



## Entelektüel Sermaye İle İşletmelerin Rekabet Performansı Arasındaki İlişki: Örnek Bir Araştırma<sup>1</sup>

### The Relationship Between Intellectual Capital And Competitive Performance Of Firms: A Sample Research

**Dr. Öğrt. Ü. Abdullah OĞRAK**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi

ORCID no:0000-0003-4331-8652

**Vildan KAYAR**

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

#### ÖZET

Bu araştırmanın amacı, entelektüel sermaye ile rekabet ilişkisini incelemektir. Bunun için İstanbul ilinde Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren işletmeler ile araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma modeli olarak betimsel ve ilişkisel tarama modeli tercih edilmiştir.

Araştırmaya 143 işletme (80orta ölçekli ve 63 büyük ölçekli olmak üzere) katılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde çıkarımsal istatistikler çerçevesinde Korelasyon Analizi, Bağımsız Örneklem T-Testi kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir: İşletmelerin entelektüel sermaye kullanımının işletme büyüklüğüne, faaliyet süresine göre bir farklılık gösterirken; işletmelerin entelektüel sermaye kullanımı ile rekabet arasında bir ilişki olup olmadığının araştırıldığı araştırma bulguları neticesinde ise entelektüel sermaye kullanımı ile rekabet stratejileri arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Entelektüel Sermaye, Rekabet, Performans

#### ABSTRACT

The aim of this search is to examine the relationship between intellectual capital and competition. That's why the companies of organized industrial zones in İstanbul are used. Descriptive and relational survey models were preferred as research.

The study was conducted on 143 companies total (80 midsize and 63 large-scale 143 in total). During the analysis process of acquired data Correlation Analysis, Independent-Samples T-Test were applied in terms of deductive statistics.

The findings of the analysis can be summed up as following: It is found out that the intellectual capital usage of companies differs in a reasonable way depending on company size, operating period, intellectual capital usage reason. As a result of the study, which was conducted in order to determine whether there is a relationship between intellectual capital and competition it is found out that there is a relationship between intellectual capital and competition.

**Key Words:** Intellectual Capital, Competition, Performance

<sup>1</sup> Bu makale yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

## GİRİŞ

Günümüzde bilginin ne denli önem kazandığı ve zorlu piyasa şartlarında önemli bir ayrıcalık ve üstünlük sağladığı kabul görmektedir. Bugün için gelişmişliği yüksek ülkeler değerlendirildiğinde, bu ülkelerin aynı zamanda bilgi toplumu olma özelliklerini de taşıdıkları görülmektedir. Bu çağda, örgütlerde fiziksel varlıklar önemini yitirip, fiziksel olmayan varlıklar önemini arttırmaktadır. Bilginin, çağdaş işletme yönetimi anlayışında sermayenin önemli bir unsuru haline gelmesi, sermaye ile ifade edilen çok çeşitli maddi olmayan varlıklara sahip olma, onları kullanma ve yönetme gibi konuları gündeme getirmiştir.

“Fiziki sermaye” yi oluşturan ve klasik iktisat yaklaşımında yer alan faktörler ile çağdaş dünyanın ekonomik olgularını açıklayabilmek, çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Günümüzde bu şiddetli rekabet ortamında, fazla bilgi üreten ve beceriyle kullanan, yani bilgiyi yöneten kuruluşların pazar değerlerini artırdıkları belirlenmiştir. İşletme örgütleri için en önemli sermaye çalışanlarından dolayı, sahip olduğu entelektüel sermayeleridir. Her geçen gün örgütler tarafından daha çok dikkat çeken entelektüel sermayeyi kullanabilen firmalar iyi rekabet edebilmekte, rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilmekte ve hizmet sunumunda fark yaratabilmektedir. Bu noktada entelektüel sermayeye yapılan yatırım çok daha önemli bir hal almıştır. Entelektüel sermaye bakımından üstün olan örgütler, zamanla diğerlerinin önüne geçmeye başlamışlardır.

Bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölümde entelektüel sermaye ve rekabet kavramlarına yer verilmiş entelektüel sermaye kullanımı ve rekabeti etkileyen faktörler ile ilgili teorik alt yapı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümünde ise firmaların entelektüel sermaye kullanımının rekabete etkisini ölçmeye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu bağlamda organize sanayide faaliyet gösteren işletmelerin yöneticileriyle, entelektüel sermaye kullanımının rekabetteki konumlarına katkısı ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın önemi, amacı, kapsamı, metodolojisi, araştırma sonucunda elde edilen bulgular ve sonuçlar çalışmanın bu bölümünde yer almaktadır.

## 1. ENTELEKTÜEL SERMAYENİN TANIMI ve ÖNEMİ

Kaynaklarda entelektüel sermaye olgusunun tanımına dair uzmanlar görüş birliğine varmış değildirler. Bu manada genel kabul gören bir tanım bulunmasa da birbiriyle benzerlik göstermekte olan pek çok tanımlama vardır. Entelektüel sermayenin genelde soyut varlıklara dönük bir kavram oluşu da tanımının yapılabilmesini zorlaştırmaktadır. Bunun yanında bazen ise entelektüel varlıklar, beşeri sermaye, şerefîye, bilgi varlıkları, maddi olmayan varlıklar gibi benzer olguları entelektüel sermaye kavramıyla aynı manada kullanılır. Aslına bakılırsa bu olgular birbirlerinden farklı olsalar da ilişki içerisindedirler (Zhou ve Fink, 2003:37). Thomas A. Stewart entelektüel sermaye kavramını “Zenginlik yaratabilmek adına kullanılacak entelektüel malzeme, diğer bir ifadeyle tecrübe, entelektüel mülkiyet, enformasyon ve bilgidir.” biçiminde tanımlamış ve “paketlenmiş yararlı bilgilerdir.” diyerek devamını getirmiştir. Bunlar; paydaşlar, tedarikçiler, müşteriler, personelin kabiliyeti, patenleri, organizasyon teknolojisi ve süreçleriyle alakalı bilgileri içermektedir. Stewart, entelektüel sermayeyi bir işletmedeki görünmez değerler olarak ifade etmektedir. Stewart’a göre görünür olmayan bu değerler işletmelerin kolektif beyin gücü olup zenginlik yaratabilme süreci içerisinde kullanılabilen materyalleri içermektedir. Bu materyaller tecrübe, entelektüel varlık, bilgi, veriden oluşmaktadır. Stewart, entelektüel sermayenin, işletmedeki çalışanların tümü tarafından bilinmekte olduğuna ya da işletmeye rekabette üstünlük sağlayacak şeylerin tümü olduğuna vurgu yapmaktadır (Stewart, 1997:20). Entelektüel sermaye için Petty ve Guthrie, “Bir işletmenin gayri maddi varlıklarının değeridir” biçiminde bir tanımlamaya gitmiştir (Petty ve Guthrie, 2000:15). Entelektüel sermayeyi Edvinsson, “Skandia şirketine pazarlarda rekabet avantajı sağlamakta olan profesyonel kabiliyete sahip olma, müşteri

ilişkisi, örgütsel teknoloji, uygulama tecrübesi, pazarda rekabette üstünlük veren bilgiler yani değere dönüştürülmekte olan bilgilerdir.” biçiminde tanımlamaktadır (Edvinsson, 1997:368). Annie Brooking’in yaptığı entelektüel sermaye tanımına “İşletmenin çalışmalarını devam ettirebilmelerini sağlamakta olan maddi olmayan varlıkların tamamıdır.” Biçiminde olmuştur (Brooking, 1996:12). Leif Edvinsson ve Grafsan, “İnsan perspektifinden geleceğin değerlerinin yaratılmasında destek olabilecek kazanılmış anlayışların toplamı ile beraber ilişkileri de içine alan bir kavramı ifade etmektedir.” demişlerdir. Hugh McDonald’a göreyse entelektüel sermaye kavramı “Bir işletme içerisindeki fark yaratan avantaj kazandırabilecek bilgilerdir (Arıkboğa, 2003:73).

En basit biçimiyle entelektüel sermaye, görülemeyen ve duyumsanamayan varlıklar olarak bir işletmede değer yaratabilmek adına sahip olunan kaydı yapılmış bilgiler ve işletme personelinin tecrübe, beceri ve bilgileri şeklinde ifade edilmektedir. Entelektüel sermayeyle ilgili yapılmış araştırmalar göz önüne alındığında özetle şunları söylemek mümkündür (Özsoy, 2006:50-51):

- Bir şirketteki en mühim rekabet kaynağı entelektüel sermayedir.
- Şirketlerin gelecekteki başarıları şu anda sahip oldukları entelektüel sermayenin ne şekilde yönetildiğine bağlı olmaktadır.
- Entelektüel sermaye, şirketin bilançosu içerisinde görülmeyen, şirketteki saklı varlıkların toplamını ifade etmektedir. Bu sebeple gerek organizasyonu meydana getiren üyelere ait bilgileri gerek bu kişilerin işten ayrılmasından sonra şirkette kalan bilgileri içermektedir.
- Entelektüel sermaye, işletmelerin bilançolarından tam olarak elde edilemeyen görünmez varlıkların tümüdür.
- Entelektüel sermaye, işletmedeki rekabet üstünlüğünü kalıcı kılabilmeyen temel kaynağını teşkil etmektedir.
- İşletmedeki entelektüel sermayeyi yönetmek mühim bir yönetsel sorumluluk ifade etmektedir.
- Entelektüel sermayenin artması ya da azalmasını entelektüel performans olarak isimlendirmek mümkündür. Böylece görünür ve ölçülebilir bir şekle dönüştürülebilmektedir.
- Entelektüel sermayenin görünür hale getirilmesi ve ölçülebilmesi için sistemli bir yaklaşım; işletmelerin coğrafi konumuna, sahibine, yapılarına, büyüklüğüne ve çeşidine bakmaksızın yükselen bir biçimde değerli hale gelmektedir.

Entelektüel sermaye; maddi olmayan varlıkları kar edilebilir seviyeye getirecek yaratıcılığın, işbirliğinin, yeniliğin ve geribildirim uyum içinde işleyişinin gerçekleştiği ilişkiler ağıdır. Bu yüzden şirket içi entelektüel sermayenin kimliklendirilmesi, ortaya çıkarılması, dengelenmesi, değer yaratma yeteneğinin geliştirilmesi ve kontrol edilmesi önemlidir (Akdemir, 1997:68). İşletmelerin rekabet üstünlüğünü ele geçirebilmek, rekabet koşullarını analiz edebilmek, yeniliği ve değişimi yönetebilmek, oyunun kurallarına müdahale edip rakipsiz kalabilmek için ihtiyaç duyduğu temel gereksinim; işletmenin entelektüel sermayesidir (Erkanlı ve Karsu, 2012:217). İşletmelerin rekabet üstünlüğünü ele geçirebilmek, rekabet koşullarını analiz edebilmek, yeniliği ve değişimi yönetebilmek, oyunun kurallarına müdahale edip rakipsiz kalabilmek için ihtiyaç duyduğu temel gereksinim; işletmenin entelektüel sermayesidir (Erkanlı ve Karsu, 2012:217). Riahi-Belkaoui; rekabet avantajı getiren ciddi bir unsur olan entelektüel sermayeyle ilgili ortaya konan yatırımların, şirketlerin performanslarını yükselten çalışmalara dayalı yöntemleri ne şekilde uygulayabilecekleri hususunda rehber konumda olduğunu ifade etmektedirler (Pirtini, 2004:214).

Entelektüel sermayenin ehemmiyetini gözler önüne seren, entelektüel sermaye hakkında yapılmış çalışmaların neticesinde elde edilen bulguları şöyle özetlemek mümkündür (Çelik vd., 2000:113):

- Entelektüel sermayedeki azalma ve artmalar, entelektüel performans biçiminde isimlendirilerek görünür ve ölçülebilir hale getirilebilmektedir.
- Örgütlerin bilançolarındaki tam biçimde elde edilememiş, maddi olmayan varlıkların bütünü entelektüel sermayeyi oluşturmaktadır.
- Örgütlerde entelektüel sermayenin yönetilmesi mühim bir yönetsel yükümlülük arz etmektedir.
- Örgütler arasında rekabette üstünlüğü kalıcı bir biçimde sağlama konusunda entelektüel sermaye ana kaynaktır.
- Entelektüel sermayenin ölçülebilmesi ve görünür kılınması adına planlı bir yaklaşım örgütlerin coğrafi konumları, sahipleri, yapıları, büyüklükleri, sektörlerinden bağımsız olarak gittikçe daha önemli olmaktadır.

### **1.1. Entelektüel Sermaye ve Entelektüel Varlıklar**

Birbiriyle yakından ilişkili durumdaki entelektüel varlık ve sermaye olguları genelde aynı manada kullanılmakta olsalar dahi bu iki kavramın anlamsal olarak ciddi farklılıkları vardır. Entelektüel sermaye, örgüte entelektüel varlıkların katmış olduğu değer muhasebeleştirilmesiyle doğan katma değerlerin örgütün öz kaynaklarında yaratmakta olduğu artışı ifade etmektedir. Entelektüel varlıklarsa örgütün ticarileştirebilmekte olduğu yeniliğin kaynağını meydana getirmektedir. Bu ifadelerde de görülebileceği gibi kanuni olarak korumaya alınması da mümkündür (Brooking, 1998:231).

Entelektüel varlıklar, yaratıcıları haricindeki başkalarının da kullanabileceği, kimliği belirlenmiş ve genelde örgütsel bilgiyle ilintilendirilmiş bilgileri içermektedir. Müşterilerle veya tedarik kaynakları ile yapılan anlaşmalar, yazılımlar, raporlar, veri tabanları, iş süreçleri ya da sunumlar, bu bağlamda örnek olarak verilebilir. Entelektüel varlıklar açık bilgiler olarak değerlendirilebilir. Çünkü bu varlıklar, düzenlenmemiş bireysel bilgi şeklinden, elektronik ya da işlemsel bir süreç çerçevesinde daha somut bir varlığa çevrilebilmektedirler (Ercan vd., 2003:54).

Aşağıdaki Şekil 1’de entelektüel varlıklar, entelektüel sermaye ve entelektüel mülkiyet varlıklarının stratejik dizilimleriyle sahiplik düzeyleri gösterilmiştir:

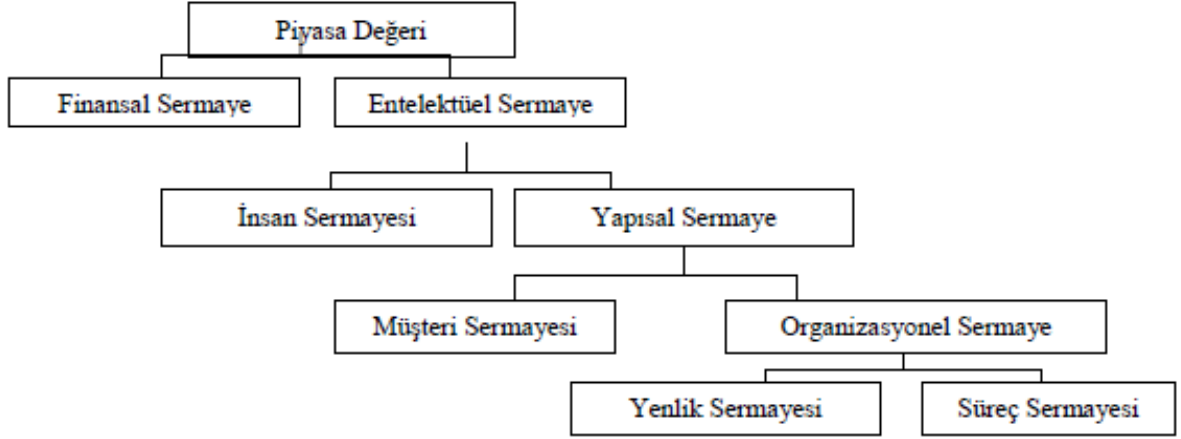


Şekil 1. Entellektüel Sermaye, Entellektüel Varlık ve Entellektüel Mülkiyet Varlıklarının Sahiplik Dereceleri ve Stratejik Dizilimleri (Ruth ve Bukowitz, 2002:982)

### 1.2. Entellektüel Sermayenin Unsurları

Entellektüel sermayeyi oluşturan faktörler Sveiby, Gottfred Grafström, Michael Malone, Leif Edvinsson, Hubert Saint-Onge, Thomas Stewart, Nick Bontis, gibi farklı yazarlarca anlaşma sermayesi, mevzuat sermayesi, topluluk sermayesi, rekabetçi sermaye, ilişki sermayesi, müşteri sermayesi, yapısal sermaye, tedarik kaynağı sermayesi, insan sermayesi gibi çok çeşitli biçimlerde incelenmiştir. Bu farklılığın ana sebebi entellektüel sermaye hakkında bir tanım yapmanın zor olmasıdır (Özveren, 2008:54). Entellektüel sermayeyi anlayıp kullanabilmek için bu sermayeyi yaratan unsurun tanımını yapmak gerekmektedir (Arıkboğa, 2003:75). Farklı birçok faktör olması sebebiyle öncelikli olarak farklı yazarlara ait unsurların ayrımları ele alınarak ardından genel kabul gören ayırım ifade edilecektir. Entellektüel sermaye Hubert Saint-Onge'a göre üç kısımdan meydana gelmektedir. Bunlar; insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermayedir (Stewart, 1997:20).

Edvinsson ise; hem Grafström hem Malone'la beraber sunmuş olduğu modeller kapsamında entellektüel sermayenin unsurlarına ne şekilde ayrıldığını belirtmiştir. Bu modeller doğrultusunda çekirdekte firmanın pazar değerini entellektüel sermaye ve finansal sermaye oluşturmaktadır. Entellektüel sermayeyse yapısal sermaye ve insan sermayesi olarak iki kısma ayrılır. Yapısal sermaye organizasyonel sermaye ve müşteri sermayesi, organizasyonel sermayeyse süreç ve yenilik sermayesi olarak ikiye alt gruba bölünmektedirler (Edvinsson ve Malone, 1997:52).



Şekil 2. Entelektüel Sermaye Değer Şeması (Grafström ve Edvinsson, 1998:26)

Sveiby'e göre, Şekil 3'de gösterildiği gibi, entelektüel sermaye; bireysel beceri (beşeri sermaye), içsel ve dışsal yapı biçiminde üç sınıfa ayrılmaktadır. Bireysel yetenek; işletme çalışanlarının öğrenme, beceri, eğitim, beklenti ve değerleriyle alakalı niteliklerini kapsamakta ve onların gerek somut gerekse soyut değer yaratma kapasitelerini ve birçok durumlara tepki gösterebilme yeteneklerini ortaya koymaktadır. İçsel yapı; işletmedeki biçimsel olan ve olmayan kültürden oluşmaktadır. Patent hakları, model araştırması, geliştirme, kavramlar, içsel sistem ve bilgi teknolojileri gibi unsurları kapsamaktadır. Genellikle bu unsurlar çalışanlarca yaratılır ya da işletmeye dışarıdan getirilmektedir. Dışsal yapı; işletmenin tedarikçiler ve müşterilerle kurduğu ilişkilerdir (Yıldız, 2010:44).



Şekil 3. Sveiby Modeli (Petty ve Guthrie, 2000: 159)

## 2.REKABET, REKABET GÜCÜ ve REKABETİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Rekabet terimi oldukça sık kullanılan ancak tanımı üzerinde tam bir anlaşmanın olmadığı; değişik ortamlarda farklı anlamların yüklendiği bir terimdir. Rekabetin tanımlanmasında ve ölçülmesinde bir zorluk da rekabetin ülke bölge veya bloklar bazında olduğu gibi şirketler bazında da ifade edilmesidir. Küreselleşme, rekabetin yeni boyutlar kazanmasına ve içeriğinin değişikliğe uğramasına yol açmaktadır (Taşkın ve Adalı, 2004:84). Rekabet, pazar ekonomisinin zorunlu bir şartıdır. Serbest rekabet rejimi de pazar ekonomisi modelinin başka bir adıdır. Pazar ekonomisi rekabet ilkesine dayanır. Serbest rekabete dayalı bir ekonomi hem kaynakların etkin kullanımını sağlar, hem de rakip malların fiyatlarının düşmesine, pazarda daha büyük paya sahip olmak isteyen işletmelerin kalitelerini arttırmalarına yol açar. Serbest rekabetçi yapının getirdiği bu ekonomik yarış, ülke ekonomisinin sürekli ve dengeli bir biçimde gelişmesini sağlar. İktisadi anlamda rekabet; ekonomik faaliyette bulunanların daha iyiye ulaşmak, daha çok maddi imkana kavuşmak için yarışmasıdır (Sabır,2007:48). Papatya'ya göre rekabet, işletmenin varlığını koruyabilmesi ve sürdürebilmesi için yapmış ya da yapacak olduğu faaliyetlerin tümünü kapsar (Papatya,2003:9). Stigler'in tanımı



çerçevesinde, “rekabet, iki veya daha fazla tarafın, herksin aynı anda elde etmesi mümkün olmadığı bir şeyi elde etmek için uğraşmasından kaynaklanan yarışır” (Emek,2009:42).

Bilgi temelli ekonomi için, bilgi ve bilişim teknolojileri önemli bir role sahip olup, ekonomilere rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Bu rekabet üstünlüğünün kaynağı, her ölçekteki işletmeye sahip olma konusunda, girişimciyi teşvik eder (Taylor ve Murphy,2004:280-289). De Bono, rekabetüstü kavramı ile geleneksel rekabet kavramına farklı bir boyut kazandırmıştır. De Bono’ya göre, rekabet, ayakta kalmak için gereklidir. Rekabetüstü, başarılı olmak için gereklidir. Serbest piyasa ekonomilerinde anahtar öge rekabettir. Rekabetin amacı, fiyatları düşük, kaliteyi yüksek tutarak tüketiciye yarar sağlamaktır. Rekabet, kaynakların en verimli kullanımını sağlayarak ve girişimi teşvik ederek, bir bütün olarak ekonomiye de yarar sağlar (De Bono,2008:85). De Bono’ya göre, rekabetüstü olmanın başlıca kaynakları, ciddi yaratıcılık araştırma ve geliştirmedir.(De Bono,2008:97-98).

Rekabet üstünlüğü kavramı; bir işletmenin daha iyi müşteri değeri yaratarak rakipleri karşısında pazarlarda avantajlı konuma gelmesi olarak açıklanabilir. Rekabet üstünlüğüne sahip olabilmenin günümüzde birçok aracı bulunmaktadır. Rakipler karşısında fiyat ve kalite avantajı elde etmek, rakiplerinden önce müşteri değeri yaratacak yeni pazar fırsatları elde etmek, değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarına hızla cevap verebilmek rekabet üstünlüğü elde etme araçlarından bazılarıdır (Tekin ve Zerenler,2007:19-20). Rekabet üstünlüğü kavramı (Uzkurt,2008:13);

- Rakiplere kıyasla maliyet avantajı ve farklılık yaratarak avantajlı bir konuma sahip olmayı,
- Müşterilere sunulan üstün değer karşılığında rakiplere oranla pazar avantajı sağlamayı,
- Taklidi mümkün olmayan ya da çok zor ve maliyetli olan değerlere ve yeteneklere sahip olmayı kapsamaktadır.

Rekabet üstünlüğü bir işletmeye şu alanlarda katkı sağlar (Bulut,2005:1306):

1. Karlılık artışı,
2. Gelir tabanının (Pazar payının) genişlemesi,
3. İşin uzun vadede gelişmesinin ve devamlılığının sağlanması.

Rekabet üstünlüğünün sürdürülebilmesi, işletmelerin değer yaratan stratejilerinin rakipler tarafından taklit edilemediği, uygulanamadığı hallerde mümkün olmaktadır (Ülgen ve Mirza,2004:31). Rekabetçi koşullara cevap veremeyen işletmelerin pazardaki konumları tartışılır duruma gelecektir. İşletmelerin içinde bulunduğu rekabetçi ortamı şekillendiren ve rekabetçi ortama yön veren özellikler şu şekildedir (Kaygusuz,2005:83).

- i. Global boyutta rekabet
- ii. Üretim teknolojilerindeki hızlı değişimler
- iii. İletişim Teknolojilerindeki hızlı değişimler.
- iv. Müşteriye odaklanma
- v. Yeni Yönetim anlayışları
- vi. Sosyal Kültürel ve politik değişiklikler.

Bu unsurları iyi algılayıp, dıştan gelen sinyallere göre yenilikçi girişimlerle geleceğe kendini hazırlayan işletmeler, gelecekte kazançlı çıkan işletmeler olacaktır.

Hangi kaynakların rekabet avantajı sağladığını belirlemek için şu dört kriter önemlidir (Aydoğan ve Altuğ:2009):

1. Müşteriler için değer yaratma
2. Rekabet amacıyla karşılaştırıldığında, nadir olmak
3. Taklit edilemezlik
4. Başka bir şeyin yerine kullanılabilirlik.

Clark'a göre, rekabetin fonksiyonel işleme aşığıdaki işlevlerin yerine getirilmesine bağlıdır (Sabır, 2007:48):

- Rekabet tüketicilerin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından üretilmesini sağlamalıdır.
- Rekabet üretim faktörlerini en verimli olacakları alanlara yönlendirmelidir.
- Rekabet aşırı fiyat artışlarını önleyerek fiyat seviyesine istikrar kazandırmalıdır.
- Rekabet aşırı karları önleyerek gelirin adaletli dağılımını sağlamalıdır.
- Rekabet teknolojik ilerlemeyi hızlandırmalıdır.

Rekabeti etkileyen faktörler;verimlik,hız,ihracat payı,esneklik, Mal ve Hizmet Kalitesi, Maliyetlerden Tasarruf, Araştırma-Geliştirme-(AR-GE)-Teknoloji, Nitelikli İşgücü, Güvenirlik, Ülke ve Firma İmajı, Rakipler ve Rekabetin Şiddeti, Entelektüel Sermaye olarak sıralanabilir.

### 3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Yapılan bu araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmamızın bu bölümünde çalışmanın yöntemi ve çalışma grubundan söz edilerek veri toplama araçları ile ilgili bilgiler verilmiştir. Daha sonra veri analizinde kullanılan istatistiksel yöntemler açıklanmıştır. Araştırmanın evrenini, İstanbul İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Ana kütlenin tümüne ulaşmanın zaman ve maliyet bakımından zor olduğu göz önüne alınarak sadece sanayi bölgesi içindeki işletmelere yapılmıştır. Araştırmanın örnekleme, İstanbul İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 143 orta ve büyük ölçekli işletme oluşturmaktadır.

Veri toplama yöntemi olarak anket tekniğı kullanılmıştır. Bu yöntem, bilgi alınacak kişilerin doğrudan doğruya okuyup cevaplandırabilecekleri bir soru listesinin hazırlanması şeklinde yapılan bir veri toplama yöntemidir. Araştırma kapsamına giren orta ve büyük ölçekli işletmelerin yöneticileri ile görüşülmüştür.Maliyet liderliğı stratejisi ölçeğı (Dess & Davies (1984), (Porter 1980) (Slater & Narver 1993), Farklılaştırma stratejisi (Kohli & Jaworski (1990), Lynch et al. (2000), Dess & Davies (1984), (Porter 1980), Finansal ve pazar performans ölçeğı; Zahra ve diğ. (2002), Baker ve Sinkula (1999), Lynch ve diğ. (2000) , Yenilik performansı ölçeğı Prajogo & Sohal, (2006) Zehir'in pazar yönelimi, öğrenme yönelimi, rekabet stratejileri ve firma performansı ilişkisini araştırdığı ve Türkçe geçerlilik ve güvenilirliğini de ölçtüğü akademik çalışmadan alınmıştır. Entelektüel sermaye ölçeğı sorularını ise Bozdemir'in "Entelektüel Sermayenin Örgüt Üzerindeki Etkileri Ve Uygulamadan Örnekler" adlı çalışmasında kullandığı ölçekler oluşturmaktadır. Çalışmamız içerisinde de ölçeklerin iç tutarlılık katsayıları hesaplanmış olup tüm ölçeklerin cronbach alfa değerleri 0,70'in üzerinde olup güvenilir oldukları tespit edilmiştir.

#### 3.1.Araştırmanın Önemi, Amacı, Kapsamı ve Kısıtlılıkları

Günümüzde tüm dünyada bilgi toplumuna geçiş süreciyle yaşanan değişimle, sektör fark etmeksizin işletmeler faaliyetlerini sürdürebilmek ve rekabet yaratmak için yeni sermaye varlıklarına ihtiyaç duymaktadır. Rekabet ortamında bir avantaj yakalamak isteyen bir işletme, elinde diğer işletmelerde bulunmayan değerli kaynaklar bulundurmak zorundadır.



Tüm dinamiklerin farklılaştığı bir ortamda, kendini yenileyen, değişim dalgalarına uyum sağlayabilen işletmeler ayakta kalabilmektedir. Entelektüel sermaye yaklaşımı da bu bağlamda ileri sürülen yeni yaklaşımlardan biridir. Bilgi toplumunda her kuruluş, farklı kimliklere bürünmüş entelektüel varlıkları barındırmakta, ancak bu varlıklar çoğu zaman örtülü halde bulunmakta, potansiyelleri gizli kalmaktadır. Bilgi en üstün ekonomik kaynağa, hammadeden daha önemli ve çoğu zaman da paradan daha önemli bir kaynağa dönüşmüştür. Bu bağlamda entelektüel sermaye rekabet ortamında önemli bir faktör olup firmalar için anlamlı bir güç niteliği taşımaktadır.

Bu araştırmanın amacı entelektüel sermaye ve rekabet arasındaki ilişkinin analiz edilip değerlendirmesidir. Bu amaç kapsamında İstanbul İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren işletmelerde entelektüel sermaye kullanımının boyutunun ve entelektüel sermayenin rekabete olan etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda araştırmaya bütünlük sağlayacak alt amaçlar ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

Entelektüel sermaye kullanımı, rekabet stratejileri ve işletme performansı;

- Firma büyüklüğüne
- Faaliyet süresine
- Yurtiçi şubesi olma durumuna
- Yurtdışı şubesi olma durumuna
- Entelektüel sermaye konusunda etkin olma durumuna
- Entelektüel sermaye kullanımının temel amacına göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

Araştırmanın kapsamı İstanbul İli Organize Sanayi Bölgesindeki işletmelere uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçları tüm organize sanayi bölgelerine genellenemeyecektir. Araştırmanın zaman ve maliyeti göz önüne alınarak sadece organize sanayideki orta ve büyük ölçekli işletmelere yönelik olması araştırmanın en önemli kısıtlarından biri olmuştur. Bu araştırma 2016-2017 yılları arasında İstanbul ilinde organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren 338 işletme arasından rastgele seçilmiş 143 orta ve büyük ölçekli işletmeler ile sınırlıdır. Araştırmanın hedef kitlesi İstanbul ilinde bulunan Anadolu Yakası Organize Sanayi Bölgesi, Dudullu Organize Sanayi Bölgesi ve Tuzla Organize Sanayi Bölgesinde çalışan firmalardan seçilmiştir. Tüm adı geçen organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 338 firmanın 143'ü ile yüz yüze yapılan görüşmede örneği temsil etme oranı %42,3 düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu oran ana kütleyi temsil etme açısından yeterlidir.

Çalışmaya katılım sağlayan işletmelerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler, araştırmacı tarafından hazırlanmış olan Demografik Bilgi Formundaki sorularla sınırlıdır. İşletmelerin entelektüel sermaye kullanımına ilişkin veriler Entelektüel Sermaye Ölçeği'nin kapsadığı niteliklerle sınırlıdır. İşletmelerin performansına ilişkin veriler İşletme Performansı Ölçeği'nin kapsadığı niteliklerle sınırlıdır.

Literatürde çok kapsamlı yöntemlerle ele alınan entelektüel sermaye ve rekabet kavramları bu çalışmada sadece işletmeler yönünden ele alınmıştır. Bununla birlikte entelektüel sermaye ve rekabete dair diğer özellikler ve boyutların araştırmaya dâhil edilememesi gibi durumlar da araştırmanın diğer kısıtlamalarını oluşturmaktadır.

### 3.2. Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırmada elde edilen veriler IBM SPSS 21 paket programı aracılığıyla istatistiksel test ve analizler uygulanarak çözümlenmiştir. Ve çözümlenen veriler söz konusu istatistiksel test ve analizlerin bilimsel gereklilik doğrultusunda değerlendirilerek raporlanmıştır. Araştırmada

incelenen değişkenler olan entelektüel sermaye, birbirlerine ve demografik değişkenlere bağlı olarak değişimini ortaya çıkaracak bir desen içinde ele alınmıştır.

Veriler toplandıktan sonra önce düzenlenmiş ve güvenilirlikleri ölçülmüştür. Güvenilirlik Analizi: Güvenirlik analizi, ölçmede kullanılan araçların güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. Cronbach's Alpha Katsayısının bulunabileceği aralıklar ve değerlendirme kriteri aşağıdaki gibidir:

$0,00 \leq \alpha < 0,40$  ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$  ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0,80 \leq \alpha < 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Güvenilir olduğu tespit edildikten sonra her bir ölçek için olan soruların ortalaması alınarak ölçek puanları hesaplanmıştır. Hesaplanan puanların ortalamalarının değişik gruplar arasındaki farklılığını incelemek için Bağımsız Örnekler T-Testi ve Tek Yönlü Varyans analizi kullanılmıştır.

Bağımsız gruplar için yapılan t testi, iki gruba ait olan ortalamaların birbirinden farklı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılan bir istatistiksel analiz yöntemidir. T testinin yapılabilmesi için temel varsayımları

- Karşılaştırılacak olan grupların birbirinden bağımsız olmaları
- Bu gruplardan elde edilen ölçümlerin en az eşit aralıklı ölçek düzeyinde ölçülmüş olmaları
- Her bir grupta ölçümlerin normal dağılım gösteriyor olması gerekmektedir.

Eğer gruplar normal dağılıma uyuyor ise parametrik testlerden t test eğer gruplardan en az biri normal dağılıma uymuyor ise non-parametrik testlerden Mann Whitney test uygulanır. T testin uygulanması istatistiksel açıdan daha güvenilir bir test olduğu için verilerimizin normal dağılıma uyması gerekir. Firma büyüklüğüne (orta/büyük) ve faaliyet süresine (<10 / >10) göre rekabeti etkileyen faktörler arasında yapılan t testlerin hepsinde normallik testi yapılmıştır.

### 3.3.Bulgular ve Değerlendirmeler

Bulgular ve değerlendirmeler başlığı altında, yapılan analizler sonucu ortaya çıkan bilgilerin sunumu yapılmıştır.

#### 3.3.1.Araştırma İle İlgili Kişisel Bilgiler Ve İşletme Bilgilerine Ait Bulgular

**Tablo 1:Kişisel ve İşletme Bilgilerine Ait Bulguların İstatistiki Dağılımı**

<b>Firma Büyüklüğüne Göre Dağılım</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Orta ölçekli işletme	80	56%
Büyük ölçekli işletme	63	44%
Toplam	143	100%
<b>Faaliyet Süresine Göre Dağılım</b>		
6 yıldan az	15	11%

6-9 yıl	29	20%
10 ve üzeri	99	69%
Toplam	143	100%
<b>Yurtiçi Şubesi Olma Durumuna Göre Dağılım</b>		
Evet	49	34%
Hayır	94	66%
Toplam	143	100%
<b>Yurtdışı Şubesi Olma Durumuna Göre Dağılım</b>		
Evet	31	22%
Hayır	112	78%
Toplam	143	100%
<b>Entelektüel Sermaye Konusunda Etkin Olma Durumuna Göre Dağılım</b>		
Çok az kullanılmakta	21	15%
Az kullanılmakta	88	62%
Etkin olarak kullanılmakta	34	24%
Toplam	143	100%
<b>Entelektüel Sermaye Kullanımının Temel Amacına Göre Dağılım</b>		
Rekabette öne çıkmak	39	27%
Müşteri memnuniyetini arttırmak	62	43%
Finansal kazanımı ve pazar payını arttırmak	42	29%
Toplam	143	100%

### 3.3.2. Entelektüel Sermaye Kullanımının Rekabette Öne Çıkmasına İlişkin Bulgular

Bu başlık altında bulunan açıklamalar ve açıklamalara ilişkin özet tablo gösterimlerinde entelektüel sermaye kullanımının rekabette öne çıkmaya etkisine ilişkin bulgular bulunmaktadır.

**İşletmelerde İnsan Sermayesi Kullanımının Firma Büyüklüğü Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

	N	Ort	Ss	t	p
Orta ölçekli işletme	80	3,48	,31	-3,131	0,002
Büyük ölçekli işletme	63	3,65	,36		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, orta ve büyük ölçekli işletmelerin insan sermayesi kullanımı düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ( $t=-3,131$ ,  $p<0,05$ ). Büyük ölçekli işletmelerin insan sermayesi odaklılığının orta ölçekli işletmelere göre daha ön planda olduğu görülmektedir.

**İşletmelerde Müşteri Sermayesi Kullanımının Firma Büyüklüğü Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

Orta ölçekli işletme	80	3,49	,33	-0,961	0,338
Büyük ölçekli işletme	63	3,54	,26		
<b>Toplam</b>	143				

**İşletmelerde Yapısal Sermaye Kullanımının Firma Büyüklüğü Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

Orta ölçekli işletme	80	3,50	,28	0,985	0,326
Büyük ölçekli işletme	63	3,46	,19		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, orta ve büyük ölçekli işletmelerin yapısal sermaye kullanımı düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=0,985$ ,  $p>0,05$ ).

**İşletmelerde Maliyet Liderliği Stratejileri Kullanımının Firma Büyüklüğü Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

Orta ölçekli işletme	80	3,43	,39	0,017	0,986
Büyük ölçekli işletme	63	3,43	,32		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, orta ve büyük ölçekli işletmelerin maliyet liderliği stratejileri kullanımı düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir

( $t=0,017$ ,  $p>0,05$ ).

**İşletmelerde Farklılaştırma Stratejileri Kullanımının Firma Büyüklüğü Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

Orta ölçekli işletme	80	3,47	,46	-1,427	0,156
Büyük ölçekli işletme	63	3,56	,33		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, orta ve büyük ölçekli işletmelerin farklılaştırma stratejileri kullanımı düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=-1,427$ ,  $p>0,05$ ).

**İşletmelerde Yenilik Performansı Değerlendirmesinin Firma Büyüklüğü Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

Orta ölçekli işletme	80	3,53	,46	-0,011	0,991
Büyük ölçekli işletme	63	3,53	,38		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, orta ve büyük ölçekli işletmelerin yenilik performansı değerlendirme düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=-0,011$ ,  $p>0,05$ ).

**İşletmelerde Finansal ve Pazar Performansı Değerlendirmesinin Firma Büyüklüğü Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

Orta ölçekli işletme	80	3,42	,47	-1,228	0,222
Büyük ölçekli işletme	63	3,51	,36		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, orta ve büyük ölçekli işletmelerin finansal ve pazar performansı değerlendirme düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=-1,228$ ,  $p>0,05$ ).

**İşletmelerde İnsan Sermayesi Kullanımının Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Anlamli Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

10 yıldan az	44	3,69	,42	3,236	0,002
--------------	----	------	-----	-------	-------

10 ve üzeri	99	3,50	,28		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, 10 yıldan az ve 10 yıl üzeri süreyle faaliyet gösteren işletmelerin insan sermayesi kullanımını düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ( $t=3,236$ ,  $p<0,05$ ).

#### **İşletmelerde Müşteri Sermayesi Kullanımının Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

10 yıldan az	44	3,43	,21	- 2,120	0,036
10 ve üzeri	99	3,55	,33		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, 10 yıldan az ve 10 yıl üzeri süreyle faaliyet gösteren işletmelerin müşteri sermayesi kullanımını düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ( $t=-2,12$ ,  $p<0,05$ ).

#### **İşletmelerde Yapısal Sermaye Kullanımının Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

10 yıldan az	44	3,45	,08	- 0,931	0,354
10 ve üzeri	99	3,49	,29		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, 10 yıldan az ve 10 yıl üzeri süreyle faaliyet gösteren işletmelerin yapısal sermaye kullanımını düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=-0,931$ ,  $p>0,05$ ).

#### **İşletmelerde Maliyet Liderliği Stratejileri Kullanımının Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

10 yıldan az	44	3,34	,03	- 1,964	0,052
10 ve üzeri	99	3,47	,43		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, 10 yıldan az ve 10 yıl üzeri süreyle faaliyet gösteren işletmelerin maliyet liderliği stratejileri kullanımını düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=-1,964$ ,  $p>0,05$ ).



**İşletmelerde Farklılaştırma Stratejileri Kullanımının Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

10 yıldan az	44	3,44	,22	- 1,367	0,174
10 ve üzeri	99	3,54	,47		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, 10 yıldan az ve 10 yıl üzeri süreyle faaliyet gösteren işletmelerin farklılaştırma stratejileri kullanımı düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=-1,367$ ,  $p>0,05$ ).

**İşletmelerin Yenilik performansı Değerlendirmesinin Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

10 yıldan az	44	3,49	,14	- 0,734	0,464
10 ve üzeri	99	3,54	,51		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, 10 yıldan az ve 10 yıl üzeri süreyle faaliyet gösteren işletmelerin yenilik performansı değerlendirmelerinin ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermemektedir ( $t=-0,734$ ,  $p>0,05$ ).

**İşletmelerin Finansal ve Pazar Performansı Değerlendirmesinin Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin T-Testi Sonuçları**

10 yıldan az	44	3,27	,19	- 3,728	0,000
10 ve üzeri	99	3,54	,47		
<b>Toplam</b>	143				

Elde edilen bulgular, 10 yıldan az ve 10 yıl üzeri süreyle faaliyet gösteren işletmelerin finansal ve pazar performansı değerlendirmelerinin ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ( $t=-3,728$ ,  $p<0,05$ ).

#### 4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada entelektüel sermaye ve rekabet arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bu amaçla İstanbul İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 80 orta ölçekli ve 63 büyük ölçekli işletme ile görüşülmüştür.

Bu araştırmada elde edilen bulgulara göre ifadeyle insan sermayesi kullanımının firma büyüklüğü değişkeni açasından değiştiği ve büyük ölçekli işletmelerde insan sermayesi odaklılığının orta ölçekli işletmelere göre daha ön planda olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın yapısal sermaye ve müşteri sermayesi konusunda orta ölçekli ve büyük ölçekli işletmeler arasında bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Ortalamalara bakıldığında, orta ölçekli işletmelerin ortalaması 3,43 büyük ölçekli işletmelerin ortalaması ise 3,43'dür. Araştırma sonuçlarına göre maliyet liderliği stratejileri kullanımının firma büyüklüğü değişkenine göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Buna ek olarak benzer nitelikte olarak orta ve büyük ölçekli işletmelerin farklılaştırma stratejileri kullanımı düzeyi ortalamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu gözlenmiştir. Yani farklılaştırma stratejileri kullanımının firma büyüklüğü değişkenine göre farklılık göstermediği söylenebilir.

Entelektüel sermayeye verilen önemin rekabete etkisinin ortaya konmak istendiği bu araştırma bulgularına göre entelektüel sermayeyi etkin olarak kullandığını belirten işletmelerin maliyet liderliği ve farklılaştırma stratejilerini diğer işletmelere göre daha fazla kullandığı saptanmıştır. Ayrıca bu firmaların yenilik ile finansal ve pazar performanslarına ilişkin değerlendirmelerinin diğer işletmelere göre daha iyi olduğu görülmüştür.

İşletmelerin entelektüel sermayeyi rekabette öne çıkmak, müşteri memnuniyetini arttırmak, finansal kazanımı ve pazar payını arttırmak gibi önemli sebepler ile ön planda tuttıkları tespit edilmiştir. İnsan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermaye kullanımının işletmelerin rekabette öne çıkmak için oluşturduğu maliyet liderliği stratejilerine etki ettiği tespit edilmiştir. Böylelikle insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermayenin maliyet liderliği stratejilerini belirlemede bir unsur olduğu görülmüştür. Buna ek olarak insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermaye kullanımının işletmelerin rekabette öne çıkmak için oluşturduğu farklılaştırma stratejilerine etki ettiği tespit edilmiştir. Böylelikle insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermayenin farklılaştırma stratejilerini belirlemede bir unsur olduğu görülmüştür.

Araştırma bulgularına göre, firmaların performansları ve rekabet stratejileri ile entelektüel sermayeleri arasında bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermaye kullanımını ön planda tutan firmaların yenilik performansının da yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca insan sermayesi, müşteri sermayesi ve yapısal sermaye kullanımını ön planda tutan firmaların finansal ve pazar performansının da yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bilgi çağını yaşadığımız bu dönemde sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamak ve ayakta kalabilmek için entelektüel sermaye varlığını hissetmek yoğun olarak yaşamak ve iyice benimsemek gerekmektedir. Araştırmayı yaparken dikkat çeken nokta firmaların entelektüel sermaye kullanımının farkında olmayışı idi. Bazı firma çalışanları entelektüel sermayeyi tanımlayamamaktaydı. Firmalara, çalışanlara bu yönde eğitim verilmesi önerilmektedir. Entelektüel sermaye kullanımı farkındalığı hakkında bilinçlendirilmelidir.

Orta ölçekli firmalar insan sermayesini doğru değerlendirmeli ve geliştirmeli insan kaynakları bölümlerinin görev ve sorunluluklarına dikkat çekmelidirler. Çalışanlara yatırım yapılmasının pazar paylarını arttırmada faydalı olacağı düşünölmektedir.

Faaliyet süresi 10 yıldan az olan firmalar rekabette öne çıkmak için farklılaştırma stratejilerine odaklanmalı özellikle pazarlama departmanının pazar taleplerini doğru

değerlendirmesi ve farklı segmentler için doğru hedefler uygulamalıdır. Yurtiçi şubesi olmayan firmalar pazar araştırmaları yapmalı, gelişmek için stratejiler uygulamalıdır.

### KAYNAKÇA

Akdemir, Ali,(1998).“Entelektüel Sermaye Konseptinin İşletmecilik Anlayışındaki Dönüşümleri “, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S.3.

Arikboğa, Şebnem,(2003). Entelektüel Sermaye, Derin Yayınevi, Yayın No: 30, İstanbul, 2003.

Aydoğan, Enver ve Altuğ, Mehmet. (2006). Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin (Kobi) Rekabet Gücünün Artırılmasında İleri Yönetim Teknolojilerinin Rolü, Makine İmalat Sektörüne Yönelik Bir Uygulama, Selçuk üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı:16, Konya.

Brooking, A,(19969. “Intellectual Capital” International Thomson Publishing, ISBN 1-861-52023- 9, 204.

Brooking, A.(1998) “Intellectual Capital: Core Asset for The Third Millenium Enterprise”. International Thomson Business Press, London, 177.

Çelik Erken, A.ve Perçin, S. (2000).“Entelektüel Sermayenin İşletme Bazında Ölçülmesi ve Değerlendirilmesi”, Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, Cilt:1, Sayı:2, 117, 2000.

De Bono, E. (2008). Rekabetüstü (sur/petition). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Edvinsson, Leif, Developing Intellectual Capital at Skandia. Long Range Planning, 30 (3), 366 - 372, 1997.

Edvinsson, Leif ve Malone, Michael S, Intellectual Capital, Judy Piatkus Limited, Londra, 1997.

Emek, Uğur. (2009). Rekabetçi Piyasa Ekonomisi, Kavramlar, Kurallar, Kurumlar. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Ercan, Metin Kamil, M. Başaran Öztürk, Kartal Demirgüneş, Değere Dayalı Yönetim ve Entelektüel Sermaye, Ankara, Gazi Kitabevi, 2003.

Erkanlı, H. ve Karsu, S., “Değer Zincirinde Entelektüel Sermaye”. Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 5 (2), 216-237, 2012.

Grafström, Gottfried ve Edvinsson, Leif, Accounting For Minds, Skandia, İsveç, 1998.

Kaygusuz, Sait. (2005). Yönetim Muhasebesinin Performans Yönetimi Fonksiyonunda Geldiği Son Nokta: Balanced Scorecard (Ölçüm Kartı Tekniği) “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi Cilt:7, Sayı:1.

Özsoy, İ., Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ve İmkb’de İşlem Gören Tekstil Firmalarına Uygulanması. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, 2006.

Özveren, Mina, İşletmelerde Değer Yönetimi, Beta Yayınları, İstanbul, 2008.

Papatya, N. Ve G. Hamşioğlu. (2005). A.B. Gelecek Rekabeti ve Girişimci İşletmecilik Yaklaşımı: Türkiye Üretim İşletmeleri İçin Bir Modelleme Çalışması ve Araçsal Hedefler, Uluslar arası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, Celalabad-Kırgızistan.

PeYYY, R. ve Gutherie, J., “Intellectual Capital Literature Review: Measurement, Reporting and Management”, Journal of Intellectual Capital, 1(2): 155 – 176, 2000.

- Pirtini, Serdar, Pazarlama Yönetimi Açısından Entelektüel Sermaye, Türkmen Kitabevi; İstanbul, 2004
- Ruth, W. ve Bukowitz, W. R., “The Yin and Yang of Intellectual Capital Management: The Impact of Ownership on Realizing Value from Intellectual Capital”. *Journal of Intellectual Capital*, 2(2), 982, 2002.
- Sabır, Hasan. (2007). Küreselleşen Pazar ekonomileri ve Rekabet Politikaları. İstanbul: Derin Yayınları.
- Stewart, T. A., Entelektüel Sermaye: Kuruluşların Yeni Zenginliği, (Çev: Nurettin Elhüseyni), İstanbul, Mess Yayınları No:258, 1997.
- Taşkın, Harun ve Adalı, M. Rıza. (2004). Teknolojik Zeka ve Rekabet Stratejileri. İstanbul: Değişim yayınları.
- Taylor M. ve Murphy A. (2004). SME’s and E-Business, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11 (3).
- Tekin, Mahmut, Zerenler, Muammer. (2002). Küresel Rekabet Ortamında İleri İmalat Teknolojileri Kullanımının İşletme Performansına Etkileri Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı:7, Konya.
- Yıldız, S., Entelektüel Sermaye. İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2010.
- Zhou, A.Z. ve Fink, D., “The Intellectual Capital Web: A Systematic Linking of Intellectual Capital and Knowledge Management”. *Journal of Intellectual Capital*, 4 (1), 34-48, 2003.