöneticiler, olası yatırımcılar, kredi verenler, satıcılar ve müşteriler gibi birçok paydaşın verecekleri kararları ilgilendirmesi nedeniyle önem arz eden performans ölçümü (Hung et al., 2010);

- İşletmenin ilgili kriterlere bazında başarı durumunu göstermekte,
- Karar vericiler tarafından planlanan işletme hedeflerinin gerçekleşme oranını yansıtmakta,
- İşletmelerin stratejik hedef ve amaçlarına yönelik yönetsel kararların alınmasında karar destek sistemine yardımcı olmakta,
- Mevcut durum ve geride kalınan alanlar hakkında bilgi vermekte,
- Yönetimin en önemli bilgi kaynağı olan geri bildirim düzeninin çalışmasına katkıda bulunmakta,

- Uygulanan planların gerçekleşme düzeyi ve hedefe ulaşılmadıysa buna neden olan gerekçelerin saptanarak önlem alınmasını sağlamakta,
- Yönetici ve çalışanların motivasyonun sağlanmasına katkıda bulunmaktadır.

5.2. Firma Performansının Alt Boyutları

5.2.1. Finansal Performans

Finansal performans, işletmelerin ekonomik hedeflerini gerçekleşme seviyesi ile ilgili bilgiler içermektedir. Günümüz iş dünyasında işletmelerin en temel amacının kâr elde etmek olduğu düşünüldüğünde finansal performansı ölçmek için kullanılan temel paradigmalar kârlılık ve büyüme olacaktır (Venkatraman and Ramanujam, 1987; Gonzalez-Benito and Gonzalez-Benito, 2005).

Firma performansının ölçülmesi amaçlandığında ilk olarak işletmelerdeki kârlılık, likidite, borç ödeme gücü, yatırımların geri dönüş oranı, öz sermaye kârlılığı, vergilerden önce elde edilen gelirler, net gelirler gibi iktisadi etkinliği ölçmeye yarayan finansal performans göstergelerinden yararlanılmaktadır. Finansal performans verileri, işletmelerin ekonomik hedeflerini gerçekleştirme derecesi hakkında bilgiler vererek işletmelerin yeni stratejiler geliştirmesine yardımcı olmaktadır (Venkatraman and Ramanujam, 1987).

İşletmelerin finansal performansının ölçülmesi için kullanılan yöntemler arasında; şirketin toplam varlıklarına göre ne kadar kârlı olduğunun bir göstergesi olan varlıkların getirisi (ROA), yatırılan para miktarına göre bir yatırımdan elde edilen kazancı veya kaybı ölçen yatırımların geri dönüşü (ROI), hissedarlar tarafından sağlanan sermayenin getirisini gösteren öz kaynak getirisi (ROE), bir şirketin satışları ne kadar verimli bir şekilde kâra dönüştürdüğünün bir göstergesi olan satışların geri dönüşü (ROS) yöntemleri yer almaktadır (Bayaraa, 2017).

Performans değerlemenin objektif olabilmesi için, işletme hedeflerinin finansal ölçümünde, birden fazla ekonomik ölçütün ya da hedeflerle doğrudan ilişkili tüm finansal değişkenlerin birlikte dikkate alınması gereklidir. Örneğin bir işletme için finansal performans için sıklıkla başvurulan ölçüm değişkenleri; ciro kârlılığı, toplam

varlık kârlılığı, yatırımların geri dönüş oranı, öz sermaye kârlılığı, vergilerden önce elde edilen gelirler, net gelirler, gibidir (Bulut vd., 2009).

Firma performansı ölçümü, objektif (nesnel) veya sübjektif (öznel) verilere dayandırılarak yapılmaktadır. Objektif performans göstergeleri genellikle direkt olarak firmalardan alınan birincil verilerden oluşmaktadır. Sübjektif performans göstergeleri ise çalışanların öznel değerlendirmeleri sonucu ortaya çıkan verilerdir (Venkatraman and Ramanujam, 1987; Gonzalez-Benito and Gonzalez- Benito, 2005).

Bu çalışmada firma yöneticilerinin öznel değerlendirmelerine dayanarak birincil veriler elde edilerek firma performansı ölçülmüştür. Ayrıca kârlılık ve büyüme ile ilgili sorular da sorularak katılımcıların finansal performans ile ilgili algıları incelenmiştir.

5.2.2. Yenilik Performansı

Yoğun rekabet ortamında varlığını devam ettirmek isteyen firmaların en mühim unsurlarından olan yenilik, bir fikrin, sitemin, aracın, sürecin, ürün ya da hizmetin ilk kullanıcısı olmayı ifade etmektedir (Price, 1972; Damanpour, 1991; Scott and Bruce, 1994). Yenilik, üründe, süreçte ve organizasyonda olmak üzere üç temel alanda yapılabilir.

Ürün yeniliği, yeni bir fikrin ya da yeni uygulamanın kullanılması sonucunda firmanın sunduğu nihai ürün ya da hizmette meydana gelen değişikliklerle ilgiliyken; süreç yeniliği, geliştirilen bir yenilik vasıtasıyla nihai ürün ya da hizmetin üretilmesinde kullanılan yol ve yöntemlerdeki değişiklikleri ifade eder (Prajogo and Sohal, 2006; Tidd et al.,1997; Zhuang et al., 1999). Örgütsel bazda olan yenilik ise yeni fikirlerin, sistemlerin, süreçlerin ya da teknolojilerin geliştirilmesini ve uygulanmasını kapsayan daha geniş çaplı bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Damanpor, 1991).

Alegre ve Chiva (2008), “yenilik performansını”, yenilik etkinliği ve yenilik verimliliğinden oluşan iki boyutlu bir yapı olarak ifade etmektedir. Yenilik etkinliği, bir yeniliğin başarı derecesini yansıtırken; yenilik verimliği bu başarı derecesinin geliştirilmesi için harcanan çabaya işaret etmektedir (Alegre ve Chiva, 2008).

Dolaysıyla Alegre ve Chiva (2008)'e göre yenilik performansı, yeniliği gerçekleştirme başarısı ve bu başarı için harcanan çabanın toplamına eşittir.

Birçok performans göstergesinin ölçümünde olduğu gibi yenilik performansının da nasıl ölçülmesi hakkında literatürde çok farklı görüşler yer almaktadır (Kanji, 1996; Prajogo and Sohal, 2003; Tang, 1998). Literatürde yenilik performansını, alınan patent sayısı, yayınlanan rapor sayısı ve kabul edilen proje sayısı bakımından ele alan objektif ölçümler yer aldığı gibi yeni ürün ya da süreçleri, kalite ve fonksiyonları açısından rakiplerle kıyaslayan sübjektif ölçümler de bulunmaktadır (Hung et al., 2010).

Diğer taraftan yenilik sayısı, yenilik hızı, yenilikçilik düzeyi (teknolojik görünümlerin yeniliği), pazarda ilk olma gibi ürün ve süreç yeniliğini ölçen kriterler yenilik performansını ölçümlemek için kullanılmaktadır (Prajogo and Sohal, 2006). Bunların yanı sıra, Hagedoorn ve Cloodt (2003), yaptıkları araştırmada, ileri teknoloji kullanan işletmelerin, yenilik performansı göstergelerini; Ar-Ge girdileri, patent sayıları, patent atıfları ve yeni ürün duyuruları olarak göstermişlerdir.

Bu çalışmada yenilik performansının ölçülmesinde Meutcheho (2016) çalışmasından uyarlanan katılımcıların öznel kanaatlerine dayalı sübjektif verilerden yararlanılmıştır. Yenilik performansı ölçeğinde, son 3 yılda pazara sunulan ürün/hizmet sayısındaki artış, Ar-Ge'ye verilen önem, patent sayılarındaki artış gibi kriterlerin değerlendirilmesi istenmiştir.

6. ARAŞTIRMA MODELİ ve HİPOTEZ GELİŞTİRME

6.1. Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetimi Stratejileri İlişkisi

İçerisinde bulunduğumuz bilgi çağında bilgi, ekonomik refahın ve modern ekonomik büyümenin temelini oluşturmaktadır (Yıldız, 2010). Bu durum yeni dünya ve işletme düzeninde işletmelerin temel gücünün entelektüel sermaye olmasına zemin hazırlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yatırımlar incelendiğinde 1929 yılında yatırımların %70'i somut %30'u soyut varlıklara yapılırken bu oranın bugün tam terse döndüğünü görmekteyiz. ABD'deki bu yatırımları detaylı incelediğimizde ise yatırımların Ar-Ge, eğitim, yetenek, bilgi ve iletişim teknolojileri gibi alanlara kaymış olduğu görülmektedir (Yıldız, 2010). Bu durum şirketler içinde geçerliliğini korumaktadır. Bugün Microsoft başta olmak üzere birçok teknoloji devi şirketlerin piyasa değerlerinin yaklaşık %10'luk kısmı sadece somut varlıklardan oluşmaktadır (Naktiyok, 2004).

Entelektüel sermaye kavramının işletmeler açısından önemli olmasının unsurlarından bir diğeri de işletmelere rakiplerine karşı rekabet avantajı katıyor olmasıdır. Entelektüel sermayeye sahip işletmelerin dinamik yapıda oluyor olmasına ek olarak değişimlere ve teknolojik yeniliklere hızlı adapte olabilme ve müşterilerle yakından kurdukları ilişkiler sayesinde rakiplere karşın rekabet avantajı elde etmede önemli bir unsur olmaktadır (Görmüş, 2009).

Seleim ve Khalil (2011) çalışmalarında 38 yazılım firmasının entelektüel sermaye boyutu ve bilgi yönetimi süreçleri arasındaki ilişkiyi iki yönlü olarak incelemiştir. Çalışma sonucunda entelektüel sermaye boyutları ile bilgi yönetimi süreçleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu gözlemlemiştir.

Hsu ve Sabherwal (2012), literatürün iki önemli akışı olarak tanımladığı entelektüel sermaye ve bilgi yönetimini Tayvan'daki 533 firmanın katılıyla ampirik olarak incelemiştir. Çalışmada entelektüel sermayenin bilgi yönetimini güçlü ve olumlu bir şekilde etkilediğini tespit etmiştir.

Khajeh vd. (2014) beşerî sermaye, yapısal sermaye ve ilişkisel sermayenin entelektüel sermaye üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmanın örneklemi 120 yönetici ve üst düzey uzmandan oluşmaktadır. Araştırma bulgularına göre entelektüel sermaye ile bilgi yönetimi stratejileri arasında önemli bir ilişki olduğuna ulaşılmış ve bilgi yönetimi stratejilerinin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için entelektüel sermayenin gerekliliği ispatlanmıştır.

Literatürde yer alan bu çalışmalara bağlı olarak geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H1: *İşletmelerin sahip oldukları Entelektüel Sermaye birikimleri izledikleri bilgi yönetim stratejilerine olumlu yönde etki etmektedir.*

6.2. Entelektüel Sermaye ve Firma Performansı Arasındaki İlişki

Entelektüel sermaye kavramı günümüz işletmeleri için önem arz eden çalışan, müşteri ilişkileri ve örgütsel güçlendirme konu başlıklarını kapsayan insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye kavramlarından oluşmaktadır. Literatürdeki çalışmalarda entelektüel sermayenin gerek rakipler arası rekabet gerekse de firma performansı konularında önemli bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Entelektüel sermaye bu anlamda bir işletmenin en değerli varlıkları ve güçlü silahı olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle teknoloji yoğun ve bilgi odaklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler için daha da önem arz etmektedir (Wang and Chang, 2005). Chang (2007) ve Wang (2006) işletmelerin tüketiciler gözünde yüksek değerli ürün/hizmet sunabilmek için entelektüel sermayeye yatırım yapmaları ve bu varlıkları verimli şekilde kullanmaları gerektiğini ifade etmiştir.

Kaynak tabanlı rekabet stratejisi yaklaşımına göre işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı ve üst düzey firma performansı sağlaması ancak stratejik kaynaklara, özellikle somut olmayan kaynaklara sahip olmakla ve bu kaynakları uygun kullanmakla elde edilebilmektedir (Hsu and Wang, 2012). Stratejik kaynaklar somut veya soyut olabilir. Bu kaynaklar ne kadar değerli, az, devredilemez, eşsiz ve değiştirilemez ise rekabet edebilirlik ve yüksek performans sağlamak için önem kazanırlar. Stratejik kaynakların özelliklerini tanımlamak için kullanılan tüm bu

özellikler de literatürde entelektüel sermayeye atfedilmektedir (Molodchik et al., 2012).

Entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkiyi Amerika, Tayvan, Kanada gibi farklı ülkelerde ve bankacılık, finans, bilgi-iletişim teknolojileri, ilaç, kimya, üretim ve hizmet sektörleri gibi farklı sektörlerde inceleyen literatürde pek çok çalışma bulunmaktadır (Bose and Oh, 2004; Cabrita and Vaz, 2006; Cohen and Kaimenakis, 2007; Dzenopoljac et al., 2016; Ghosh and Wu, 2007; Hsu and Wang, 2012; Kianto et al., 2013; Sardo and Serrasqueiro, 2017; St-Pierre and Audet, 2011; Wang, 2006; Wang and Chang, 2005).

Literatürde entelektüel sermaye ve firma performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk çalışmalardan biri olan Bassi ve Van Buren (1999)'un çalışmasında entelektüel sermaye ile ABD menşeli firmaların performansları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Riahi-Belkaoui (2003) ABD merkezli çokuluslu işletmelerin performansları ile entelektüel sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; entelektüel sermayenin finansal performans üzerinde pozitif yönlü bir ilişkiye neden olduğunu tespit etmiştir.

Bozbura (2004) Türkiye'deki firmaların piyasa değerleri ile entelektüel sermaye unsurları arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; işletmelerin piyasa/defter değerleri ile entelektüel sermaye unsurları olan insan ve ilişkisel sermaye arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Chen vd. (2005)'nin VAIC metodolojisini kullanarak yaptıkları çalışmada entelektüel sermaye bileşenleri ile firma performansı arasında bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Wang ve Chang (2005) Tayvanda'ki işletmeleri baz alarak yaptıkları çalışmalarında entelektüel sermaye unsurlarının iş performansını doğrudan etkilediğini tespit etmiştir.

Shiu (2006) tarafından Tayvan'daki teknoloji firmaları üzerine yapılan çalışmada, entelektüel sermaye ile VAIC ve pazar arasında önemli pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bramhandkar vd. (2007) ABD ilaç endüstrisindeki işletmelerin finansal performansı ile entelektüel sermaye arasındaki ilişki incelenmiş olup; yüksek seviyede entelektüel sermayeye sahip olan işletmelerin daha yüksek performans gösterdiklerini tespit etmiştir.

Tan vd. (2007)'nin Singapur'da VAIC modeli ile firma performansı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada VAIC modeli ile firma performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Yalama ve Coşkun (2007) İMKB'de işlem gören firmaların 1995 – 2004 periyotlarını baz alarak yaptığı çalışmada performans ile entelektüel sermaye arasındaki ilişkilerini incelemiş olup; entelektüel sermaye ile karlılık arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Kamath (2008)'in yaptığı çalışmada entelektüel sermaye ile Hindistan ilaç endüstrisindeki firmaların performansları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yörük ve Erdem (2008) Türkiye'de Borsa İstanbul'da işlem gören firmaların performansı ile entelektüel sermaye arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; entelektüel sermaye ile performans arasında bir ilişki tespit edememiştir.

Kamukama vd. (2010)'da Uganda mikrofinans firmalarını baz alarak yaptıkları entelektüel sermaye unsurlarının etkileşimi ile finansal performans arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu tespit edilmiştir.

Sharabati vd. (2010)'da entelektüel sermaye ile Ürdünlü firmaların iş performansı arasındaki ilişki incelenmiş olup; entelektüel sermaye ile iş performansı arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Zeghal ve Maaloul (2010)'un yaptığı çalışmada entelektüel sermaye ile İngiliz firmalarının performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yıldız (2011) BIST'te işlem gören 8 bankanın performansı ile entelektüel sermaye unsurları arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; araştırma sonucunda ilişkisel sermaye ile yapısal sermayenin performansı daha çok etkilediğini tespit etmiştir.

İran'da Alipour (2012) İran'daki sigorta şirketlerinin performansı ile entelektüel sermaye arasındaki ilişkiyi incelmiş olup; entelektüel sermaye ile performans arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Ergül ve Yılmaz (2012) yaptığı çalışmada ilişkisel sermaye ve yapısal sermayenin işletmelerin finansal ve finansal olmayan performansları üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Gonzalez-Loureiro (2012) İspanya Galiçya bölgesindeki 140 KOBİ işletmesini kapsayan çalışmasında entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; insan sermayesinin performansı arttıran en önemli unsur olduğunu tespit etmiştir.

Mondal ve Ghosh (2012) çalışmasında entelektüel sermayenin Hindistan bankacılık sektörüne daha fazla katkısı olduğu tespit edilmiştir.

Santos-Rodrigues ve Pereira-Rodrigues (2014) Portekiz lojistik firmasında yaptığı çalışmada yapısal sermayenin finansal performans üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Nimtrakoon (2015) ASEAN ülkelerini baz alarak yaptığı çalışmasında entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; her bir ülkede farklı eğilimler olsa da entelektüel sermaye ile piyasa değeri ve finansal performans arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Urban ve Joubert (2017) yaptığı çalışmasında Güney Afrika'daki farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların işletme performansı ile entelektüel sermaye unsurları arasındaki ilişkiyi incelemiş olup; insan sermayesinin hem yapısal sermaye hem de ilişkisel sermaye üzerinde önemli ve güçlü bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Hoang vd. (2018) Vietnam'da bilgi iletişim teknolojisi sektöründe faaliyet gösteren firmalar ile yaptığı çalışmasında insan sermayesi ile işletme performansı arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Literatürde yer alan bu çalışmalara bağlı olarak geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H2: *İşletmelerin sahip oldukları Entelektüel Sermaye birikimleri işletmelerin firma performanslarına olumlu yönde etki etmektedir.*

6.3. Bilgi Yönetimi Stratejileri ve Firma Performansı Arasındaki İlişki

Küreselleşmenin artması, teknolojinin gelişmesi ve rekabetin zorlaşmasıyla birlikte endüstriye üretim unsurları tek başına yeterli olmamaya başlamıştır. İşletmelerin içerisinde bulunduğu dinamik şartlara adapte olmak ve içerisinde bulunduğu rekabet koşullarında müşteri beklentilerine daha iyi cevap verebilmek için yeni yetenekleri ön plana çıkartması gerekmektedir (Cheng, 2007). İşletmelerin entelektüel sermaye kapsamında sahip oldukları bilgi, işletmelerin rakiplerine karşı sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesinde kendilerine yol gösteren en önemli kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır (Kogut and Zander, 1992; Grant, 1996; Spender, 1996). Bu nedenle bilgi yönetimi ve bilgi yönetim süreçleri işletmelerin organizasyonel performanslarını arttırmak adına önemli kritik adımlardan biridir (Alavi and Leidner, 2001; Davenport and Prusak, 1998; Heisig, 2009; Nonaka and Takeuchi, 1995; VonKrogh, 1998; Hernandez et al., 2016).

Bilgi, işletmelerin zaman içerisinde kendi iç yeterliliklerinin oluşturulmasında ve yenilenmesinde yardımcı olan bir değer yaratma sürecinin temek kaynağıdır (Kaplan and Norton, 2004). Bilgi yönetimi ise, işletmelerin değerli bilgiler üretmek için bilgi kaynaklarını kullanma ve yönetme becerileri olarak tanımlanmaktadır (Wu et al., 2014).

Geçmiş yıllardaki çalışmalar incelendiğinde firmanın rekabet avantajı elde etmesi ile bilgi (Davila et al., 2019) ve bilginin firma performansına önemli ölçüde etki ettiğine dair pek çok çalışma bulunmaktadır (Hussinki et al., 2017). Bilgi, firma yenilikçiliği ve rekabet edebilirlik konularında önemli bir kaynak olduğu için bilgi yönetim uygulamalarının yaratılması ve sürdürülebilir olması işletmelerin performansları açısından önem arz etmektedir (Davila et al., 2019). Bilgi yönetimi uygulamalarının bilgiye dayalı ekonomiye yönelik örgütsel değişim için kritik bir

aşama olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Davila et al., 2019). Kianto ve Andreeva (2014) tarafından yapılan bir araştırmada bilgi yönetimi uygulamaları, kurumsal bilgi varlıklarının ürettiği değeri en üst düzeye çıkarmak için kurumsal bilgi süreçlerini destekleyen yönetsel eylem olarak tanımlamıştır. Bu nedenle stratejik bilgi yönetimi uygulamaları işletmeler için rekabet avantajı sağlayan kaynaklar olarak tanımlanmaktadır çünkü, işletmelerin bilgiye dayalı değer yaratmaya olanak sağlayacak ve işletmelerin değer yaratma faaliyetlerini yeniden tanımlamaya yol açabilecek maddi olmayan varlıkların yönetilmesine izin vermektedir (Davila et al., 2019).

Gold vd. (2001), üretim ve finans alanında faaliyet gösteren işletmelerin bilgi yönetimi süreçleri ve firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 1000'den fazla üst düzey yöneticinin katılımıyla yürütülen çalışma sonuçlarına göre bilgi yönetimi süreçlerinin, firma performansını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir.

Darroch (2005), çalışan sayısın elli ve üzeri olan Yeni Zelanda'da faaliyet gösteren firmaların, bilgi yönetimi stratejilerinin işletmelerde rolü ve performansa etkisi üzerinde yaptığı çalışmada; bilgi yönetimi stratejilerinin, firma performansını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Marques ve Simon (2006), İspanya'da biyoteknoloji ve telekomünikasyon endüstrisinde faaliyet gösteren 222 firma üzerinde yürüttükleri çalışma sonucunda bilgi yönetimi uygulamalarını adapte eden şirketlerin rakiplerine oranla daha iyi performans gösterdikleri sonucuna ulaşmıştır.

Mckeen vd. (2006), tarafından yapılan bir araştırmada bilgi yönetimi uygulamaları ile objektif ve sübjektif performans arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma ABD, Kanada ve Avustralya'da faaliyetlerini yürüten 90 firma üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, bilgi yönetimi uygulamalarının finansal olmayan performans üzerinde doğrudan ve pozitif bir etkiye sahip olduğu ve bilgi yönetimi uygulamalarının finansal olmayan performansın tam aracılığı ile finansal performansı etkilediğini saptamışlardır.

Ho (2008), Taiwan'lı 21 adet yüksek teknoloji firmasının üst düzey yöneticileri üzerinde yaptığı çalışmasında bilgi yönetimi stratejilerinin, firma performansını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediği sonucunu elde etmiştir.

Dauda ve Yusoff (2011), bilgi yönetimi stratejileri, sosyal sermaye ve firma performansı arasındaki ilişkileri Malezya'da faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin katılımıyla gerçekleştirmiştir. 289 anketle yürütülen çalışma sonuçlarına göre bilgi yönetimi stratejilerinin firma performansını doğrudan pozitif olarak etkilediğini ayrıca, bilgi yönetimi stratejileri ve firma performansı arasındaki ilişkide sosyal sermayenin tam aracılık etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Gholami vd. (2013), çalışmalarında bilgi yönetimi uygulamalarının firma performansı üzerindeki etkisini KOBİ'ler üzerinde araştırılmışlardır. Söz konusu işletmelerden kolayda örnekleme yöntemine göre seçilen 282 adet üst düzey yönetici araştırmaya katılım sağlamıştır. Bilginin elde edilmesi, bilginin oluşturulması, bilginin depolanması, bilginin paylaşımı ve bilginin uygulanması süreçlerinin firma performansı üzerinde önemli ve doğrudan etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kianto vd. (2014), tarafından yapılan bir araştırmada bilgi yönetimi uygulamaları, kurumsal bilgi varlıklarının ürettiği değeri en üst düzeye çıkarmak için kurumsal bilgi süreçlerini destekleyen yönetsel eylem olarak tanımlamıştır. Bu nedenle stratejik bilgi yönetimi uygulamaları işletmeler için rekabet avantajı sağlayan kaynaklar olarak tanımlanmaktadır. Çünkü, işletmelerin bilgiye dayalı değer yaratmaya olanak sağlayacak ve işletmelerin değer yaratma faaliyetlerini yeniden tanımlamaya yol açabilecek maddi olmayan varlıkların yönetilmesine izin vermektedir (Davila et al., 2019).

Sanchez vd. (2015), bilgi yönetimi stratejilerini yüksek performanslı çalışma sistemlerine (yoğun eğitim, aktif katılım, kapsamlı performans değerlendirmesi ve performansa dayalı ücretlendirme) entegre etmiş firmaların firma performansını incelemiştir. İspanya'da faaliyet gösteren 191 büyük ölçekli firmanın katılımıyla gerçekleştirilen çalışma sonucunda bilgi yönetimi stratejilerinin firma performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu saptamıştır.

Inkinen (2016), çalışmasında bilgi yönetimi yetenekleri ve bilgi yönetimi stratejilerinin firma performansı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmanın sonucu bilgi yönetimi yeteneklerinin bilgi yönetimi stratejilerinin etkinliğini arttırdığını ve dolayısıyla da firma performansı olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir.

İpçioğlu ve Kahya (2016), Bursa il merkezindeki organize sanayi bölgelerine kayıtlı otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren 107 firma ile yaptıkları çalışma sonucunda bilgi yönetimi süreçlerinin finansal ve finansal olmayan performans üzerinde kısmen pozitif etkiye sahip olduğunu bulmuştur.

Imran vd. (2018), 197 çalışanın katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada bilgi yönetimi süreçlerinin firma performansı ve çalışan yaratıcılığı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışma sonucunda, bilgi yönetimi süreçlerinin firma performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu saptamıştır. Çalışma derinlemesine araştırma, bilgi edinme, paylaşma ve uygulamanın firma performansını artırmak için kullanılan süreçleri daha fazla etkilediğini belirtmektedir. Ayrıca bilgi yoğun bir kültür, bilgi süreçleri ile çalışan yaratıcılığı arasındaki ilişkiyi güçlendirici bir etkiye sahiptir. Dahası, bilgi süreçleri, çalışanlarda sürekli inovasyona ve firma performansına yol açacak yaratıcı davranışları teşvik etmek önemli bir parametre olarak bulunmuştur.

Ferraris vd. (2019), büyük veri analizi ve firma performansının ilişkisini incelemiştir. 88 küçük ve orta büyüklükteki işletmenin katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada büyük veri analizi gerçekleştiren firmalarda, bilgi yönetimi stratejilerini etkin bir şekilde kullanan işletmelerin firma performansının daha iyi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

İşletmeler için bilgi tabanlı değer yaratılması kapsamında yapılan literatür incelendiğinde entelektüel sermaye ve bilgi yönetim kavramlarının firma performansına olan olası etkileri üzerine pek çok çalışma yapıldığı görülmektedir. Entelektüel sermaye işletmelerin sahip olduğu tüm fikri varlıkları ifade etmekteyken bilgi yönetimi firmaların entelektüel sermaye varlıklarının yönetilmesi ifade etmektedir. Bu kapsamda işletme performansının bilgi tabanından yani işletmenin sahip olduğu entelektüel sermayeden gelmesi ve bilgi yönetim stratejileri kullanılarak

işletme stratejilerine uygun olarak kullanılmasının işletme performansına olumlu yönde etki yapacağı beklenmektedir (Hussinki et al., 2017).

Literatürde yer alan bu çalışmalara bağlı olarak geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H3: *İşletmelerin izledikleri Bilgi Yönetim Stratejileri firma performanslarına olumlu yönde etki etmektedir.*

6.4. Bilgi Yönetimi ve Firma Performansı Arasındaki İlişkide İnovasyonun Düzenleyicilik Rolü

Rekabetin ve teknolojik ilerleme hızının en üst seviyeye ulaşmış olduğu günümüzde işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek, müşteri memnuniyeti sağlamak ve varlıklarını devam ettirebilmesi için rakiplerden farklı, müşteri değerini ön plana çıkartan ürün/hizmetleri piyasaya arz edilmesi gerekmektedir. Ekonominin uluslararası boyut kazanması, sürekli yenilik yapma ihtiyacı ve bilgi teknolojilerinin daha fazla kullanımı gibi gelişmelerin tamamı işletmelerin yoğun rekabet ortamında hayatta kalmaya çalışmasını zorunlu kılmıştır. (Sanchez and Marin, 2005). Tüm bu farklılaşmaların ve değer yaratıcı ürün/hizmetlerin hayata geçirilebilmesi ise ancak inovasyon ile mümkün olmaktadır.

İşletmeler tarafından hayata geçirilen her bir ürün/hizmet, işletme bünyesindeki bir bilginin kullanılması sonucunda ortaya çıkmaktadır. İşletmeler çeşitli yöntemler ile elde ettikleri verileri anlamlı birer bilgi haline getirmekte ve bu bilgiler vasıtasıyla da müşterileri için değerli ürün/hizmetleri ortaya koymaktadır. İşletmelerin sahip olduğu bilgi, firma yenilikçiliğinin ve küresel rekabet ortamındaki en değerli rekabet avantajı olduğu için bilgi ile inovasyon başarısı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Grant, 1996).

Bilgi ve bilgi yönetim uygulamaları sayesinde işletmeler bilgiye dayalı değer yaratıcı pek çok faaliyetleri bünyelerinde tanımlayabilir ve yeni fırsatların ortaya konulmasına fırsat sağlayabilir (Davila et al., 2019) Kavram itibariyle entelektüel sermaye, işletmelerin sahip olduğu bilgi kaynaklarını ifade ederken bilgi yönetimi kavramı ise, işletmelerin sahip olduğu bu bilgi kaynaklarının yönetilmesi üzerinde

durmaktadır. Bu bağlamda işletmelerin inovatif fikirleri hayata geçirmede hem bilgi yönetim uygulamaları hem de firma performansı arasında ilişki olduğu yapılan çalışmalarda kanıtlanmıştır.

Darroch (2005), 443 üst düzey yöneticinin katılımıyla gerçekleştirdiği çalışmasında bilgi yönetimi, inovasyon ve firma performansı arasındaki ilişkileri incelemiştir. Çalışma sonucunda ulaştığı ampirik kanıtlar, bilgi yönetimi kabiliyetine sahip bir firmanın kaynaklarını daha verimli kullandığını ve böylece daha yenilikçi ve daha iyi performans gösterdiğini desteklemektedir.

Gunday vd. (2011), 184 üretim firmasının inovasyon türlerinin (organizasyonel, süreç, ürün ve pazarlama) firma performansı çeşitlerine etkisini incelemiştir. Sonuçlar, inovasyon türlerinin imalat endüstrilerindeki firma performansı üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koymaktadır.

Lopez-Nicolas ve Merono-Cerdan (2011), çalışmasında 310 İspanyol firmanın katılımıyla firmaların bilgi yönetimi stratejileri, inovasyon ve kurumsal performans arasındaki ilişkileri incelemiştir. Sonuçlar, her iki bilgi yönetimi stratejisinin (kodlama ve kişiselleştirme) inovasyonu ve organizasyonel performansı doğrudan ve dolaylı olarak (inovasyon kapasitesindeki artış yoluyla) etkilediğini göstermektedir.

Ar (2012) yeşil ürün inovasyonun, firma performansı ve rekabet edebilirlik arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasını 140 üretim firmasının katılımıyla gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda yeşil ürün inovasyonunun hem firma performansı hem de rekabet edilebilirlik üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu gözlemlemiştir.

Marques vd. (2016), tartışmayı teşvik etmenin ve stratejik bilgi yönetiminin Portekiz ayakkabı endüstrisindeki yenilik ve performans üzerindeki etkilerinin daha iyi anlaşılmasını amacıyla gerçekleştirdiği nitel çalışmasında bilgi yönetimi stratejileri ve firma performansı arasındaki ilişkide yenilikçiliğin düzenleyici bir etkisi olduğunu ileri süren bir araştırma modeli önermiştir.

Literatür desteği de dikkate alındığında bilgi yönetimi stratejilerinin firma performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olması beklenmektedir. Dolayısıyla;

H4: *Bilgi yönetimi stratejisi ile firma performansı arasındaki ilişkide küresel yenilikçilik moderatör etkiye sahiptir.*

6.5. Entelektüel Sermaye ve Firma Performansı İlişkisinde Bilgi Yönetimi Stratejilerinin Aracılık Rolü

Küreselleşmenin artmasıyla birlikte işletmeler arasındaki rekabetçiliğin en önemli itici gücü bilgi ve bilginin yönetilmesi olmuştur (Edvinsson vd., 1996). Bilginin işletmeler açısından giderek stratejik bir kaynak olarak görülmesi ve işletmelerin bilgi kaynaklarına önem verilmesiyle birlikte daha inovatif ve müşteri açısından değer yaratan ürün ve hizmetler üretilmeye başlanmıştır.

İşletmelerin sahip olduğu, yönettiği, erişebildiği veya ortaya koyduğu her türlü ürün ve hizmetin temelindeki bilgi kaynağı, işletmenin sahip olduğu entelektüel sermayedir (Elberdin et al., 2018). İnovasyonun itici gücü olarak kabul edilen entelektüel sermaye (Subramaniam et al., 2005; Elberdin et al., 2018) işletmelerin maddi olmayan ve finansal tablolarda gösterilemeyen varlıkların tamamı olarak tanımlanabilir. Bilgi yönetimi felsefesi entelektüel sermaye düzleminde düşünüldüğünde işletmenin hedeflerine ulaşabilmek için kullanılan tüm bilgiler olarak tanımlanabilmektedir.

Entelektüel sermaye işletme içerisindeki çalışanların sahip olduğu ve çalışanlarda örtük olarak bulunan bilgidir. Bilgi yönetimi ise, işletme içerisinde değer üretilmesi, üstün firma performansı yaratılması ve rakiplere karşı rekabet avantajı elde edilebilmesi için kullanılan ve entelektüel sermayeyi temel alan yapıdır. Yani özetle, entelektüel sermaye işletme içerisinde bilgi kaynağı iken bilgi yönetimi entelektüel sermayenin sahip olduğu bilginin değer yaratılmasında etkin ve verimli kullanılması olarak tanımlanabilir (Yıldız, 2010).

Literatür genellikle entelektüel sermaye ve bilgi yönetim konularını iki ayrı araştırma konusu olarak ele almış ve incelemiştir (Elberdin et al., 2018). Oysaki işletmenin maddi olmayan tüm varlıklarını kapsayan entelektüel sermaye ile işletmenin kuruluşundan itibaren sahip olduğu tüm bilgi kaynaklarının nasıl yönetilmesi, saklanması ve paylaşılması gerektiğini anlatan bilgi yönetimi birbirinin ayrılmaz iki parçasıdır. Rakiplerine karşı rekabet avantajı elde etmek isteyen

işletmelerin kullandıkları ve kâra dönüştürdükleri bilgi kaynaklarının tamamı entelektüel sermayeye dayanmaktadır (Edvinsson et al., 1996). Entelektüel sermaye ve bilgi yönetimin arasındaki ilişkinin incelenmesi ve birlikte ele alınmasıyla birlikte işletme içerisindeki süreçlerin daha fazla değer yaratması ve yönetilmesi sağlanmış olacaktır.

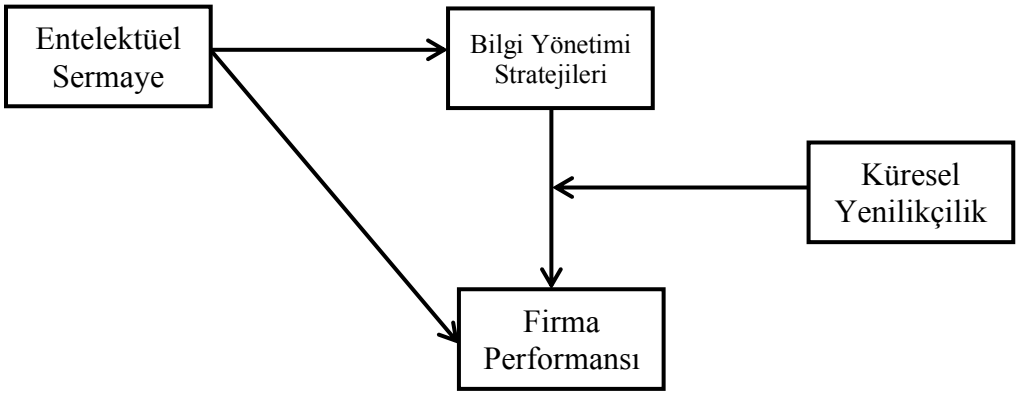
Bu bilgiler ışığında firmaların entelektüel sermaye birikimlerini performans göstergelerine yansıtabilmeleri bilgi yönetimi stratejileri doğrultusunda gerçekleşebilecektir. Dolayısıyla entelektüel sermaye ve firma performansı arasındaki ilişkide bilgi yönetimi stratejilerinin aracılık rolü olabileceği öngörülmektedir.

H5: *Bilgi Yönetim Stratejileri Entelektüel Sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide aracılık etmektedir.*

7. METODOLOJİ

7.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Çalışmanın bir önceki bölümünde detaylarıyla açıklanan literatür araştırmasına bağlı olarak araştırma modeli oluşturulmuştur. Araştırma modeli; entelektüel sermaye, bilgi yönetimi stratejileri, küresel yenilikçilik ve firma performansı olmak üzere dört grup değişkeni içermektedir. Şekil 7.1'de şematik temsili gösterilen model çerçevesinde ilişkiler ve hipotezler aşağıda gösterilmektedir.



Şekil 7.1: *Araştırma Modeli*

H1: *İşletmelerin sahip oldukları Entelektüel Sermaye birikimleri işletmelerin izledikleri bilgi yönetim stratejilerine olumlu yönde etki etmektedir.*

H2: *İşletmelerin sahip oldukları Entelektüel Sermaye birikimleri işletmelerin firma performanslarına olumlu yönde etki etmektedir.*

H3: *İşletmelerin izledikleri Bilgi Yönetim Stratejileri işletmelerin firma performanslarına olumlu yönde etki etmektedir.*

H4: *Bilgi yönetimi stratejisi ile firma performansı arasındaki ilişkide küresel yenilikçilik moderatör etkiye sahiptir.*

H5: *Bilgi Yönetim Stratejileri Entelektüel Sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide aracılık etmektedir.*

7.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde işletmelerin entelektüel sermaye birikimleri ile bilgi yönetim stratejilerinin, organizasyon verimliliği açsından çok daha fazla önem kazandığı görülmektedir. İşletmelerin sahip oldukları fiziksel varlıkların önemi günümüzde devam ediyor olmakla birlikte içerisinde bulunduğumuz teknoloji çağında bilgi temelli varlıkların önemi, diğer bir ifadeyle bilgi yönetimi daha fazla ön plana çıkmıştır. Bu anlamda bilgi yönetimi, bilgiyi (1) yaratma, (2) geçerli kılma, (3) sunma, (4) dağıtma ve (5) uygulama aşamalarını bünyesinde barındıran önemli ve kapsamlı bir süreçtir. Bu süreçlerin en başında ise işletmelerde örtük halde bulunan entelektüel sermaye kavramı gelmektedir. Günümüz bilgi çağında, işletmelerin sahip olduğu en önemli güç, sahip oldukları entelektüel sermaye ve inovasyon yetkinlik düzeyi olarak tanımlanabilir (Kianto et al., 2017).

Bilginin yaratılması ve yayılmasının egemen olduğu bir ekonomide küreselleşme, yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler ve rekabet ortamı şirketleri varlıklarını sürdürebilecekleri stratejik kararlar vermeye zorlamaktadır. Bu sebeple oluşan yapılanmada işletmeleri rakiplerinden ayıracak faktörler çoğunlukla çalışanların bilgi, yetenek, tecrübe ve kişisel yetkinlikleri ile meydana gelmektedir. Firma performansını yakından ilgilendiren ancak işletmelerin finansal tablolarında yer almayan entelektüel sermaye varlıkları, işletmelere katma değer sağlayarak, sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerinde etkin rol oynamaktadır. Bu sebeple araştırmamız kapsamında entelektüel sermaye, bilgi yönetimi ve küresel inovatifliğin firma performansına etkileri incelenmektedir.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Deloitte firmasının yayınladığı TechnologyFast 50 2018 listesinde yer alan şirketler baz alınarak işletmelerin entelektüel sermaye, bilgi yönetimi, inovasyon ve firma performansı ilişkisinin incelenmesidir. Çalışma literatüre sağladığı katkının yanında uygulamaya yönelik sonuçları bakımından da önem taşımakta ve gelecek araştırmalara ışık tutucu özelliğe sahip bulunmaktadır.

7.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmanın en önemli kısıtlarından biri, araştırma popülasyonunun tek bir coğrafi bölgeden oluşturulması ve bu durumun bir sonucu olarak örneklemin açıklama ve genelleme özelliğinin yetersizliği olarak değerlendirilebilir. Ancak geniş bir örneklem sayısına ulaşılması ve özellikle seçilmiş olan örneklemin TechnologyFast 50 listesinde yer alan yüksek değerli işletmelerden oluşturulması bu kısıtı nispeten iyileştirmektedir.

Araştırmanın diğer bir sınırlaması, araştırma verilerinin toplanmasında anket yönteminin kullanılmasıdır. Anketler TechnologyFast 50 2018 listesinde yer alan firmalardan yöneticilere gönderilmiştir. Bu yöneticilerin verdikleri cevaplar sadece kişisel algılarından, tecrübelerinden gelmektedir. İşletmenin gerçek durumunu tam olarak yansıtmayabilir. Yöneticilerin entelektüel sermaye, bilgi yönetimi, inovasyon ve firma performansı konularında bilgi sahibi olduğu varsayılmaktadır. Araştırmaya katılan deneklerin anket sorularını yanıtlarken ankette belirtilen yargıları doğru algıladıkları ve doğru cevapladıkları kabul edilmektedir.

7.4. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak araştırmanın temel sorusu tanımlanmakta ve alt problemler daha detaylı olarak sıralanmaktadır. Problem tanımlandıktan sonra araştırma modeli ve araştırma hipotezleri sunulmaktadır. Örnekleme süreci, araştırma ölçekleri ve araştırma problemini çözmek için verilerin nasıl ve hangi yöntemle toplandığına detaylı olarak yer verilmektedir. Son olarak, toplanan veriler kapsamında yapılan istatistiksel analizler sunulmuş ve ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir.

7.4.1. Veri Toplama Süreci ve Örneklem

Araştırma örneklemi TechnologyFast 50 2018 (Deloitte, 2018) listesinde yer alan Türkiye'nin en hızlı büyüyen teknoloji şirketlerinin yöneticilerinden seçilmiştir. İlk olarak, seçilen firmaların yöneticileriyle telefonla iletişime geçilerek çalışmanın amacı kendilerine anlatılmıştır. Görüşme gerçekleştirilen 50 firma içerisinden 32'si çalışmaya katılmayı kabul etmiştir. Tek kaynak probleminden kaçınmak için her

firmadan üst düzey veya yönetim düzeyindeki çalışanlardan en az iki katılımcı ankete katılmıştır. Katılımcıların bu bireylerden seçilmesinin sebebi, kendi organizasyonlarında yer alan bilgi ve bilgiye dayalı stratejiler hakkında bilgi sahibi oldukları varsayımına dayanmaktadır. Tüm katılımcılara, toplanan verilerin anonim kalacağı ve kişisel olarak kendilerine, şirketlerine veya şirket ürünlerine bağlanmayacağı bildirilmiştir.

Araştırmaya katılmayı kabul eden 32 firmadan 27 firma anketleri eksiksiz olarak tamamlamıştır. Geri dönüş oranı yüzde 52 olan ilk örneklemden, tamamlandığı beyan edilen 163 anket toplanmıştır. Dikkatli bir inceleme sonrasında, eksik verilerle birlikte tamamlanmamış anketler araştırma kapsamından çıkartılmış ve analiz için 158 yanıt uygun bulunmuştur. Ankete katılan firmaların demografik özelliklerini incelediğimizde, katılımcı firmaların %63'ünün küresel ölçekte faaliyet gösterdiği, %72'sinin 51-100 çalışanı olduğu ve %67'sinin son on yıl içinde kurulmuş olduğu görülmektedir. Anketi dolduran kişilerin ise 112'si erkektir (%71). Katılımcıların ortalama yaşı 36 olup 27 ile 56 arasında değişmektedir. Katılımcıların%80'i üniversite diplomasına veya daha yüksek bir dereceye sahiptir ve katılımcıların %77'si üst düzey yöneticilerden, %17'si orta kademe yöneticilerden ve %6'sı da firma sahiplerinden oluşmaktadır.

Tablo 7.1: *Katılımcıların Demografik Özellikleri*

Demografik Özellik	Frekans	Yüzde	Demografik Özellik	Frekans	Yüzde
Faaliyet Alanı Sınırları			**Cinsiyet**		
Uluslararası	17	63,3	Erkek	113	71,8
Ulusal	10	36,7	Kadın	44	28,2
Çalışan Sayısı			**Eğitim Düzeyi**		
1-50	6	23,9	Lise	31	19,4
51-100	19	72,1	Üniversite	94	59,5
100 ve Üzeri	2	4,0	Lisansüstü	33	21,1
Firmanın Faaliyette Bulunduğu Süre			**Unvanı**		
0-10 Yıl	18	67,4	Orta Düzey Yönetici	27	17,7
10 Yıl ve Üzeri	9	32,6	Üst Düzey Yönetici	120	76,1
			Firma Sahibi	11	6,2

7.4.2. Ölçeklerin Oluşturulması

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Herhangi bir araştırmada anket yöntemini kullanmanın temel amacı, araştırmanın problemini çözecek ve değişkenler arasındaki ilişkileri tespit etmeye yönelik ele alınan hipotezleri test edecek verileri sistematik bir biçimde toplamak ve saklamaktır (İslamoğlu, 2009). Hem araştırmacı hem de denekler için maliyet ve zaman açısından kolaylık sağlaması, deneklere kolayca ulaştırılabilmesi, tutum ölçümü ve sayısal verilerin elde edilmesi için en kullanışlı ölçütün olması, her türlü ölçeğin kolaylıkla uygulanmasını sağlaması ve yine kolayca toplanabilmesi gibi sebeplerle bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tercih edilmiştir.

Geliştirilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla önceki çalışmalardan uyarlanan çoktan seçmeli ölçekler kullanılmıştır. Her değişken (1) "kesinlikle katılmıyorum", (5) "kesinlikle katılıyorum" aralığında 1-5 tipi Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Ölçeklerin bulunduğu anket formu eklerde sunulmuştur. Ölçeklerin kısa bir özeti aşağıda yer almaktadır.

Entelektüel sermayenin ölçümünde literatürde kabul görmüş alt boyutlar -insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişki sermayesi- kapsamında toplamda 16 soru kullanılmıştır. Bu sorular Hsuand-Sabherwal (2012) entelektüel sermaye ölçeğinden uyarlanmıştır. Bilgi yönetimi stratejilerini ölçerken, Ling'in (2013) bilgi yönetimi stratejisi ölçeğinden uyarlanan; teknoloji tabanlı bilgi yönetimi stratejileri için dört ve insan tabanlı bilgi yönetimi stratejileri için üç soru sorulmuştur. Küresel inovatiflik değişkenini ölçmek için Ling (2013)'nin oluşturduğu küresel inovatiflik ölçeğindeki dört sorudan yararlanılmıştır. Son olarak, firma performansının ölçümlenmesi için Meutcheho (2016) çalışmasından uyarlanan on bir soru kullanılmıştır.

Tablo 7.2: *Çalışmanın Ölçek Referansları*

Ölçek Adı	Kaynak	Soru Sayısı
Entelektüel Sermaye	Hsu and Sabherwal (2012)	16
Bilgi Yönetimi	Ling (2013)	7
Küresel İnovatiflik	Ling (2013)	4
Firma Performansı	Meutcheho (2016)	11

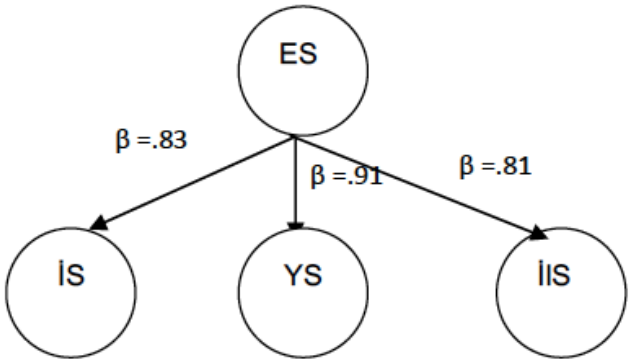
7.5. Analiz ve Sonuçlar

Yapısal eşitlik modeli (SEM) dahilinde ölçümleri ve yapısal parametreleri hesaplayabilmek için Partial Least Squares (PLS-Graph 3.0, Chin, 2001) yaklaşımı kullanılmıştır (Chin, 1998).

7.5.1. Ölçüm Geçerliliği ve Güvenilirliği

Kleijnen vd. (2007)'nin çalışmalarına paralel olarak bu çalışmada, tüm değişkenler için reflektif ölçekler kullanılmaktadır. Ölçüm araçlarının psikometrik özelliklerini değerlendirebilmek amacıyla; herhangi bir yapısal ilişkinin olmadığı boş (null) bir model hesaplanmıştır. Güvenilirliğin hesaplanmasında kompozit ölçek güvenilirliği (CR) ve çıkartılan ortalama varyans (AVE) kullanılmıştır. Biri teknoloji tabanlı bilgi yönetimi stratejisinden, biri küresel inovatiflikten ve ikisi de firma performansından olmak üzere toplamda dört soru herhangi bir faktör üzerinde standart bir yükleme yapmadıkları için araştırma kapsamından çıkartılmıştır. Bu soruların çıkarılmasından sonra, tüm ölçümler için PLS tabanlı CR değerinin eşik değeri olan 0,70`in üstünde olduğu ve AVE değerlerinin de eşik değeri 0,50`yi aştığı görülmektedir (Hair et al., 2010) (Bakınız Tablo 7.4).

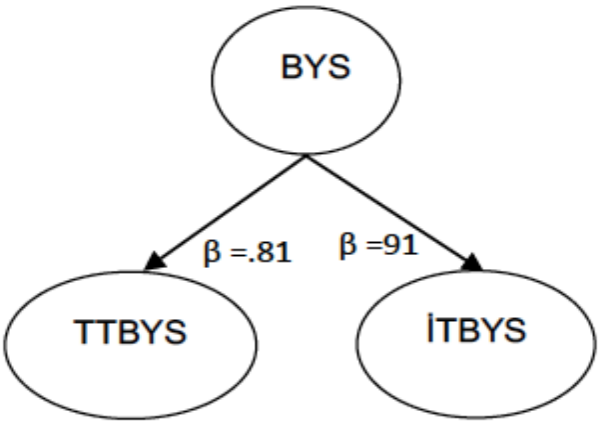
Bunlara ek olarak ölçümlerin ilgili kavramlar üzerindeki standardize edilmiş yüklemeleri hesaplanarak yakınsak geçerlilik de test edilmiş ve tüm ölçümlerin 0,50`yi aşan bir standardize yükleme gösterdiği bulunmuştur (Bakınız Tablo 7.3). Ayrıca, ikinci dereceden bir değişken olarak entelektüel sermaye, (i) insan sermayesi, (ii) yapısal sermaye ve (iii) ilişki sermayesi olarak üç gizli yapı oluşturan ikincil bir faktör analizi yoluyla değerlendirilmiştir. Şekil 7.2 bu üç yapının standartlaştırılmış regresyon yüklerini göstermektedir. Şekil 7.2'de görüldüğü gibi, tüm yapılar 0,60'ın üzerinde standartlaştırılmış bir yüklemeyi aşmaktadır (Hair et al., 2010). Bu sonuç, üç yapılı ikinci seviye değişken olarak entelektüel sermayenin, insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişki sermayesi tarafından önemli ölçüde tahmin edildiğini göstermektedir.



Not: ES = Entelektüel Sermaye, İS = İnsan Sermayesi, YS = Yapısal Sermaye, İIS = İlişki Sermayesi

Şekil 7.2: *Entelektüel Sermayenin İkinci Dereceden Faktör Analizi*

Entelektüel sermayenin yanı sıra, bu çalışmada bilgi yönetimi stratejisi de ikinci dereceden bir değişken olarak ele alınmıştır. Bilgi yönetimi stratejisi, (i) teknoloji tabanlı bilgi yönetimi stratejisi ve (ii) insan tabanlı bilgi yönetimi stratejisi olmak üzere iki gizli yapı oluşturan ikincil bir faktör analizi ile tahmin edilmiştir. Şekil 7.3 bu iki yapının standartlaştırılmış regresyon yüklerini göstermektedir. Şekil 7.3'de görüldüğü gibi, tüm yapılar 0,60'ın üzerinde standartlaştırılmış bir yüklemeyi aşmaktadır (Hair et al., 2016.). Bu sonuç, iki yapılı ikinci düzey değişken olarak bilgi yönetimi stratejisinin, teknoloji tabanlı bilgi yönetimi stratejisi ve insan tabanlı bilgi yönetimi stratejisi tarafından önemli ölçüde tahmin edildiğini göstermektedir.



Not: *BYS = Bilgi Yönetimi Stratejisi, TTBYS = Teknoloji Tabanlı Bilgi Yönetimi Stratejisi, İTBYS = İnsan Temelli Bilgi Yönetimi Stratejisi*

Şekil 7.3: *Bilgi Yönetimi Stratejisinin İkinci Dereceden Faktör Analizi*

Tablo 7.3: *Faktör Yükleri*

Değişkenler	Faktör Yükleri
Beşerî Sermaye	
Üst yönetim, şirketimizde kültürel olarak farklı bir iş gücünü entegre edebilir ve doğru yönetebilir.	0,89
Üst yönetim, şirketimizdeki tüm çalışanları güçlendirmeye isteklidir.	0,88
Üst yönetim, baskı veya zorluklarla etkin bir şekilde baş edebilir.	0,68
Üst yönetim, acil durumlarla hızlı ve verimli bir şekilde baş edebilir.	0,85
Üst yönetim, yeni bilgileri edinmek için girişimlerde bulunur.	0,81
Üst yönetim, iş fırsatlarını iyi tanımlayabilir ve bunlardan faydalanabilir.	0,85
Yapısal Sermaye	
Kuruluşum, uluslararası müşterilerimize iyi bir hizmet sunmaktadır.	0,87
Kuruluşum, müşterilerimiz ve iş ortaklarımızla olan ilişkileri gayet etkin yönetebilmektedir.	0,87
Kuruluşum, müşterilerimiz veya iş ortaklarımızla olan ilişkiler üzerinden yeni iş/işler geliştirir.	0,81
Kuruluşum, müşterilerin talebini doğru tahmin edebilmek için etkin iç mekanizmalara sahiptir.	0,66
İlişki Sermayesi	
Kuruluşumda, global, ekonomik, sosyal, politik, teknolojik ve piyasa eğilimlerine ilişkin bilgiler, üst ve orta kademe yöneticilerimiz için ulaşılabilirdir.	0,80
Kuruluşumda, çalışanlarımız iş ile ilgili sorunlara anlık çözümler veya geçmiş deneyimlere rahat ve kolay bir şekilde ulaşabilirler.	0,85
Kuruluşum, değerli küresel rekabetçi istihbarat bilgilerine sahiptir.	0,91
Kuruluşumda, dahili arama motorları (ör. Bilgi haritaları veya kurumsal sarı sayfalar, geçmişe yönelik sorular ve cevaplar), etkin kullanılmaktadır.	0,79
Teknoloji Tabanlı Bilgi Yönetimi Stratejisi	
Kuruluşum genel olarak, kurum kültürünü veya paylaşılan değerleri belgelendirilmiş ve/veya bunları materyallere dönüştürmüştür.	0,77
Kuruluşum, çalışan bilgisi veya uzmanlığını genellikle belgelendirilmiş materyallere dönüştürür.	0,95
Kuruluşum, eskiyen ekipmanı yenileyerek genellikle üretkenliği (ürün / hizmet kalitesi ve miktarı) artırır.	0,71
Kuruluşum, patent başvurularını, çalışan bilgisi veya uzmanlığının şirkete ait varlıklara dönüştürülebilmesi için teşvik eder.	0,90
İnsan Temelli Bilgi Yönetimi Stratejisi	
Kuruluşumda, bilgi, genellikle çalışanlarla paylaşılmaktadır.	0.90
Kuruluşumda, bilgi, genellikle rehberlik veya rotasyon gibi argümanlar ile paylaşılır.	0,88
Kuruluşum, stratejik ittifaklar, teknolojik iş birliği, birleşme, satın alma veya teknoloji lisanslama konusunda sıklıkla bilgi edinir.	0,58
Küresel Yenilikçilik	
Kuruluşum, en verimli imalat kriterlerine ulaşmak için, endüstri liderleri veya uluslararası rakipleri ile verimli etkileşim içindedir.	0,74
Kuruluşum, AR-GE'ye, uluslararası rakiplerinden daha fazla yatırım yapıyor.	0,76
Kuruluşum yeni ürün/hizmet geliştirme veya yeni teknoloji geliştirme konusunda uluslararası rakiplerinden daha düşük maliyetlere sahiptir.	0,80
Kuruluşum, uluslararası rakiplerine kıyasla daha yeni teknoloji geliştirme veya yeni ürün/hizmet geliştirme gücüne sahiptir.	0,74
Firma Performansı	
Kuruluşum, karının büyük bir kısmını, yeni veya teknoloji geliştirmesini tamamladığı ürün/hizmetlerden elde etmektedir.	0,94
Öz sermayenize oranla ortalama net karlılığınız.	0,73
Vergi öncesi ortalama net karlılığınız.	0,89
Temel faaliyetlerinizle elde ettiğiniz net gelir	0,56
Pazara sunduğunuz yeni ürün/hizmetlerin finansal başarısı	0,76
Finansal açıdan genel başarı düzeyiniz	0,79
Çalışan sayınızdaki artış	0,88
Önde gelen rakiplerinize oranla pazar payınızdaki artış	0,59
Pazara sunduğumuz yeni ürün/hizmet sayısındaki artış	0,89
Yeni müşteri sayınızdaki artış	0,79
Genel olarak pazardaki rekabet ortamındaki konumunuz	0,65

Bunu takiben de ölçümlerin ayrışma geçerliliği test edilmiştir. Ek olarak, Tablo 7.4, ayrışma geçerliliğine ilişkin daha fazla kanıt sağlayan tüm değişkenler arasındaki korelasyonu göstermektedir. Ayrışma geçerliliği gereksinimlerinin tam olarak karşılanması için, her yapıda AVE değerinin yapılar arasındaki korelasyondan daha büyük olması beklenmelidir (Fornell and Larcker, 1981). Bu tür sonuçlar, öğelerin, yapının diğer yapılarla paylaştığı herhangi bir varyanstan daha fazla ortak varyansı paylaştığını göstermektedir (Howell and Aviolo, 1993). Modelde, yapıların karşılıklı korelasyonlarının hiçbirinin, yapıların AVE değerlerinin karekökünü aşmadığı gözlemlenmiştir (Fornell and Larcker, 1981) (bakınız Tablo 7.4). Böylece ölçümlerimizin geçerlik ve güvenilirlik kriterlerini karşıladığı görülmektedir.

Tablo 7.4: *Korelasyon ve Güvenilirlik Değerleri*

No	Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7
1	**Kİ**	(0,784)						
2	**İTBYS**	0,401	(0,806)					
3	**İlS**	0,430	0,567	(0,845)				
4	**FP**	0,689	0,439	0,354	(0,765)			
5	**TTBYS**	0,405	0,524	0,799	0,300	(0,822)		
6	**YS**	0,409	0,698	0,697	0,180	0,656	(0,812)	
7	**İS**	0,318	0,544	0,737	0,244	0,652	0,648	(0,834)
	CR	**0,945**	**0,843**	**0,909**	**0,85**	**0,86**	**0,885**	**0,932**
	AVE	**0,615**	**0,649**	**0,715**	**0,586**	**0,675**	**0,66**	**0,696**
	α	**0,933**	**0,736**	**0,866**	**0,783**	**0,77**	**0,823**	**0,914**

* p <.05, ** p <.01.

Not₁. Köşegenler, AVE değerlerinin karekökünü göstermektedir.

Not₂. Kİ = Küresel İnovatiflik, TTBYS = Teknoloji Tabanlı Bilgi Yönetimi Stratejisi, TBYS = İnsan Temelli Bilgi Yönetimi Stratejisi, FP = Firma Performansı, İS = İnsan Sermayesi, YS = Yapısal Sermaye, İlS = İlişki Sermayesi

7.5.2. Araştırma Verilerinin Analizi ve Sonuçlar

SmartPLS 3.0 yazılım programı kullanılarak, PLS yaklaşımı (Ringle et al., 2005) ve yeniden örnekleme yöntemi ana etkileşim ve dolaylı etkileri tahmin etmek ve araştırma modelinin hipotezlerini ve öngörücü gücünü test etmek için kullanılmıştır (Bakınız Şekil 7.1). İstatistiksel olarak anlamlı olan ilişkileri belirlemek amacıyla tüm katsayılar için alt örneklemdeki kararlılıklarına göre T istatistikleri hesaplanmıştır. Yol

katsayıları ve bunlarla ilişkili t değerleri, varsayılan her ilişkinin yönünü ve etkisini göstermektedir.

Tablo 7.5'deyol katsayıları, beta değerleri ve anlamlılık düzeyleri dahil olmak üzere hipotez testi sonuçlarını göstermektedir. Bulgular, entelektüel sermayenin firma performansı üzerindeki doğrudan etkisine ilişkin herhangi bir ampirik kanıt sağlamamaktadır. Buna bağlı olarak H2 desteklenmemiştir. Bununla birlikte, entelektüel sermayenin bilgi yönetimi stratejileri üzerinde olumlu etkisi vardır (â = .82 p <.01) ve H1 desteklenmiştir. Ayrıca sonuçlar, bilgi yönetimi stratejilerinin firma performansı ile pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermektedir (â = .56 p <.01), H3 desteklenmiştir.

H4 hipotezini yani, küresel inovatifliğin moderatör etkisi hakkındaki hipotezi test etmek için iki aşamalı yapı prosedürü uygulanmıştır (Chin et al., 2003). PLS yaklaşımı, elde edilen sonuçları kaydettikten sonra standartlaştırılmış gizli değişken skorlarının açık bir tahminine imkân sağlamaktadır (Tenenhaus et al., 2005). Eşdoğrusallık sorunlarını ortadan kaldırmak için, etkileşim terimleri, yapı öğelerinin standartlaştırılmasını ve yapının her bir öğesinin moderatör değişkenin tüm öğeleriyle çarpılarak etkileşim teriminin hesaplanmasını gerektiren ürün göstergesi yaklaşımı (Chin et al., 2003) kullanılarak saptanmıştır. Burada, bilgi yönetimi stratejisinin her bir öğesi ve küresel inovatiflik standartlaştırılmıştır. Bu prosedürü takiben, standartlaştırılmış soru maddeleri çarpılmıştır. Buna bağlı olarak analiz sonuçları bilgi yönetimi stratejisi ile küresel inovatiflik arasında pozitif etkileşim etkisi olduğunu göstermektedir (â = .19, p <.1), dolayısıyla H4 desteklenmektedir.

Tablo 7.5: *Hipotez Testi Sonuçları*

İlişkiler	Path Coefficient (â)	Hipotezler	Sonuçlar
ES → BYS	0,188	H1	Desteklendi
ES → FP	0,824***	H2	Desteklenmedi
BYS → FP	0,555***	H3	Desteklendi
BYS*Kİ → FP	0,187*	H4	Desteklendi
Endojen Yapı	R^2		
BYS	0,679		
FP	0,366		

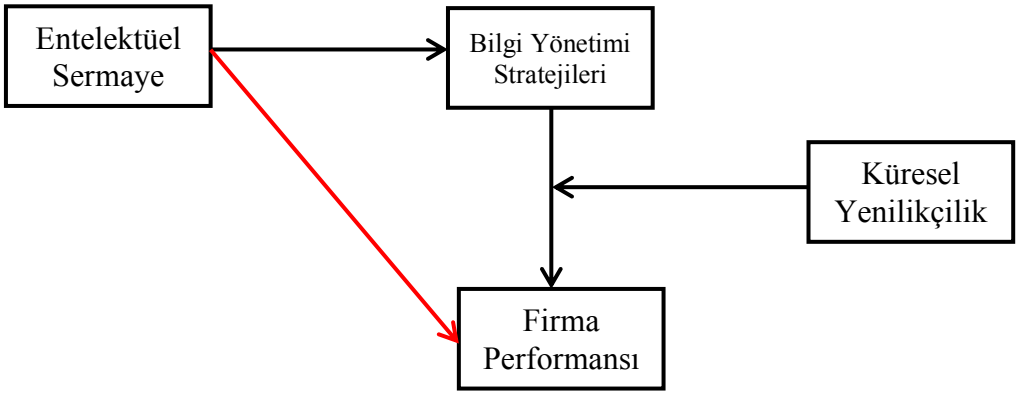
Not: ES = Entelektüel Sermaye, FP = Firma Performansı, BYS = Bilgi Yönetimi Stratejisi, Kİ = Küresel İnovatiflik

*$p<.1$, ** $p < .05$, *** $p< .01$

Model uyumunu değerlendirmek için Tenenhaus vd. (2005) önerdiği endojen yapıların R^2 istatistik değerleri kullanılmıştır. Tablo Y'deki R^2değeri yapısal modelin açıklama gücünü göstermektedir. Nihai modelin sonuçlarına göre, hem bilgi yönetimi stratejileri (R^2 = .68) hem de firma performansı (R^2 = .37) yüksek etki boyutlarına sahiptir.

Tablo 7.6: *Araştırma Bulgularının Özeti*

		1	2	3
1	ES		(+)√	
2	BYS			(+)√
3	FP			
4	Kİ		(+)√	



Şekil 7.4: *Araştırma Sonucunda Oluşan Model*

7.5.3. Aracılık Etkisi Testi

Aracılık etkisi testi, SmartPLS aracılığıyla önyükleme prosedürleri kullanılarak, bağımsız değişkenlerden bağımlı değişkenlere giden dolaylı yolların önemi araştırılarak gerçekleştirilmiştir. Aracılık etkisi incelerken, yapılmış çalışmalar, önyükleme yaklaşımının, güç ve Tip I ve II hata oranları ile ilgili Sobel testi gibi dolaylı etkileri test etmenin alternatif yöntemlerinden daha üstün olduğunu vurgulamaktadır (MacKinnon et al., 2004). Aracılık etkisinin değerlendirilmesinde

ve dolaylı etkinin test edilmesinde Bootstrap yaklaşımının Sobel testi gibi alternatif yöntemlerden özellikle Tip I ve II hata oranları bağlamında daha avantajlı olduğu geçmiş çalışmalarda ortaya konmuştur (MacKinnon et al., 2004). Bu yaklaşımda dolaylı etkinin anlamlılığı, ara değişkenin hem bulunması ve hem de bulunmaması durumlarında analiz edilebilmektedir. Baron ve Kenny (1986) çalışmalarında aracılık etkisinin test prosedürünü tanımlamışlardır. Bu prosedürün kabulleri, (a) bağımsız değişken, bağımlı değişken üzerinde etkiye sahip olmalıdır, (b) bağımsız değişken ara değişken ya da değişkenler üzerinde de etkiye sahip olmalıdır ve (c) bağımsız değişken kontrol altında tutulduğunda ara değişken ya da değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde etkisi olmalıdır. Bununla birlikte (d) tam bir aracılık etkisinden bahsedebilmek için bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi, ara değişken etkisi dahilinde anlamlılığını yitirmelidir. Kısmi aracılık etkisi durumunda ise bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi, ara değişken ya da değişkenlerin etkisi altında ciddi düşüş göstermelidir.

Tablo 7.7: *Hipotez Testi Sonuçları*

İlişkiler	Model A	Model B	Model C
ES → FP	0,306**.	--	0,112
ES → BYS	--	0,824***	0,824***
BYS → FP	--	--	.0,493**

Tablo 7.7 aracılık etkisi testinin hiyerarşik yaklaşımı için yol katsayıları, beta değerleri ve anlamlılık düzeylerini içeren sonuçları göstermektedir. Bulgular, Model A`da -bilgi yönetimi stratejilerinin yokluğunda- entelektüel sermayenin firma performansını olumlu etkilediğini göstermektedir (â = .31 p <.01). Böylece Baron ve Kenny prosedürünün ilk koşulu -*(a) bağımsız değişken, bağımlı değişken üzerinde etkiye sahip olmalıdır*- sağlanmaktadır. Model B`de entelektüel sermayenin bilgi yönetimi stratejileri üzerinde de olumlu etkisi (â = .82 p <.01) olduğu görülmektedir. Baron ve Kenny prosedürünün ikinci koşulu da -*(b) bağımsız değişken ara değişken ya da değişkenler üzerinde de etkiye sahip olmalıdır*- sağlanmaktadır. Bununla birlikte Model C`de aracı değişken bilgi yönetimi stratejilerinin firma performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu (â = .49 p <.01) görülmektedir. Dolayısıyla Baron ve Kenny prosedürünün üçüncü koşulu *–(c) bağımsız değişken kontrol altında*

tutulduğunda ara değişken ya da değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde etkisi olmalıdır- sağlanmaktadır. Son olarak da Model C`de, entelektüel sermayenin firma performansı üzerindeki doğrudan etkisinin ortadan kalkmış olduğu da görülmektedir. Dolayısıyla Baron ve kennu prosedürünün son koşulu olarak *"(d) tam bir aracılık etkisinden bahsedebilmek için bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi, ara değişken etkisi dahilinde anlamlılığını yitirmelidir"* de sağlanmaktadır. Dolayısıyla Baron-Kenny prosedürü, bilgi yönetimi stratejileri ve firma performansı arasındaki ilişkinin tamamen bilgi yönetimi stratejileri tarafından sağlandığını; bilgi yönetimi stratejilerinin tam aracı rolü üstlendiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 7.8: *Hipotez Testi Sonuçları*

H_1: İşletmelerin sahip oldukları Entelektüel Sermaye birikimleri işletmelerin sahip oldukları bilgi yönetim stratejilerine olumlu yönde etki etmektedir.	**Desteklendi**
H_2: İşletmelerin sahip oldukları Entelektüel Sermaye birikimleri işletmelerin firma performanslarına olumlu yönde etki etmektedir.	**Desteklenmedi**
H_3: İşletmelerin sahip oldukları Bilgi Yönetim Stratejileri işletmelerin firma performanslarına olumlu yönde etki etmektedir.	**Desteklendi**
H_4: Bilgi yönetimi stratejisi ile firma performansı arasındaki ilişkide küresel yenilikçilik moderatör etkiye sahiptir.	**Desteklendi**
H_5: Bilgi Yönetim Stratejileri Entelektüel Sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide aracılık etmektedir.	**Desteklendi**

8. TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Günümüz işletmeleri, işletmecilik tarihinin hiçbir döneminde olmadığı kadar yüksek belirsizlik, risk ve rekabet şartlarında varlıklarını devam ettirmeye çalışmaktadır. İçerisinde bulundukları bu zorlu piyasa koşullarında varlıklarını devam ettirmek isteyen işletmeler, entelektüel sermayelerinden etkin bir şekilde faydalanmak zorundadır. Bu çalışmada hem araştırmacılar hem de iş dünyasından yöneticiler için entelektüel sermaye, bilgi yönetimi stratejileri, küresel yenilikçilik ve firma performansı arasındaki ilişkileri açıklayan bir model sunularak ilgili literatürün zenginleştirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca bu çalışma, entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide bilgi yönetimi stratejilerinin aracı rolünü ve bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkide ise küresel yenilikçiliğin düzenleyici rolünü inceleyen ilk çalışma olması nedeniyle özgün bir nitelik taşımaktadır. Araştırma bulguları, entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide bilgi yönetimi stratejilerinin tam aracı rolü üstlendiğini ve işletmelerin küresel düzeye yenilikçilikleri arttıkça bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkinin şiddetini arttığını ortaya koyarak iki önemli bulgu ile literatüre katkı sağlamaktadır.

Daha detaylı bir şekilde incelenecek olursa araştırma bulguları öncelikle, işletmelerin sahip oldukları entelektüel sermayeleri ile izledikleri bilgi yönetimi stratejileri arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Zaten beklenen bu sonuç, işletmenin özellikle de tepe yönetiminin işgücünü işe entegre edebilme, onların bilgi ve beceri potansiyelinden faydalanabilme yetisinin (Bakınız: beşeri sermaye), müşterilerle ilişkilerini yöneterek işletme içi sistemleri müşteri beklentilerine göre uyarlama becerisinin (Bakınız: yapısal sermaye) ve işletmenin gerek çalışanları gerek de dış bilgi kaynaklarını kullanarak güncel bilgiye rahatlıkla erişerek kendini güncel tutabilme konusundaki maharetinin (Bakınız: ilişki sermayesi); onun bilgi ve bilgi tabanlı soyut varlıklarından en iyi şekilde istifade ederek işletme amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek üzere izlediği, teknoloji ve insan odaklı stratejiler üzerinde pozitif ve olumlu bir etkiye sahip olduğu anlamına gelmektedir. Diğer bir deyişle, sahip olduğu çalışanlar, müşteriler ve mevcut yapılarına ilişkin entelektüel varlıklarından etkin bir şekilde istifade edebilme anlayış

ve becerisi olan işletmelerin, bu soyut tabanlı varlıklara dair bilinçli ve etkili bir strateji izlemeleri de söz konusu olmaktadır.

İkinci olarak bulgular, bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkinin varlığına dair destek sağlayarak ilgili literatüre paralel şekilde (Gold et al., 2001; Darroch, 2005; Marques and Simon 2006; Mckeen et al., 2006; Ho, 2008; Imran et al., 2018; Ferraris et al., 2019) sonuçlar ortaya çıkarmıştır. İşletme amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek üzere ellerindeki bilgi varlığından etkin bir şekilde faydalanma doğrultusunda teknoloji ve insan odaklı stratejiler izlemek; teknoloji ve teknoloji bazlı yeniliklerin rekabet koşullarını belirlediği günümüz bilgi tabanlı ekonomik düzeninde, firma performansının hayati bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bunlara ilaveten bulgular, küresel yenilikçilik düzeyi arttıkça, bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkinin şiddetinin arttığını da göstermektedir. Nitekim ilgili literatür incelendiğinde de bilgi yönetimi ile yenilikçilik (Gholami et al., 2013; Kianto et al., 2014; Inkinen, 2016), yenilikçilik ile firma performansı (Darroch, 2005; Ar, 2012) ilişkisine ve yenilikçiliğin firma performansı üzerindeki moderatör rolüne (Darroch, 2005; Gunday et al., 2011; Lopez-Nicolas and Merono-Cerdan, 2011) dair çok sayıda çalışmanın varlığı görülmektedir. Dolayısıyla hiç de sürpriz olmayan bu sonuç, yenilikçilik anlamında küresel ligde oynayan Ar-Ge`ye ciddi yatırımlar yapan, yeni ürün ve/veya hizmet geliştirme noktasında uluslararası rakipleriyle yarışabilen işletmelerin; muhtemelen uluslararası standartlara uyarak, bilgi ve bilgi tabanlı varlıklardan en etkin şekilde faydalanabileceklerini göstermektedir. Dahası bu işletmelerin, teknoloji ve insan bazlı stratejiler geliştirme ve bu stratejileri takip etme noktasında daha profesyonel bir anlayış izleyecekleri, daha sistematik olacakları ve bu nedenle de bilgi yönetimi stratejilerinin firma performansı üzerinde daha şiddetli bir etki yaratacağı sonucuna ulaşılabilmektedir.

İlginç bir şekilde bulgular, entelektüel sermaye ile firma performansı arasında direk ve anlamlı bir ilişkinin varlığını desteklememektedir. Literatürün tam aksine olan bu sonuç (Bose and Oh, 2004; Cabrita and Vaz, 2006; Cohen and Kaimenakis, 2007; Dzenopoljac et al., 2016; Ghosh and Wu, 2007; Hsu and Wang, 2012; Kianto et al., 2013; Sardo and Serrasqueiro, 2017; St-Pierre and Audet, 2011; Wang, 2006; Wang and Chang, 2005) entelektüel sermaye ile firma performansı arasında herhangi bir

ilişkinin olmadığı şeklinde algılanmamalıdır. Nitekim gerçekleştirilen aracı değişken analizi, entelektüel sermayenin firma performansını bilgi yönetimi stratejileri üzerinden etkilediğini ortaya koymaktadır. Diğer bir ifadeyle bilgi yönetimi stratejilerinin entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide tam aracı rolü üstlendiğini göstererek entelektüel sermaye firma performansı ilişkisinin gerçekleştiği mekanizmaya ışık tutmaktadır. Bu sonuç, entelektüel sermayenin; bilgi ve bilgi tabanlı varlıklardan etkin bir şekilde faydalanma yönünde -teknoloji ve insan odaklı- bilinçli stratejiler üzerinden performansı arttırdığı anlamına gelmektedir. Böylece bilgi yönetimi stratejilerinin entelektüel sermayeden, firma performansını arttıracak şekilde istifade edebilme noktasındaki hayati önemi ortaya çıkmaktadır.

Bu araştırma sonuçlarına göre, yöneticilerin özellikle de üst kademe yönetimin çalışanlarına ve çalışanları, müşterileri ve hatta diğer partnerleri ile olan ilişkilerine bir sermaye gözü ile bakmaları ve bu ilişkilerin gelişimini arttırmaları gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, yöneticilerin; (i) çalışanların sahip olduğu bilgi ve becerilerini cezalandırılma korkusu olmaksızın serbestçe kullanabilecekleri ve rahatlıkla paylaşabilecekleri psikolojik bir güvenlik iklimi yaratmaları, (ii) çalışanlarını hem kişisel gelişimlerini hem de profesyonel anlamda ilerlemelerini teşvik etmeleri, (iii) içsel pazarlama faaliyetleri ile işletmeye bağlı, inisiyatif alabilen, yeniliklere, öğrenmeye açık bir çalışan profili oluşturmaları, (iv) müşterilerle olan ilişkilerine de yatırım yapmaları, müşterilerle iletişimi kuvvetlendirmek ve onların beklenti ve taleplerini tam anlamıyla anlayarak karşılayabilmek için bloglar ve forumlar da dahil tüm iletişim kanallarını aktif bir şekilde kullanmaları, (v) müşteriler ve diğer paydaşlarla ilişkileri geliştirmek üzere sosyal sorumluluk projelerinde yer almaları ve ilişkiler üzerine yatırım yapmaları ve (vi) güncel bilgi ve gelişmeleri takip edebilmek için çevresel gelişmeleri yakından izlemeleri gibi konular önemli birer yönetsel sorumluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bununla birlikte sahip oldukları entelektüel sermayeden etkin bir şekilde faydalanabilmek için, yöneticilerin bilgi yönetimi anlamında bilinçli stratejiler oluşturmaları ve takip etmeleri de bir temel bir öncelik olarak değerlendirilebilir. Bilgi yönetimi stratejileri; bilgi ve bilgi tabanlı soyut varlıklardan istifade edebilmek amacıyla teknoloji ve insan üzerine odaklanmayı ve gerekli yatırımları yapmayı da gerektirmektedir. Bu anlamda yönetim, bilgi ve bilgi tabanlı soyut varlıkları yani

entelektüel sermayeyi profesyonel bir şekilde yönetmek üzere hem insana odaklanmalı hem de yönetim bilişim sistemleri gibi destek sistemleri kurarak kullanıma geçirilmelidir. Dolayısıyla entelektüel sermayenin tek başına varlığı yetmemekte; bu sermayenin stratejik bir şekilde yönetilmesi de gerekmektedir.

Son olarak da bilgi yönetimi stratejileri vasıtasıyla entelektüel sermayelerini firma performansını arttırmak üzere değerlendirmek isteyen yöneticilerin; uluslararası standartlarda yenilikçi bir vizyona sahip olması ve bu vizyonu gerçekleştirmek üzere gerekli Ar-Ge yatırımlarını yapması da büyük bir önem taşımaktadır.

8.1. Kısıtlar ve Öneriler

Bu çalışmanın, çalışma sonuçlarının genellenebilirliğini etkileyen bir kısım metodolojik kısıtları mevcuttur. Birincisi, kesitsel verilerin kullanılması bu araştırmanın önemli kısıtlarından biridir. Kesitsel verilen kullanılması, değişkenler arasındaki ilişkinin nedenselliği ve yönü hakkında soruları da beraberinde getirmektedir. Anket yöntemi işletme biliminde yaygın bir araştırma yöntemi olarak kabul edilse de (Graziano and Raulin, 1997), kullanılan yöntem bilgi akışı hakkında objektif ölçümler ve sonuçlar sağlamayabilir. Örneğin, entelektüel sermayenin nasıl geliştiği, entelektüel sermaye bağlamında müşteri ilişkilerinin nasıl kurulduğu, çalışan bağlılığının nasıl sağlandığı gibi konular dinamik bir yapı sergilemektedir (Mohrman et al., 2003). Kesitsel veriler ve kısıtlı zaman sorunları nedeniyle, araştırmacıların vaka analizleri gibi boylamsal veriler kullanmaları, bu kavramların belirli bir zaman periyodunda gözlemlenebilmesi nedeniyle daha kapsamlı ve gerçekçi bilgi sağlayacaktır. Bu çalışma kapsamında ortaya çıkartılan sonuçların vaka analizleriyle de değerlendirilmesi gerek literatüre gerekse de uygulayıcılara önemli kazanımlar sağlayabilecektir.

İkincisi kısıt olarak firma performansına ilişkin verilerin algısal veriler olması dolayısıyla öz değerleme hatasından etkilenebiliyor olması söylenebilir. İşletme bilimi araştırmacıları öznel verileri kullanmaktan pek hoşlanmasalar da performans konusunda objektif ölçütlere ulaşmak hiç de kolay olmadığı için öznel verileri kullanmaya çoğunlukla mecbur kalmaktadır (Podsakoff and Organ, 1986). Öz değerlendirme yoluyla elde edilen performans ölçütleri özneldir ve öznel doğaları

nedeniyle bazı tereddütleri beraberinde getirseler de birçok çalışma nesnel performans ölçümleri ile algısal performans ölçümleri arasındaki güçlü bir ilişkiyi destekleyen deneysel kanıtlar sağlamıştır (Dess and Robinson; 1984; Venkatraman and Ramanujam 1987; Dollinger and Golden, 1992; Powell, 1992; Delaney and Huselid; 1996; Dawes, 1999; Wall vet al, 2004; Richard et al., 2009). Bu anlamda her ne kadar öznel veri kullanılmış olsa da çalışma kapsamındaki araştırma sorunsalına önemli katkı sağlayacak bulgulara ulaşılabilmiştir. Nesnel performans ölçümleri kullanılarak gerçekleştirilecek gelecekteki çalışmalar ile bulguların genellenebilirliğinin test edilmesinin de faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bunlara ilaveten, örneklemin karakteristikleri de çalışma sonuçlarının genellenebilirliğini etkileyen bir diğer kısıttır. Öncellikle araştırma, TechnologyFast 50 2018 listesinde yer alan Türkiye'nin en hızlı büyüyen teknoloji şirketlerinin yöneticileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu firmalar; küresel düzeyde yenilikçi bir yaklaşıma, ciddi bir entelektüel brikime, teknolojik altyapı, sistemlere ve bilgi yönetimi noktasında bilinçli stratejilere sahiptir. Sonuçları değerlendirirken Türkiye`deki diğer firmalar açısından farklı bulguların ortaya çıkabileceği ihtimali göz ardı edilmemelidir. Son olarak da örneklem boyutu (N=158) nispeten çok da büyük değildir; ancak örneklemin 50 firmadan oluşması ve bu firmaların %52`sine ulaşılmış olması çalışmanın genellebilirliği açısından önem taşımaktadır.

Entelektüel sermaye kavramı, üzerinde çok çalışılmış olsa da bilgi tabanlı bir ekonomik düzen ve Endüstri 4.0 ile karakterize edilen bir iş dünyasında, mevcut çalışma bilgi yönetimi stratejilerinin rolünü konumlandırması bakımından gelecek araştırmalar için önemli ve yeni kapılar aralamaktadır. Örneğin entelektüel sermaye kavramı, yapay zekâ ile geliştirilerek çalışan sermayesi yanında yapay zekâ sermayesi gibi yeni boyutlar da eklenebilir. Bununla birlikte bu çalışmada bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkide küresel yenilikçiliğin düzenleyici rolü araştırılmıştır. Gelecek çalışmalar için radikal veya artımsal yeniliklere de bakılabilir. İlaveten bu çalışmada entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkide bilgi yönetimi stratejilerinin aracı rolü incelenmiştir. Gelecek çalışmalarda örgütsel hafıza, bilişsel ve sezgisel yeteneklerin aracı rolü incelenerek literatür zenginleştirilebilir. Son olarak da bu çalışmanın nihai çıktısı firma performansıdır.

Gelecek çalışmalarda çeviklik, dayanıklılık yahut rekabetçilik gibi yeni çıktılar eklenerek model genişletilebilir.

Sonuç olarak sermaye kavramına soyut ve insan odaklı bir perspektiften bakan entelektüel sermaye kavramı, literatürde gitgide artan popülaritesi ile birlikte farklı disiplinlerden pek çok araştırmacı ve iş dünyasından yöneticilerin dikkatlerini üzerine çekmektedir.

Literatürde entelektüel sermayenin firma performansı üzerindeki pozitif etkisine dair bir konsensüs sağlanmış olsa da bu etkinin gerçekleştiği mekanizmanın işletişine dair literatürdeki boşluk henüz doldurulabilmiş değildir. Entelektüel sermaye ve firma performansı mekanizması üzerindeki sis perdesinin biraz da olsa aralanması hedeflenmekte olduğu bu çalışma, iki önemli sonuç ile bu literatüre katkı sağlamaktadır. İlk olarak araştırma bulguları, entelektüel sermaye ile firma performansı ilişkisinde bilgi yönetimi stratejilerinin aracı rol üstlendiğini, yani entelektüel sermayenin firma performansını bilgi yönetimi stratejileri üstünden etkilediğini göstermektedir. İkinci olarak ise araştırma bulguları, işletmelerin küresel yenilikçilik düzeyleri arttıkça bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkinin şiddetinin de artacağını ortaya koymaktadır. Bu çalışma; köklü, önemli ancak hala bir o kadar da bilinmezlerle dolu bir kavram olan entelektüel sermayenin ve entelektüel sermayenin firma performansına yansıdığı mekanizmanın sadece yüzeyini aşındırmaktadır. Bu açıdan gelecek araştırmacılar için entelektüel sermaye ve firma performansı ilişkisinin zengin bir araştırma alanı teşkil ettiği söylenebilir.

KAYNAKLAR

Abou-Zeid, E.S. (2002). “A Knowledge Management Reference Model”, Journal of Knowledge Management, 6(5), pp:486-499.

Abdioğlu, H., Yavuz, S. (2013). “İşletmelerde Sosyal Sermayenin Ölçümlenmesi ve Raporlanmasına Yönelik Bir Araştırma”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (1), ss: 25-56.

Adams, G.L., Lamont, B.T. (2003). "Knowledge Management Systemsand Developing Sustainable Competitive Advantage", Journal of Knowledge Management, 7(2), pp:142-154.

Akdoğan, M.Ş., Karaarslan, M.H. (2013). “Tüketici Yenilikçiliği”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 27 (2), ss: 1-20.

Aktan, C. C., Vural, İ. (2016). “Bilgi Çağında Bilginin Yönetimi”, Yeni Türkiye, 88(1), Bilim ve Teknoloji Özel Sayısı, pp:1-15

Aksoy, A., Enlil, Z. (2011). *Kültür Ekonomisi Envanteri*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Alagöz A, Özpeynirci R. (2007). “Bilgi Toplumunda Entelektüel Varlıklar ve Raporlanması”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 9(11), pp:167-184.

Alavi, M., Leidner, D.E. (2001). “Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations And Research Issues”, MIS Quarterly, 25(1), pp:107-136.

Alegre, J., Chiva, R. (2008). “Assessing The Impact of Organizational Learning Capability on Product Innovation Performance: An Empirical Test”, Technovation, 28, pp:315-326.

Al-Fawaeer, M.A. (2013). “The Intellectual Capital Investment and Its Impact on Organizational Innovation: An Empirical Study on Jordanian Industrial Public Share holding Listed Companies (JIPSLC)”, International Business Research, 6(10), pp:119-131.

Alipour, M. (2012). “The Effect of Intellectual Capital on Firm Performance: An Investigation of Iran Insurance Companies”, Measuring Business Excellence, 16(1), pp:53-66.

Allee, V., (1997). *The Knowledge Evolution: Expanding Organizational Intelligence*. Boston: Butterworth-Heinemann.

Altan, S., Özpehlivan, M. (2019). “Bilişim Sektöründe Entelektüel Sermaye, İş Tatmini ve İnovasyon Yönlülük Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İstanbul İlinde Bir Uygulama”, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 10(1), pp:154-167.

Alwert, K., Bornemann, M., Kivikas, M. (2004). “Intellectual Capital Statement–Made in Germany”, Published by the Federal Ministry for Economics and Technology, Berlin.

Ar, I., M. (2012). “The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern”, Procedia-Socialand Behavioral Sciences, 62, pp:854-864

Argyris, C., (1993). *Knowledge for Action*. San Francisco, Jossey-Bass.

Atalay, M. (2013). “Entelektüel Sermaye, Yenilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Otomotiv Yan Sanayi Sektöründe Bir Araştırma”, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Antalya

Ateş, M.R. (2007). *İnovasyon Hayat Kurtarır*. Doğan Kitap: İstanbul.

Aydemir, M.A. (2011). “Toplumsal İlişkilerin Sosyal Sermaye Değeri: Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Üzerine Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Konya.

Aydın, S., (2009). “Kişisel ve Ürün Temelli Yenilikçilik: Cep Telefonu Kullanıcıları Üzerine Ampirik Bir Uygulama” Doğuş Üniversitesi Dergisi, 10 (2), ss:188-203.

Baker, R. J. (2007). *Mind Over Matter: Why Intellectual Capital is the Chief Source of Wealth*. John Wileyand Sons Ltd, New Jersey, USA.

Baldwin, J.R., Hanel, P. (2003). *Innovation And Knowledge Creation In An Open Economy: Canadian Industry And International Implications*. Cambridge University Press: UK.

Barkat, W., Bech, L. S., Ahmed, A., Ahmed, R. (2018). “Impact of Intellectual Capital on Innovation Capabilityand Organizational Performance: An Empirical Investigation”, Serbian Journal of Management, 13(2), pp:365-379.

Bartel C., Garud R. (2009). “The Role of Narratives in Sustaining Organizational Innovation”, Organization Science, 20(1), pp:107-117.

Bassi, L.J., Van Buren, M.E. (1999). “Valuing Investments in Intellectual Capital”, International Journal of Technology Management, 18(5), pp:414-432.

Baş, M., Mısırdalı Yangil, F., Aygün, S. (2014). “Entelektüel Sermaye Alanında Yapılan Lisansüstü Tez Çalışmalarına Yönelik Bir İçerik Analizi: 2002-2012 Dönemi”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 10(23), pp:207-226.

Bayaraa B. (2017). “Financial Performance Determinants of Organizations: The Case of Mongolian Companies”, Journal of Competitiveness, 9(3), pp:22-33.

Becker, G.S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference toEducation*. 3.Baskı. Chicago: The University of Chicago Press.

Bell G.G. (2005). “Clusters, Networks, and Firm Innovativeness”, Strategic Management Journal, 26, pp:287-295.

Bender, S., Fish, A. (2000). “The Transfer of Knowledge and The Retention of Expertise: The Continuing Need for Global Assignment”, Journal of Knowledge Management. 4(2), pp:125-137

Bennet, A., Bennet, A., (2000). “Characterizing the Next Generation Knowledge Organization”, Knowledge and Innovation: Journal of the KMCI, 1(1), pp:8-42

Bhartesh, K.R, Bandyopadhyay, A.K. (2005). “Intellectual Capital: Concept and Its Measurement”, Finance India, 19(4), pp:1365-1374.

Bhatt, G. (2000). “Knowledge Management in Organizations: Examining The Interaction Between Technologies, Techniques and People”. Journal of Knowledge Management. (5)1, pp:68- 75.

Biçkes, M.D. (2011). “Örgütsel Öğrenme, inovasyon ve Firma Performansı Arasındaki İlişkiler: İnovasyonun Aracılık Etkisine Yönelik Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Bontis N, Keow W, Richardson S. (2000). “Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries”. Journal of Intellectual Capital, 1(1).

Bontis, N. (1998). “Intellectual Capital: An Exploratory Study That Develops Measures And Models”, Management Decision, 36(2), pp:63-76.

Bontis, N. (1999). “Managing Organisational Knowledge By Diagnosing Intellectual Capital: Framingand Advancing The State Of The Field”, International of Journal of Technology Management, 18(5), pp:433-462.

Bontis, N. (1996). “There Is A Price on Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically”, Business Quarterly, Summer, pp:40.

Bontis, N., Keow, W.C.C., Richardson, S. (2000), “Intellectual Capitaland Business Performance in Malaysian Industries”, Journal of Intellectual Capital, 1(1), pp:85-100.

Bose, S., Oh, K.B. (2004). “Measuring Strategic Value Drivers for Managing Intellectual Capital”, The Learning Organization, 11(4/5), pp:347-356.

Bosworth, D., Webster, E. (2006). *The Management of Intellectual Property: New Horizons InIntellectual Property*. Edward Elgar Publishing: USA.

Bourdieu, P. (1986). *The Forms of CapitalI J. G. Richardson*. New York.: Greenwood Press.

Bozbura, F. T. (2004). “Measurement and Application of Intellectual Capital in Turkey”, The Learning Organization”, 11(4/5), pp:357-367,

Bramhandkar, A., Erickson, S., Applebee, I. (2007). “Intellectual Capital and Organizational Performance: An Empirical Study of The Pharmaceutical Industry”, The Electronic Journal of Knowledge Management, 5(4), pp:357-362.

Brooking, A., Motta, E. (1996). “Taxonomy of Intellectual Capitaland a Methodology for Auditing”, 17th Annual National Business Conference. McMaster University, Hamilton, Ontario, Canada, January.

Bulut, Ç., Yılmaz, C., Alpkan, L. (2009). “Pazar Oryantasyonu Boyutlarının Firma Performansına Etkileri”, Ege Akademik Bakış, 9(2) pp:513-538.

Cabello Medina C., Lopez Cabrales A., Valle-Cabrera R. (2011). “Leveraging the Innovative Performance of Human Capital Through HRM and Social Capital in Spanish Firms”, The International Journal of Human Resource Management, 22(4), pp:807-828.

Cabrita, R., Vaz, J.L. (2006), “Intellectual Capitaland Value Creation: Evidence from The Portuguese Banking Industry”, The Electronic Journal of Knowledge Management, 4(1), pp:11-20.

Chang, S.L. (2007), “Valuing Intellectual Capital and Firms Performance: Modifying Value Added Intellectual Coefficient (VAIC) in Taiwan IT Industry”, PhD thesis, Golden Gate University, San Francisco, CA, August.

Chen C., Lee Y., Tung C., Kao K. (2008). “The Influences of Innovative Activities, Intellectual Capital Towards Corporate Development: Evidence and Insigts from Taiwanese Publicly Listed IT Corporations” The Business Review, 10(1), pp: 236-245.

Chen, M.C., Cheng, S.J., Hwang, Y. (2005), “An Empirical Investigation of The Relationship Between Intellectual Capital and Firms’ Market Value and Financial Performance”, Journal of Intellectual Capital, 6(2), pp:159-176.

Cheng, J. L. C. (2007). “Critical Issues in International Management Research: An Agenda for Future Advancement”, EuropeanJournal of International Management, 1(1/2), pp:23-38.

Cho H., Pucik V. (2005). “Relationship Between Innovativeness, Quality, Growth, Profitability and Market Value”, Strategic Management Journal, 26(6), pp:555-570.

Christensen, C.M., Raynor, M.E., McDonald, R., (2015). “What Is Disruptive Innovation?”, Harvard Business Review, pp:44-53.

Cohen, S., Kaimenakis, N. (2007). “Intellectual Capital and Corporate Performance in Knowledge Intensive SMEs”, The Learning Organization, 14(3), pp:241-262.

Cohen, D., Prusack, L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayesi.* (Çeviren: Ahmet Kardam). İstanbul: MESS Yayınları.

Connolly, T., Conlon, E.J., Deutsch, S.J. (1980), Organizational Effectiveness: A Multiple Constituency Approach, Academy of Management Review, 5, pp:211-217.

Cross, R., Sproull, L. (2004). "More Than an Answer: Information Relationships for Actionable Knowledge". Organization Science. 15(4), pp:446-462.

Crossley, N. (2001). "The Pheomenological Habirus and Its Construsction", Theory and Society, 30 (1), pp: 81-120.

Çukacı, Y. C. (2005). "Ekonomik Değer Olarak Bilginin Muhasebe, İşletmeler ve Genel Ekonomi Açısından Değerlendirilmesi", Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, pp:11-19.

Daft R.L. (2004). *Organization Theoryand Design*. South-Western Thomson Learning: USA.

Doğan, E. (2009). "Tüketim Toplumunda Müzelerde Yaşanan Değişimlerin DevletMüzeleri ve Özel Müzeler Bağlamında Değerlendirilmesi", Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Damanpour F. (1991). "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators", The Academy of Management Journal, 34(3), pp:555-590.

Damanpour F., Evan W.M., (1984). "Organizational Innovation and Performance: The Problem of Organizational Lag", Administrative Science Quarterly, 29, pp:392-409.

Damanpour F., Gopalakrishnan S. (1998). "Theories of Organizational Structure and Innovation Adoption: The Role of Environmental Change", Journal of Engineering and Technology Management,15, pp:1-24.

Darr, E.D., Argote, L., Epple, D. (1995). "The Acquisition, Transfer and Depreciation of Knowledge in Service Organizations: Productivity in Franchises". Management Science. 41(11), pp:1750-1783

Darroch, J., (2005), "Knowledge Management, Innovationand Firm Performance", Journal of Knowledge Management, 9(3), pp:101-115.

Daud, S., Yusoff, W.F.W. (2011), "How Intellectual Capital Mediates The Relationship Between Knowledge Management Processes And Organizational Performance?", African Journal of Business Management, 5(7), pp:2607-2617.

Davenport, T.H., Prusak, L. (1998). *Working Knowledge, How Organizations Manage What The yKnow*. Boston, MA, USA: Harvard Business School Press.

Davila, G., Varvakis, G., North, K. (2019). "Influence of Strategic Knowledge Management on Firm Innovativenessand Performance", Brazilian Business Review, 16(3), pp:239- 254.

Değirmencioğlu, Ç, (2006). “KOBİ’'lerde Organizasyonel Becerilerin Yenilikçilik Performansına Etkisi”, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Demir, B., (2010). “Muhasebe Bilgi Sistemlerinde Bilgi Kalitesi”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 48, pp:142-153

Dess G.G., Picken J.C. (2000). “Changing Roles: Leadership In The 21st Century”, Organizational Dynamics, 28, pp: 18-34.

Dixon, N.M. (2000). *Common Knowledge: How Companies Thriveby Sharing What They Know?* Boston, MA: Harvard Business School Press.

Dumay, J. (2016). “A Critical Reflection on the Future of Intellectual Capital: From Reporting To Disclosure”, Journal of Intellectual Capital, 1(17), pp:168-184.

Dzenopoljac, V., Janosevic, S., Bontis, N. (2016), “Intellectual Capital and Financial Performance in Serbian ICT Industry”, Journal of Intellectual Capital, 17(2), pp: 373-396.

Edvinsson L (1997) “Developing Intellectual Capital at Skandia”, LongRange Planning 30(3), pp:366-373.

Edvinsson, L., Sullivan, P. (1996). “Developing A Model For Managing Intellectual Capital”, European Management Journal, 1996, 14(4), pp:356–364.

Ekşi, E. (2008). “Intellectual Capital Based Innovation Capability Model Proposition”, Istanbul Technical University Institute of Science And Technology, M.Sc. Thesis, İstanbul.

Ekşioğlu, Ş.Z. (2012). “Kültürel Sermaye ve Ekonomik Kalkınma Arasındaki İlişkinin Girdi Çıktı Analizi ve Fayda Maliyet Analizi Yöntemleriyle Türkiye İçin Değerlendirilmesi”, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.

El Telbani, N. (2013). “The Relationship Between Intellectual Capital and Innovation In Jawwal Company-Gaza”, Jordan Journal of Business Administration, 9(3), pp: 619-649.

Elçi Ş., Karataylı İ. (2009). *İnovasyon El Kitabı*. Technopolis Group Türkiye, Ankara.

Erdem, Z. (2007). “Entelektüel Sermayenin Küresel Ekonomideki Yeri ve Önemi”, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 53, pp:275-294.

Erciş, A., Türk, B. (2014). “Kişisel Değerler ve İçsel Yenilikçilik Boyutları İlişkisinin Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 28 (2), ss: 75-88.

Ertemel, A.V., Eroğlu Pektaş, G. Ö., (2018), “Dijitalleşen Dünyada Tüketici Davranışları Açısından Mobil Teknoloji Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma”. Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, pp:18-34.

Ertuğrul, Murat (2000). “Bilgi Çağında İşletmelerin Yeni Kaynağı: Entelektüel Sermaye”, Active Bankacılık ve Finans Dergisi, 3.

Ettlie, J.E., Bridges, W.P., O’Keefe, R.D. (1984). “Organization Strategy and Structural Differences for Radical Versus Incremental Innovation”, Management Science, 30(6), pp: 682-695.

Fan Q., Li K., Zeng D.Z., Dong Y., Peng R. (2009). “Innovation for Development and the Role of Government: A Perspective from the East Asia and Pacific Region”, The World Bank, Washington.

Ferraris, A., Mazzoleni, A., Devalle, A., Couturier, J. (2019), "Big Data Analytics Capabilities and Knowledge Management: Impact On Firm Performance", Management Decision, 57(8), pp:1923-1936.

Field, J. (2006). *Sosyal Sermaye*. (Çeviren: Bahar Bilgen, Bayram Sen). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Fiol C.M. (1996). “Squeezing Harder Doesn’t Always Work: Continuing the Search for Consistency In Innovation Research”, Academy of Management Review, 21(4), pp:1012-1021.

Gholami, M. H., Asli, M. N., Nazari-Shırkouhi, S., Noruzy, A. (2013), “Investigating The Influence of Knowledge Management Practices on Organizational Performance: An Empirical Study”, Acta Polytechnica Hungarica, 10(2), pp:205-216.

Ghosh, D., Wu, A. (2007). “Intellectual Capital and Capital Markets: Additional Evidence”, Journal of Intellectual Capital, 8(2), pp: 216-235.

Goh, P.C. (2005). “Intellectual Capital Performance of Commercial Banks in Malasia”, Journal of Intellectual Capital, 6(3), pp:385-396.

Goh, S.C. (2002). “Managing Effective Knowledge Transfer: an Integrative Framework and Some Practice Implications”. Journal of Knowledge Management. 6(1), pp:23-30

Gold, H. A., Malhotra A., Segars, A.H. (2001), “Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective”, Journal of Management Information Systems, 18(1), pp:185-214.

Gonzalez-Benito, O., Gonzalez-Benito, J. (2005), “Cultural vs. Operational Market Orientation and Objective vs. Subjective Performance: Perspective of Production and Operations”, Industrial Marketing Management, 34, pp:797-829.

Gonzalez-Loureiro, M., (2012). “Intellectual Capital and System of Innovation: What Really Matters at Innovative SMEs”, Intangible Capital, 8(2), pp:239-274.

Gopalakrishnan S., Damanpour F. (1997). “A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management”, Omega, 25(1), pp:15-28.

Görmüş, A.Ş. (2009). “Entelektüel Sermaye ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Önemi”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11 (1), pp:57-75.

Grant, R.M. (1996). “Toward a knowledge-based Theory of the Firm”, Strategic Management Journal. 17, pp:109-122.

Gulati, R., Gargiulo, M. (1999). “Where Do Interorganizational Networks Come From?”,The American Journal of Sociology. 104(5), pp:1439-1492.

Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., Alpkan, L. (2011). “Effects of Innovation Types on Firm Performance”, International Journal of Production Economics, 133(2), pp:662-676.

Gupta, N. (2011). "Globalization Does Lead To Change in Consumer Behavior: An Empirical Evidence of Impact of Globalization on Changing Materialistic Values in Indian Consumers and Its After Effects", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 23(3), pp:251-269.

Guthrie, James; Petty, Richard (2000). “Intellectual Capital: Australian Annual Reporting Practices”, Journal of IntellectualCapital, 1(3), pp:241-251.

Guthrie, J. (2001) “The Management Measurement and the Reporting of Intellectual Capital”, Journal of Intellectual Capital, 2(1), pp:27-41.

Gülseçen, S., (2014). “Bir Değer Olarak Bilgi ve Bilginin Yönetimi”, Türk Kütüphaneciliği, 28(1), pp:62-68.

Gümüşoğlu, L. (2009). “İnovasyon ve Liderlik”, Savunma Sanayii Gündemi Dergisi, 3, pp:37-42.

Günday, G., Ulusoy, G., Kılıç, K., Alpkan, L. (2008). “Modeling Innovation: Determinants of Innovativeness and the Impact of Innovation on Firm Performance”, Proceedings of the 4th IEEE International Conference on Management of Innovation & Technology (ICMIT), Bangkok, Thailand, PP: 766-771.

Hagedoorn, J., Cloodt, M. (2003). “Measuring Innovative Performance: Is There an Advantage in Using Multiple Indicators?”. Research Policy,32, pp:1365-1379.

Hair, J.F.J., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition,*Prentice Hall

Hair, J.J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C., Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM*). Sage Publications.

Hart, S., Banbury, C. (1994). “How Strategy Making Process Can Make a Difference”, Strategic Management Journal, 15(4), pp:251-269.

Heisig, P. (2009). “Harmonisation Of Knowledge Management-Comparing 160 KM Frameworks Around The Globe”. Journal of Knowledge Management, 13(4), pp:4-31.

Helvacı, M. A. (2010). *Eğitim Örgütlerinde Değişim Yönetimi*. Nobel: Ankara.

Hermans R., Kauranen I. (2005). “Value Creation Potential of Intellectual Capital in Biotechnology: Empirical Evidence from Finland”, R&D Management, 35(2), pp: 171-185.

Hernandez, A. J. C., Jimenez, D. (2016). “Knowledge Management, Flexibility and Firm Performance: The Effects of Family Inbolvement”, European Journal of Family Business, 6, pp:108-117.

Hirschman, E.C., (1980). “Innovativeness, Novelty Seeking, and Consumer Creativity”, Journal of Consumer Research, 7 (3), pp: 283–295.

Ho, L. A. (2008), “What Affects Organizational Performance? The Linking of Learning and Knowledge Management”, Industrial Management & Data Systems, 108(9), pp:1234-1254.

Hoang, T. N., Quang, B. ve Nguyen, V. P., (2018). “The Impact of Intellectual Capital Dimensions on Vietnamese Information Communication Technology Firm Performance: A Mediation Analysis of Human and Social Capital”. Academy Of Strategic Management Journal, 17(1), pp:1-15.

Hong, J. (1999). “Structuring for Organizational Learning”. The Learning Organization, 6(4), pp:173-185.

Hsu, I., Sabherwal, R. (2012). “Relationship Between Intellectual Capital and Knowledge Management: An Empirical Investigation”, Decision Sciences, 43(3), pp:489-524.

Hsu, L.C., Wang, C.H. (2012), “Clarifying the Effect of Intellectual Capital on Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability”, British Journal of Management, 23(2), pp:179-205.

Hung, R.Y, Lien, B.Y, Yang, B, Wu, C.M., Kuo, Y.M. (2010). “Impact of TQM and Organizational Learning on Innovation Performance in the High-TechIndustry”. International Business Review.

Hussinki, H., Ritala, P., Vanhala, M., Kianto, A. (2017). “Intellectual Capital, Knowledge Management PracticesandFirm Performance”, Journal of Intellectual Capital, 18(4), pp:1469-1930.

Husz, M. (1989). *Human Capital, Endogenous Growth, and Government Policy*. Peter LangPub. Inc., New York.

Im, S., Mason, C.H., Houston, M.B. (2007). “DoesInnate Consumer Innovativeness Relateto New Product/Service Adoption Behavior?: The Intervening Role of Social

Learning Via Vicarious Innovativeness", Journal of the Academic Marketing Science, 35, pp:63–75.

Imran, M.K., Ilyas, M., Aslam, U., Fatima, T. (2018), "Knowledge Processesand Firm Performance: The Mediating Effect of Employee Creativity", Journal of Organizational Change Management, 31(3), pp:512-531.

İpçioğlu, İ., Kahya, D. (2016). "Bilgi Yönetimi Sürecinin Örgütsel Performansa Etkisi Ve Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, pp:179-204

Jantusen, S., Smolander, K. (2006). "Challenges of Knowledge and Collaboration in Roadmapping", Software Product Management Conference

Jimenez, J.D., Sanz-Valle, R. (2011). "Innovation, Organizational Learning and Performance", Journal of Business Research, 64(4), pp: 408-417.

Johannessen, J.A. (2008). "Organisational Innovation as Part of Knowledge Management", International Journal of Information Management, 28(5), pp: 403-412.

Kamath, G. (2008), "Intellectual Capital and Corporate Performance in Indian Pharmaceutical Industry", Journal of Intellectual Capital, 9(4), pp:684-704

Kamukama, N., Ahiauzu, A. andNtayi, M.J. (2010), "Intellectual Capital and Performance: Testing Interaction Effects", Journal of Intellectual Capital, 11(4), pp:1469-1930.

Kanji, G.K. (1996), "Can Total Quality Management Help Innovation?", Total Quality Management, 7(1), pp:3-9.

Kanter, R. M. (1988). "Three Tiers for Innovation Research". Communication Research, 15(5), pp: 509-523.

Kaplan, R.S., Norton, D.P. (2004), "Measuringthe Strategic Readiness of Intangible Assets", Harvard Business Review.

Karaata, E.S. (2012). "İnovasyonun Ölçümünde Yeni Arayışlar", TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu, İstanbul, ss: 1-19.

Karacan, S., Ergin, E. (2011). "Bankaların Entelektüel Sermayesi İle Finansal Performansı Arasındaki İlişki", Business and Economics Research Journal, 2(4), pp:73.

Karagül, M. (2002). *Beşeri Sermayenin İktisadi Gelişmedeki Rolü ve Türkiye Boyutu*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 37, Afyon.

Karagül, M. (2003). "Beşeri Sermayenin Ekonomik Büyümeyle İlişkisi ve Etkin Kullanımı", Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (5), ss: 79-90.

Karagül, M., Dündar, S. (2006). “Sosyal Sermaye ve Belirleyicileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(12), ss: 61-78.

Karchegani, M.R., Sofian, S., Amin, S.M. (2013). “The Relationship Between Intellectual Capital and Innovation: A Review”, International Journal of Business and Management Studies, 2(1), pp:561-581.

Kaya, S. (2017). “İşletmelerde Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetiminin İnovasyon Performansı ve Rekabet Avantajı Üzerine Etkilerinin Belirlenmesi”, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.

Keskin, M. (2008). “Sosyal Sermaye ve Bölgesel Kalkınma: Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası Üyelerinde Sosyal Sermaye Düzeyi ve Belirleyicilerinin Analizi”, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Khajeh, M., Mahallati, T., Shaibani, A., Khodarahmi, S. (2014). “The Role of Intellectual Capital in Facilitating Knowledge Management Practices”. Journal of Management and Sustainability, 4(3), pp:184-191.

Kianto, A., Andreeva, T. (2014). “Knowledge Management Practices and Results in Service-Oriented Versus Product-Oriented Companies”, Knowledge and Process Management, 21(4), pp:221-230.

Kianto, A., Andreeva, T., Pavlov, Y. (2013), “The Impact of Intellectual Capital Management on Company Competitivenessand Financial Performance”, Knowledge Management Research & Practice, 11(2), pp:112-122.

Kianto, A., Saenz, J., Aramburu., N. (2017). “Knowledge-based Human Resource Management Practices, Intellectual Capital and Innovation”, Journal of Business Research, 81, pp:11-20.

Kip, S. (2010). “Kültürel Sermaye ve Televizyon İzleme Alışkanlıkları”, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İzmir.

Kogut, B., Zander, U. (1992). “Knowledge Of The Firm, Combinative Capabilities, And The Replication Of Technology”. Organization Science, 3(3), pp:383-397.

Kong E., (2009). “Facilitating Learning through Intellectual Capital in Social Service Nonprofit Organizations”, International Journal of Learning, 16(2), pp:531-550.

Konyalılar, N. (2020). “Entelektüel Sermaye ve İnovasyonun Çalışan Performansına Etkisi: Havacılık Sektörü Örneği”, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.

Kotler P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*. PrinticeHall International (Çev. Nejat Muallimoğlu), İstanbul.

Kraaijenbrink, J., Wijnhoven, F. (2006). “External Knowledge Integration. In: D.G. Schwartz (Ed)”, Encylopedia of Knowledge Management. Hersley, PA: IdeaGroup Reference

Kunt, O. (2019). “Entelektüel Sermayenin İnovasyon Yeteneğine Etkisinde Yönetim Bilişim Sistemleri Memnuniyet Düzeyinin Rolü” Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Kurt, S. (2019). “Küresel ve Ulusal Sermayeye Entegrasyon Bağlamında Konya Sanayisinin Sosyo-Ekonomik İmkanları”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Konya.

Kurtuluş, Kemal (1989). *İşletmelerde Araştırma Yöntembilimi: Araştırma Yöntemleri,* Yön Ajans: İstanbul.

Laursen K., Foss N.J. (2003), “New Human Resource Management Practices, Complementarities and the Impact on Innovation Performance”, Cambridge Journal of Economics, 27(2), pp:243-263.

Lamont, M., Lareau, A. (1998). “Culturel Capital: Allusions, Gapsand Glissandos in Recent Theoretical Developments”, Sociological Theory, 6 (2), pp: 153-168.

Lee J.Y., Swink M., Pandejpong T. (2011). “The Roles of Worker Expertise, Information Sharing Quality, and Psychological Safety in Manufacturing Process Innovation: An Intellectual Capital Perspective”, Production and Operations Management, 20(4), pp:556-570.

Leitner K.H. (2011). “The Effect of Intellectual Capital on Product Innovativeness in SMEs”, International Journal of Technology Management, 53(1) pp: 1-18.

Lesser, E.L., Storck, J. (2001). “Communities of PracticeandOrganizational Performance”, IBM Systems Journal, 40(4), pp:831-841

Lev. B. (2001). *Intangibles: Management, Measurement and Reporting*. The Brookings Institution: Washington.

Li, J., Pike, R., Haniffa, R. (2008). “Intellectual Capital Disclosure and Corporate Governance Structure in UK Firms”, Accounting and Business Research, 38(2), pp:137-159.

Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action.* Cambridge: Cambridge University Press.

Lopez-Nicolas, C., Merono-Cerdan, A. (2011). “Strategic Knowledge Management, Innovation And Performance”, International Journal of Information Management, 31(6), pp:502–509.

LordTarte, E. (2012). “Innovation and the development of the Canadian Wine Industry”, Telfer School of Management UniversityDoctoral Dissertation, Ottawa.

Luecke R. (2008). *İş Dünyasında Yenilikçilik ve Yaratıcılık*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları (Çev.Turhan Parlak): İstanbul.

Marr, B., Schiuma, G. (2003). "Business Performance Measurement: Past Presentand Future", Management Decision, 41 (8), pp.680-687.

McKeen, J.D., Zack, M. H., Singh S. (2006), "Knowledge Management and Organizational Performance: An Exploratory Survey", 39th Hawaii International Conference on System Sciences, pp:1-9.

Mehralian, G. (2013). "Prioritization of Intellectual Capital Indicators in Knowledge-Based Industries: Evidence From Pharmaceutical Industry", International Journal of Information Management, 33(1), pp:209-216.

Midgley, D.F., Dowling, G.R. (1978). "Innovativeness: The Concept and Its Measurement", Journal of Consumer Research, 4 (4), pp: 229-242.

Molodchik, M., Shakina, E., Bykova, A. (2012). "Intellectual Capital Transformation Evaluating Model", Journal of Intellectual Capital, 13(4), pp:444-461.

Mondal, A., Ghosh, S.K. (2012), "Intellectual Capital and Financial Performance of Indian Banks", Journal of Intellectual Capital, 13(4), pp:257-288.

Mumford D.M., Licuanan B. (2004). "Leading for Innovation: Conclusions, Issues and Directions", The Leadership Quarterly, 15(1), pp:163-171.

Munkongsujarit, S. (2013). *The Impact Of Social Capital On Innovation Intermediaries*, Porthland State University, Porthland.

Nahapiet J., Ghoshal, S. (1998). "Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage", The Academy of Management Review, 23(2), pp:242-266.

Naktiyok, A. (2004). "Entelektüel Sermaye: Yöneticilerin Entelektüel Sermaye Göstergelerinin Faydasına İlişkin Algıları", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1/2), pp:389-411.

Naktiyok, A. (2010). "Yenilik Yönelimi ve Örgütsel Faktörler", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(2), pp:211-230.

Narvekar R., Jain K. (2006). "A New Framework to Understand the Technological Innovation Process", Journal of Intellectual Capital, 7(2), pp:174-186.

Nemati, H., Barko, C. (2002). "Key Factorsfor Achieving Organizational Data-mining Success", Industrial Management and Data Systems, 103(4), pp:282-292

Ngah R., Ibrahim A.R. (2009). "The Relationship of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Performance: A Preliminary Study in Malaysian SMEs", International Journal of Management Innovation Systems, 1(1), pp: 1-13.

Nickerson, J., Zenger, T. (2004). “A Knowledge-based Theory of the Firm: The Problem- Solving Perspective”, Organization Science, 15(6), pp:617-632

Nimtrakoon, S. (2015). “The Relationship Between Intellectual Capital, Firms’ Market Value and Financial Performance: Empirical Evidence From The ASEAN”. Journal of Intellectual Capital, 16(3), pp:587-618.

Nonaka, I., Takenchi, H. (1995), *The Knowledge Creating Company*. Oxford UniversityPress, Oxford.

OECD (2005). “Eurostat Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data”, 3rd Edition, The Measurement of Scientific and Technological Activities, OECD Publishing: Paris. 2005.

Ordaz, C., Allez, M., Alcazar, F., Fernandez, P.M., Cabrera, R. (2004). “Internal Diversification Strategies and The Process of Knowledge Creation”, Journal of Knowledge Management. 8(1), pp:77-93.

Özcan, K. (2008). “Entelektüel Sermaye: Kuram Gelişimi ve Yeni Perspektifler”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Bilgi Toplumunda Bilginin Önemi.

Özçifci, V. (2015). “Tüketici Yenilikçiliği ve Moda Yenilikçiliği İlişkisinin İncelenmesi”, Social Sciences, 10 (4), ss: 135-148.

Özdemir, Z. T. (2019). “Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetiminin Örgütsel Performansa Etkileri: X Holding’inde Bir Araştırma”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.

Özgün, A.H. (2019). “Sosyal Sermaye, Entelektüel Sermaye, İnovasyon ve Performans İlişkisi: Sağlık Kurumları Üzerine Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.

Özkent, B. (2015). *Adım Adım İnovasyon*. Elma Yayınevi: Ankara.

Öztürk, M.B., Demirgüneş, K. (2008). “Kurumsal Yönetim Bakış Açısıyla Entelektüel Sermaye”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19, pp:395-411.

Parpandel, D.E. (2013). “The Role of Intellectual Capital in Knowledge-Based Society”, Management Strategies Journal, 19(1), pp:47-52.

Persaud A.C.J. (2007). “Innovation and Performance: The Case of the Upstream Petroleum Sector”, Carleton University Eric Sprott Scholl of Business Doktora Tezi, Ottowa.

Prajogo, D. I., Sohal, A. S. (2006), “The Integration of TQM andT echnology / R&D Management in Determining Quality and Innovation Performance”, Omega 34, pp:296-312.

Prajogo, D.I., Sohal, A.S. (2003), “The Relationship Between TQM Practices, Quality Performance, and Innovation Performance”. The International Journal of Quality and Reliability Management, 20(8), pp:901-918.

Putnam, R.D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. United Kingdom: Princeton UniversityPress.

Price, J.L. (1972), *Handbook of Organizational Measurement*, Heath, Lexington, MA

Riahi-Belkaoui, A. (2003). “Intellectual Capital and Firm Performance of US Multinational Firms: A Study of the Resource-Based and Stakeholder Views”, Journal of Intellectual Capital, 4(2), pp:215-226.

Rijnsoever, F.J., Donders, A.R.T. (2009). “The Effect of Innovativeness on Different Levels of Technology Adoption”, Journal of theAmerican Society for Information Scienceand Technology, 60 (5), pp: 984-996.

Roger, E.M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York: FreePress.

Roos, G., Roos, J. (1997). “Measuring Your Company's Intellectual Performance”, Long Range Planning, 30(3), pp:413-426.

Sadeghi, A., Rad, F. M. (2018). “The Role of Knowledge-Oriented Leadership in Knowledge Management andInnovation”, Management Science Letters, 8, pp:151-160.

Sanchez, A.A., Marin, G.S., Morales, A.M. (2015), “The Mediating Effect of Strategic Human Resource Practices On Knowledge Management and Firm Performance”, RevistaEuropea de Direccion y Economia de la Empresa, 24(3), pp:138-148

SantosRodriguez, H., Figueroa Dorrego P., Maria Jardon, C. (2011). “The Intellectual Capital and the Firm Innovativens”, Proceedings of the 3rd European Conference on Intellectual Capital, Nicosia, pp:378-387.

Sardo, F., Serrasqueiro, Z. (2017), “Intellectual Capital and Firms’ Financial Performance: A European Empirical Study”, Business and Economic Research, 7(2), pp:1-18.

Sarıçan, E. (2018). "Okullarda Entelektüel Sermaye, İnovasyon ve Etkililik İlişkisi", Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Çanakkale.

Schultz, T.W. (1961). “Investment in Human Capital”, American Economic Review, 51(1), ss: 1–17.

Scott, S.G., Bruce, R.A. (1994), “Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in theWorkplace”. Academy of Management Journal, 37, pp:580-607.

Seleim, A. A., Khalil, O. E. (2011). "Understanding The Knowledge Management-Intellectual Capital Relationship: A Two-Way Analysis", Journal of Intellectual Capital, 12(4), pp:586-614.

Shani, A., Sena, J., Olin, T. (2003). "Knowledge Management and New Product Development: A Study of TwoCompanies". European Journal of Innovation Management, 6(3), pp:137-49

Sharabati, A.A.A., NajiJawad, S., Bontis, N. (2010), "Intellectual Capital and Business Performance in the Pharmaceutical Sector of Jordan", Management Decision, 48(1), pp:105-131.

Shiu, H.J. (2006), "Application of the VAIC Method To Measures of Corporate Performance: a QUANTILE RegressionApproach", The Journal of American Academy of Business, 8(2), pp:156-160.

Sipahi, B. (2004). "Entelektüel Sermayenin Finansal Tablolarda Raporlamasına İlişkin Yaklaşımlar", Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı.24. pp:146-149.

Smitt, S.S., Kulynych, J. (2002). "It May Be Social, but Why Is It Capital? The Social Construction of Social Capital and the Politics of Language", Politics and Society, 30 (1), pp: 149–86.

Söylemez, M. (2019). "Dönüşümsel Liderlik, Sosyal Sermaye, Özyeterlilik ve Lider-Üye Etkileşimi İlişkisi: Kocaeli Serbest Bölgesinde Bir Araştırma", Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Ankara.

Spender, J.C. (1996). "Making Knowledge The Basis Of A Dynamic Theory Of TheFirm", Strategic Management Journal, 17(2), pp:45-62.

St-Pierre, J., Audet, J. (2011). "Intangible Assetsand Performance", Journal of Intellectual Capital, 12(2), pp:202-223.

Standing C., Kiniti S. (2011). "How can Organizations Use Wikis for Innovation?", Technovation, 31, pp:287-295.

Stein, E.W., Zwass, V. (1995). "Actualizing Organizational Memory with Information Systems". Information Systems Research, 6(2), pp:85-117

Stenmark, D. (2000). "Leveraging Tacit Organization Knowledge". Journal of Management Information Systems. 17(3), pp:9-24.

Stewart, T. (1991). "Brainpower". Fortune Magazine.

Stewart, T. (1997). *Entelektüel Sermaye: Kuruluşların Yeni Zenginliği*, (Çev.Elhüseyni, N.), BZD Yayıncılık, İstanbul.

Subramaniam, M., Youndt, M. (2005). "The Influence of Intellectual Capital on The Types of Innovative Capabilities", Academy of Management Journal, 48(3), pp:450-463.

Sullivan, P. (2000). *Value-Drive Intellectual Capital: How to Convert Intangible Corporate Assets Into Market Value.* John Wiley&Sons: NY.

Sveiby, K.E. (2001). "A Knowledge-Based Theory of The Firm To Guide In Strategy Formulation" Journal of Intellectua lCapital, 2(4), pp:344-358.

Syed-Ikhsan, S.O.S., Rowland, F. (2004). "Knowledge Management in A Public Organization: A Study on The Relationship Between Organizational Elements and The Performance of Knowledge Transfer", Journal of Knowledge Management, 8(2), pp:95-111

Şamiloğlu, F. (2006). "Entelektüel Sermaye: İMKB'de Hisse Senetleri İşlem Gören Bankalar Üzerine Bir Uygulama", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 31, pp:78-89.

Şen, H. (2020). "Entelektüel Sermaye ve Firma Performansı", Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Şıklar, İ., Yıldırım, K., Kostakoğlu, F., Koyuncu, C., Bakırtaş, İ. (2016). *İktisada Giriş -1*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 3277, Eskişehir.

Tan, H.P., Plowman, D., Hancock, P. (2007), "Intellectual Capital and Financial Returns of Companies", Journal of Intellectual Capital, 8(1), pp:76-95.

Tang, H.K. (1998), "An Integrative Model of Innovation in Organizations". Technovation, 18(5), pp:297-309.

Terzioğlu, M., Avcı, M., Gökovalı, U. (2008) "İşletmelerde Yenilik Yeteneği: Denizli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(3), pp:377-388.

Tidd, J., Besant, J., Pavitt, K. (1997). *Managing Innovations Integrating Technological, Market and Organizational Change*, Chichester, UK:Willey.

Tidd, J., Bessant, J. (2009). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, and Organizational Change*. John Wiley and Sons: England.

Tomala, F., Senechal, O. (2004). "Innovation Management: A Synthesis of Academicand Industrial Points of View", International Journal of Project Management, 22, pp:281-287.

Toraman, C., Abdioğlu, H., İşgüden, B. (2009). "İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi", Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1), pp:91–120.

Torres, M.R. (2006). "A Procesureto Design a Structual and Measurement Model of Intellectual Capital: An Exploratory Study", Informatin & Management, 43, pp:617-626.

Tsan, W.N., Chang, C.C. (2005). "Intellectual Capital System Interaction in Taiwan", Journal of IntellectualCapital, 6(2), pp:285-298.

Tunalı, H.N., Yılmaz, A. (2016). “Büyüme, Beşeri Sermaye ve Kalkınma İlişkisi: OECD Ülkeleri’nin Ekonometrik Bir İncelemesi”, MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 14(4), ss: 295-317.

Turgut, O. (2014). “Entelektüel Sermaye Üzerinde Kalite Yönetim Sistemi Uygulamalarının Finansal Etkisi: Borsa İstanbul’a (BİST) Kote Olan Şirketler Üzerinde Bir Uygulama”, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Sakarya.

Turhan, Ayça (2009) “Kültürün Tüketici Yenilikçiliği Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Uygulama”, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Tushman, M.L., O’Reilly, C.A. (1996). “Ambidextrous Organizations: Managing Evolutionary and Revolutionary Change”, California Management Review, 38, pp:8-30.

Türker, M. F. (2007). “Üretim Performansı Ölçümü için Bir Yöntem”, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Tywoniak, S.A. (2007). “Knowledge in Four Deformation Dimensions”. Organization. 14(1), pp:53-76

Ulusoy, G., Kılıç, K., Günday, G., Alpkan, L. (2011). “What Are The Determinats Leading To Innovation In Manufacturing Firms”, 6th International Conference for Entrepreneurship, Innovation And Regional Development- ICEIRD 2013, pp:98-108.

United Kingdom Department of Tradeand Industry (2003). *Innovation Report: Competing in the New Global Economy The Innovation Challenge*. London.

Urban, B., ve Joubert, G. S., (2017). “Multidimensional and Comparative Study on Intellectual Capital and Organisational Performance”, Journal of Business Economics & Management, 18(1), pp:84-99.

Uzay, Ş., Savaş, O. (2003). “Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi: Mobilya Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama Örneği”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1), pp:163-181.

Venkatraman, N. andRamanujam, V. (1986). “Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches”, Academy of Management Review, 1(4), pp:801-808.

Verbeeten, F.H.M., Boons, A.N.A. (2009). “Strategic Priorities, Performance Measuresand Performance: An Empirical Analysis in Dutch Firms”, European Management Journal, 27, pp:113-128.

VonKrogh, G., Nonaka, I., Aben. M. (2001). “Making The Most Of Your Company’s Knowledge: A Strategic Framework”, Long Range Planning, 34(4), pp:421-439.

Walker, R.M., Jeanes, E., Rowlands, R. (2002). "Measuring Innovation-Applying the Literature-Based Innovation Output Indicator to Public Services", Public Administration, 80(1), pp:201-214.

Wan, D., Ong, H.C., Lee, F. (2005). "Determinants Of Firm Innovation in Singapore" Technovation, 25(3), pp:261-268.

Wang, C., Kafouros, M. (2009). "Country-of-Origin Effects of Foreign Direct Investment", Management International Review, 49(2), pp:179-198.

Wang, J. (2006), "Utilizing Skandia Navigator System and Ohlson Model to Evaluate the Intellectual Capital Performance for Taiwan Electronic Corporations", The Business Review, 6(1), pp:186-192.

Wang, W. Y., Chang, C. (2005). "Intellectual Capital And Performance in Causal Models: Evidence From The Information Technology Industry in Taiwan", Journal of Intellectual Capital, 6(2), pp:222-236.

Web 1, (2020), http://www.sozluk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 14/10/2020).

Web 2, (2020), http://www.globalinnovationindex.org, (Erişim Tarihi: 25/11/2020).

Weerawardena, J. (2003). "The Role of Marketing Capability in Innovation-Based Competitive Strategy", Journal of Strategic Marketing, 11, pp:15-35.

Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David (2000), *Strategic Management and Business Policy*. Seventh Edition, Pearson EducationInc., New Jersey.

Wickramasinghe, N. (2006). "Knowledge Creation. In: D.G. Schwartz (Ed)" Encyclopedia of Knowledge Management, Hersley, PA: Idea Group Reference

Wickramasinghe, N., VonLubitz, D. (2007). *Knowledge-Based Enterprise: Theoriesand Fundamentals.* Hershey, PA: IdeaGroup Reference

Wilhelmij, P. andSchmidt, R. (2000). "Where Does Knowledge Management Add Value?", Journal of IntellectualCapital, 1(4), pp:366-80

Wolf, H. (2004). *Encyclopedia of Social Theory*. London: Sage Publication. http://dx.doi.org/10.4135/9781412952552

Wolfe, R. (1994). "Organizational Innovation: Review, Critique and Suggested Research Directions", Journal of Management Studies, 31, pp:405-431.

Wu, I. L., Chen, J. L. (2014). "Knowledge Management Driven Firm Performance: The Roles of Business Process Capabilities and Organizational Learning", Journal of Knowledge Management, 18(6), pp:1141-1164.

Wu, W.Y., Chang M.L., Chen C.W. (2008). "Promoting Innovation Through the Accumulation of Intellectual Capital, Social Capital, and Entrepreneurial Orientation", R&D Management, 38(3), pp:265-277.

Yalama, A., Coşkun, M. (2007), "Intellectual Capital Performance of Quoted Banks on the İstanbul Stock Exchange Market", Journal of Intellectual Capital, 8(2), pp:256-271.

Yavuz, A., Albeni, M., Kaya, D.G. (2009). "Ulusal İnovasyon Politikaları ve Kamu Harcamaları: Çeşitli Ülkeler Üzerine Bir Karşılaştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Dergisi, 14(3), pp:65-90.

Yıldız, S. (2010). "Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma", Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.

Yıldız, S. (2011), "Entelektüel Sermayenin İşletme Performansına Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(3), pp:11-28.

Yörük, N., Erdem, M. S. (2008), "Entelektüel Sermaye ve Unsurlarının, BİST'de İşlem Gören Otomotiv Sektörü Firmalarının Finansal Performansı Üzerine Etkisi", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(2), pp:397-413.

Zaim, H. (2005). *Bilginin Artan Önemi ve Bilgi Yönetimi*. İşaret Yayınları: İstanbul.

Zaim, H. (2006). "Knowledge Management Implementation In Izgaz". Journal of Economic & Social Research, 8(2), pp:1-25

Zaim, H., Tatoğlu, E., Zaim, H. (2007). "Performance of Knowledge Management Practices: A Causal Analysis", Journal of Knowledge Management, 11(6), pp:54-67

Zeghal, D. andMaaloul, A. (2010), "Analysing Value Added As An Indicator of Intellectual Capital And Its Consequences On Company Performance", Journal of Intellectual Capital, 11(1), pp:39-60.

Zerenler, M., Hasiloglu S.B., Sezgin, M. (2008). "Intellectual Capital and Innovation Performance: Empirical Evidence in the Turkish Automotive Supplier", Journal of Technology Management And Innovation, 3(4), pp:31-40.

Zhuang, L., Williamson, D., Carter, M. (1999), "InnovateorLiquidate – Are All Organizations Convinced? A Two-Phased Study Into The Innovation Process", Management Decision, 37 (1), pp:57-71.

ÖZGEÇMİŞ

1979 İstanbul doğumlu olan yazar; orta öğrenimini Özel Tercüman Lisesi'nde tamamladıktan sonra 2002 yılında Dumlupınar Üniversitesi B.İ.İ.B.F İktisat bölümünden mezun olmuş, aynı yıl GYTE İşletme Fakültesi'nde Yüksek Lisans eğitimine başlamıştır. Doktora eğitimini de aynı üniversitede devam eden yazar, doktora eğitiminin 1 yılını Çek Cumhuriyeti Tomas Bata Üniversitesi'nde ERASMUS değişim öğrencisi olarak sürdürmüştür. Sanayide, aile işletmelerinde, teknoparklarda, organize sanayi bölgelerinde, belediyelerde ve devlet kurumlarında farklı konularda danışmanlık, eğitim ve yapılandırma faaliyetlerinde bulunan yazarın akademisyen ortakları ile kurmuş olduğu ve ilgili alanlarda hizmet veren teknopark içerisinde konuşlu bir Start-Up firması da bulunmaktadır. Evli ve 3 çocuk babası olan yazar, yabancı dil olarak ileri seviyede İngilizce bilmektedir. Yazar ile iletişime geçmek için ersan@cigerim.net adresine mail atabilirsiniz.

EKLER

EK – A

Sayın Yönetici,

Bu anket formu, Gebze Teknik Üniversitesi bünyesinde yürütülmekte olan "**Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetiminin Performansa Etkisi**" isimli araştırmanın deneysel kısmı ile ilgilidir. Bu araştırma çalışması **tamamen akademik bir amaca yönelik** olup, gönderilecek cevaplar **kesinlikle gizli tutulacaktır**.

Katılımınız için teşekkürlerimizi sunar, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Saygılarımızla,

Prof. Dr. Gökhan ÖZER
Doç. Dr. M. Şahin GÖK
Erşan CİĞERİM

İŞLETME HAKKINDA GENEL BİLGİLER				
İşletmenin Adı (Zorunlu Değil)				
Faaliyet Alanının Sınırları	☐ Bölgesel	☐ Ulusal	☐ Uluslararası	
Faaliyet Gösterdiği Sektör	☐ Hizmet	☐ Üretim		
Çalışan Sayısı	☐ 0-10	☐11-50	☐51-100	☐101 ve üstü
İşletmenin Kuruluş Yılı				
FORMU DOLDURAN HAKKINDA GENEL BİLGİLER				
Ünvanı / Statüsü	☐İşletme Sahibi/Ortak	☐Üst Yönetici	☐Orta Yönetici	
Yaş				
Cinsiyet	☐ Kadın	☐ Erkek		
Eğitim Durumu	☐ İlköğretim	☐ Lise	☐ Yüksekokul	
	☐ Üniversite	☐ Yüksek Lisans	☐ Doktora	
Toplam Çalışma Süresi				
Firmanızın aile işletmesi mi?	☐ Evet	☐ Hayır		
Firmanız hangi dış ticaret işlemini gerçekleştirmektedir?	☐ İhracat	☐ İthalat	☐ Her ikisi de	

Bu ölçekte; (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım,(4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir.					
Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetimi	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Üst yönetim, şirketimizde kültürel olarak farklı bir iş gücünü entegre edebilir ve doğru yönetebilir.					
Üst yönetim, şirketimizdeki tüm çalışanları güçlendirmeye isteklidir.					
Üst yönetim, baskı veya zorluklarla etkin bir şekilde baş edebilir.					
Üst yönetim, acil durumlarla hızlı ve verimli bir şekilde baş edebilir.					
Üst yönetim, yeni bilgileri edinmek için girişimlerde bulunur.					
Üst yönetim, iş fırsatlarını iyi tanımlayabilir ve bunlardan faydalanabilir.					
Kuruluşum, uluslararası müşterilerimize iyi bir hizmet sunmaktadır.					
Kuruluşum, müşterilerimiz ve iş ortaklarımızla olan ilişkileri gayet etkin yönetebilmektedir.					
Kuruluşum, müşterilerimiz veya iş ortaklarımızla olan ilişkiler üzerinden yeni iş/işler geliştirir.					
Kuruluşum, müşterilerin talebini doğru tahmin edebilmek için etkin iç mekanizmalara sahiptir.					
Kuruluşumda, geçmiş deneyimlerden öğrenilen dersler, benzer görevleri üstlenenler için etkin ve yaygın olarak kullanılır.					
Entelektüel Sermaye ve Bilgi Yönetimi	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Kuruluşumda, global, ekonomik, sosyal, politik, teknolojik ve piyasa eğilimlerine ilişkin bilgiler, üst ve orta kademe yöneticilerimiz için ulaşılabilirdir.					
Kuruluşumda, çalışanlarımız iş ile ilgili sorunlara anlık çözümler veya geçmiş deneyimlere rahat ve kolay bir şekilde ulaşabilirler.					
Kuruluşum, değerli küresel rekabetçi istihbarat bilgilerine sahiptir.					
Kuruluşumda, dahili arama motorları (ör. Bilgi haritaları veya kurumsal sarı sayfalar, geçmişe yönelik sorular ve cevaplar), etkin kullanılmaktadır.					
Kuruluşum genel olarak, kurum kültürünü veya paylaşılan değerleri belgelendirilmiş ve/veya bunları materyallere dönüştürmüştür.					
Kuruluşum, çalışan bilgisi veya uzmanlığını genellikle belgelendirilmiş materyallere dönüştürür.					
Kuruluşum, eskiyen ekipmanı yenileyerek genellikle üretkenliği (ürün / hizmet kalitesi ve miktarı) artırır.					
Kuruluşum, patent başvurularını, çalışan bilgisi veya uzmanlığının şirkete ait varlıklara dönüştürülebilmesi için teşvik eder.					
Kuruluşumda, bilgi, genellikle çalışanlarla paylaşılmaktadır.					
Kuruluşumda, bilgi, genellikle rehberlik veya rotasyon gibi argümanlar ile paylaşılır.					

Kuruluşum, stratejik ittifaklar, teknolojik işbirliği, birleşme, satın alma veya teknoloji lisanslama konusunda sıklıkla bilgi edinir.					
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Kuruluşum, en verimli imalat kriterlerine ulaşmak için, endüstri liderleri veya uluslararası rakipleri ile verimli etkileşim içindedir.					
Kuruluşum, AR-GE'ye, uluslararası rakiplerinden daha fazla yatırım yapıyor.					
Kuruluşum yeni ürün/hizmet geliştirme veya yeni teknoloji geliştirme konusunda uluslararası rakiplerinden daha düşük maliyetlere sahiptir.					
Kuruluşum, uluslararası rakiplerine kıyasla daha yeni teknoloji geliştirme veya yeni ürün/hizmet geliştirme gücüne sahiptir.					
Kuruluşum, karının büyük bir kısmını, yeni veya teknoloji geliştirmesini tamamladığı ürün/hizmetlerden elde etmektedir.					
Bu ölçekte; (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım,(4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir. **Aşağıdaki önermeleri son üç (3) yılı kıyaslayarak cevaplayınız.**					
FİRMA PERFORMANSI	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Öz sermayenize oranla ortalama net karlılığınız.					
Vergi öncesi ortalama net karlılığınız.					
Temel faaliyetlerinizle elde ettiğiniz net gelir					
Pazara sunduğunuz yeni ürün/hizmetlerin finansal başarısı					
Finansal açıdan genel başarı düzeyiniz					
Çalışan sayınızdaki artış					
Önde gelen rakiplerinize oranla pazar payınızdaki artış					
Pazara sunduğumuz yeni ürün/hizmet sayısındaki artış					
Yeni müşteri sayınızdaki artış					
Genel olarak pazardaki rekabet ortamındaki konumunuz					
Genel olarak karlılık düzeyiniz					
Satışlarımızdaki yıllık ortalama artış					