

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI

**YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA ENTELEKTÜEL
SERMAYENİN YENİ KURALLARI VE BİR UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

TÜLAY ÖLMEZ

İstanbul, 2020

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI

**YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA ENTELEKTÜEL
SERMAYENİN YENİ KURALLARI VE BİR UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

TÜLAY ÖLMEZ

DANIŞMAN: PROF. DR. SERDAR PİRTİNİ

İstanbul, 2020

ÖNSÖZ

Yeni ekonomi ve bilgi toplumunun yaşandığı günümüz dünyasında, entelektüel sermaye uygulamaları ve buna bağlı olarak dijital dönüşüm her gün daha fazla önem kazanmaktadır.

Yeni ekonomi ve bilgi toplumunda entelektüel sermayenin yeni kurallarının işletme performansına etkisini incelediğim bu tez çalışmamda, çalışmanın konusunun belirlenmesinde ve tezin hazırlanma sürecinin her aşamasında sabrını ve anlayışını, sonsuz bilgilerini ve kıymetli desteğini benden esirgemeyen değerli hocam tez danışmanım Prof. Dr. Serdar PİRTİNİ' ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca öğrenim hayatım boyunca bana emek veren ve değerli bilgilerini aktaran tüm hocalarıma teşekkürlerimi iletirim.

Tüm hayatım boyunca her kararında ve adımında arkamda olan benden hiç bir zaman desteklerini esirgemeyen babam, annem ve abime sonsuz teşekkürlerimi iletirim.

Son olarak burada ismini tek tek yazamayacağım tüm dostlarıma beni her zaman destekleyen ve motive eden çabalarından dolayı teşekkür etmeyi borç bilirim.

İstanbul, 2020

Tülay ÖLMEZ

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı	: Tülay Ölmez
Anabilim Dalı ve Programı	:İşletme – Uluslararası İşletmecilik
Tez Danışmanı	:Prof. Dr. Serdar Pirtini
Tez Türü ve Tarihi	:Yüksek Lisans – 2020
Anahtar Kelimeler	:Yeni Ekonomi, Bilgi Toplumu, Entelektüel Sermaye, İşletme Performansı, Yapay Zeka, Arttırılmış Zeka

ÖZET

YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA ENTELEKTÜEL SERMAYENİN YENİ KURALLARI VE BİR UYGULAMA

Son yıllarda tüm dünyada yaşanan entelektüel sermaye uygulamalarının getirdiği dijital devrimin etkilerini hem bireyler hem de işletmeler fazlasıyla hissetmiştir. Entelektüel sermaye uygulamaları işletmelere sürdürülebilir rekabet kazanımı ve performans artışı sağlamaktadır. Bu nedenle entelektüel sermaye kavramına önem veren, dijital dönüşümü yakalamak isteyen, dijital iş gücü oluşturan işletmeler sektöründe başarılı konuma ulaşmışlardır. Entelektüel sermaye; insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye olarak üç unsura ayrılmaktadır. Entelektüel sermayenin yarattığı uygulamalar ise yapay zeka, arttırılmış zeka, büyük veri, bulut, akıllı şehirler, blockchain, nesnelerin interneti ve akıllı enerjiler olarak özetlenebilmektedir. Bu uygulamalar tüm dünyada yer alan işletmelerin iş süreçlerini, yönetsel ve yapısal şekillerini tamamen değiştirerek büyük bir değişiklik yaratmıştır. Toplum 5.0 ve Endüstri 4.0 'ın yaşandığı dünyada entelektüel sermaye tüm sektör işletmelerinin performanslarını etkileyen bir yenilik yaratıcı olarak yerini almıştır. Bu tez çalışmasının amacı, entelektüel sermaye uygulamalarının teknoloji sektöründe işletme performansına olan etkisini incelemektir. Bu nedenle çalışma, İstanbul'da faaliyet gösteren üç teknoloji işletmesiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın verileri; işletmelerin çalışma konusuyla bağlantılı olan

departmanlarında bulunan en yetkin orta ve üst düzey yöneticileri ile derinlemesine mülakat, doküman inceleme ve gözlem yapılarak toplanmıştır. Görüşme formu, teknoloji işletmelerinin entelektüel sermaye uygulamalarının ve yönetiminin, insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye olarak sağladıklarını işletme performansına etkileri olarak incelenmiştir. Bununla beraber tez çalışmasının mülakat sorularına yeni ekonomi, bilgi toplumu, dijitalliğin kullanımı, dijital dönüşüm ve işletmelerin geleceğe bakış açılarına da yer verilmiştir. Burada ki amaç entelektüel sermayenin tamamına hakim olmak ve önündeki engelleri, kısıtlamaları anlamaktır. Tez çalışmasının verilerinin güvenilirliğini sağlamak için Kappa Analizi ve işletmelerden alınan geri bildirimler kullanılmıştır. Veri çözümlemesi yapılırken, açık, seçici ve eksenel kodlamalar yapılarak gömülü teori oluşturulmuş ve oluşturulan kuram ile tez çalışmasının bilimselliği sağlanmıştır.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname :Tülay Ölmez
Field and Programme :Business Administration – International Business
Supervisor :Prof. Dr. Serdar Pirtini
Degree Awarded and Date :Master – 2020

Keywords :New Economy, Information Society, Intellectual Capital, Business Performance, Artificial Intelligence, Intelligence Increased

ABSTRACT

NEW ECONOMY AND INTELLECTUAL INVESTMENTS IN THE INFORMATION SOCIETY NEW RULES AND AN APPLICATION

Both individuals and enterprises have strongly felt the effects of the digital revolution introduced by the intellectual capital practices, which has being experienced worldwide in recent years. The intellectual capital practices provide the enterprises with sustainable competition gain and performance increase. Therefore, the enterprises attaching importance to the intellectual capital concept, seeking to catch up with the digital transformation and constituting the digital labour force have reached to the successful position in their sector. The intellectual capital is divided into three aspects as human capital, structural capital and relational capital. The applications created by the intellectual capital, on the other hand, can be summarized as artificial intelligence, augmented intelligence, big data, cloud, smart cities, blockchain, internet of things and smart energies. These applications have created a significant change by completely modifying the business processes and the managerial and structural forms of the enterprises all around the world. In the world where Society 5.0 and Industry 4.0 are taking place, the intellectual capital has taken its place as an innovator affecting the performance of all sector enterprises. The purpose of this thesis study is to examine the effect of the intellectual capital practices on the performance of the enterprises in the technology sector. For this reason, the study was carried out with three technology

enterprises operating in Istanbul. The data of the study was collected by making thorough interviews, document reviews and observations with the most competent mid- and upper-level managers in the departments of the enterprises, which are related to the subject of the study. The interview form examined what the intellectual capital practices and management of the technology enterprises provide as human capital, structural capital and relational capital as their effects on the performance of the enterprises. In addition, the new economy, information society, use of digitalism, digital transformation and enterprises' perspective to the future were also included into the interview questions of the thesis study. The purpose herein is to have a good knowledge of the intellectual capital and to understand the obstacles and restrictions to it. In order to ensure the reliability of the data of the thesis study, Kappa Analysis and feedbacks received from the enterprises were used. During the data analysis, the grounded theory was constituted by making clear, selective and axial codifications and the scientificness of the thesis study was ensured with the theory constituted.

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1 : Yeni Ekonomi ile Eski Ekonomi Arasındaki Farklar	10
Tablo 2 : Sanayi Toplumu – Bilgi Toplumu Temel Özellikleri Karşılaştırması.....	21
Tablo 3 : Kappa Analizi Ölçüm Tablosu	50
Tablo 4 : İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler	52
Tablo 5 : Yeni Ekonomi ve Bilgi Toplumunda Faaliyette Olan Firmaların Entelektüel Sermaye ile Firma Performansı Arasındaki İlişki.....	61
Tablo 6 : Yeni Ekonomi ve Bilgi Toplumunda Faaliyette Olan Firmaların Entelektüel Sermaye ile Firma Performansı Arasındaki İlişki 2.....	62
Tablo 7 : İnsan Sermayesi İle İşletme Performansı Arasındaki İlişki.....	69
Tablo 8 : Yapısal Sermaye ile İşletme Performansı Arasındaki İlişki.....	74
Tablo 9 : İlişkisel Sermaye İle İşletme Performansı Arasındaki İlişki.....	78

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1 : İnovasyonun Etkisi.....	8
Şekil 2 : Geleneksel İşletme ile E-İşletme Arasındaki Temel Farklar	14
Şekil 3 : Endüstri Devriminin Aşamaları.....	17
Şekil 4 : Toplumun Gelişimi.....	19
Şekil 5 : Öğrenen Organizasyon Yapı Taşları.....	26
Şekil 6 : Entelektüel Sermaye Oluşumu.....	29
Şekil 7 : Entelektüel Sermaye Bileşenleri	30
Şekil 8 : İlişkisel Sermayenin Oluşum Aşamaları.....	33
Şekil 9 : 2019 Yılı Dünyanın En Değerli Markaları.....	36
Şekil 10 : Dijital Faaliyet Modelinin Etkinliği	38
Şekil 11 : Dünya Çapında Nakitsiz İşlemlerin Artışı	43
Şekil 12 : Entelektüel Sermaye ile Firma Performansı Arasındaki İlişki.....	82

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Akt.	Aktarım
AR-GE	Araştırma ve Geliştirme
BBC	Britanya Yayın Kuruluşu
BİT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
bk.	Bakınız
BT	Bilgi Teknolojileri
CEO	Genel Müdür
E-Ticaret	Elektronik Ticaret
FINTECH	Finansal Teknolojiler
IoT	Nesnelerin İnterneti
OECD.	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
s.	Sayfa
vb.	Ve Benzeri
vd.	Ve Diğerleri
WHO	Dünya Sağlık Örgütü
WWW	Geniş Dünya Ağı
yy.	Yüzyıl

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZET	<i>i</i>
ABSTRACT.....	<i>iii</i>
TABLO LİSTESİ.....	<i>v</i>
ŞEKİL LİSTESİ.....	<i>vi</i>
KISALTMALAR.....	<i>vii</i>

BÖLÜM 1 YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNUN ORTAYA ÇIKIŞI

1.1 Yeni Ekonomi Kavramı ve Kapsamı	3
1.2 Yeni Ekonominin Unsurları.....	4
1.3 Yeni Ekonominin Özellikleri.....	5
1.4 Yeni Ekonomi İle Eski Ekonomi Arasındaki Temel Farklılıklar	9
1.5 Yeni Ekonomi Ürün ve Hizmetlerinin Nitelikleri.....	12
1.6 Yeni Ekonominin İşletmeler Üzerindeki Etkileri.....	13

BÖLÜM 2 YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİNİN YENİ KURALLARI

2.1 Bilgi Ekonomisinin Ortaya Çıkışı ve Bilgi Toplumunun Yapısı	16
2.2 Paylaşım Ekonomisi Açısından Bilgi Organizasyonuna Geçiş Süreci ve Bilgi Yönetiminin Temelleri.....	22
2.3 Bilgi Toplumunda Bilgi Yönetiminin Kullanımı ve Bilgi Paylaşımı.....	23
2.3.1 Operasyonel Bilgi Yönetimi.....	24
2.3.2 Stratejik Bilgi Yönetimi	25
2.4 Bilgi Toplumunda Öğrenen Organizasyonun Gelişimi.....	25

2.5 Entelektüel Sermaye Kavramı ve Tanımı	26
2.6 Entelektüel Sermaye Bileşenleri.....	28
2.6.1 İnsan Sermayesi.....	30
2.6.2 Yapısal Sermaye	31
2.6.3 İlişkisel Sermaye	32
2.7 Entelektüel Sermaye Yönetimi ve Rekabet Avantajı.....	34
2.8 Bilgi Teknolojilerinin İtici Gücü İle Entelektüel Sermaye Yönetiminde Yeni Vizyon Arayışları.....	37
2.9 Entelektüel Sermayenin Yeni Kuralları.....	39

BÖLÜM 3

YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİNİN YENİ KURALLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1 Araştırmanın Amacı.....	45
3.2 Araştırmanın Önemi	46
3.3 Araştırmanın Örneklemi.....	46
3.4 Araştırmanın Yöntemi	48
3.5 Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi.....	49
3.6 Araştırma Bulguları ve Veri Analizi.....	51
3.6.1 İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler	51
3.6.2 Yeni Ekonomi Ve Bilgi Toplumunda Entelektüel Sermaye Yönetiminin Firma Performansı Üzerine Etkisi.....	55
3.6.2.1 İnsan Sermayesinin Firma Performansı Üzerine Etkisi	63
3.6.2.2 Yapısal Sermayenin Firma Performansı Üzerine Etkisi.....	70
3.6.2.3 İlişkisel Sermayenin Firma Performansı Üzerine Etkisi.....	75
3.6.3 İşletmelerin Geleceğe Bakış Açısı Ve Stratejileri	79

<i>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</i>	<i>83</i>
<i>KAYNAKÇA.....</i>	<i>86</i>
<i>EKLER</i>	<i>96</i>



GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar gelen sürede, geleneksel ekonomi de akademisyenler ve iş insanları kısıt kaynaklarla sonsuz ihtiyaçların nasıl verimli bir şekilde gidereceğini çözmeye çalıştılar. Ancak; geleneksel ekonomiden çok uzak olan bilgiye dayalı ekonomide rekabetçi ortam çözüm hızıyla hareket etmekte ve değişmektedir. Yeni ekonomi ve bilgi toplumunda işletmelerin rekabet silahını güçlendirmesinde, yeni pazarlara açılmasında ve var olduğu pazarda büyümesinde yardımcı olabilecek en önemli etkenlerden biri bilgi ve bilgi teknolojileridir. Bir işletme yeni ekonomi dünyasında ayakta kalabilmek için bilgiyi işlemeli, yaratmalı, yönetmeli ve beceri, yetenek, yetkinlik gibi formlarında daha fazla yeni bir bilgi yaratmalıdır. Bir işletme ne kadar çok bilgiye, bilgi varlığına ve bilgi teknolojilerine sahipse o kadar çok güçlü konumdadır (Nguyen, 2016, s.1-4).

Bu değişimlerden dolayı işletmeler, sürdürülebilir rekabet avantajları yaratmak için somut kaynaklardan daha çok somut olmayan kaynaklara yönelmişlerdir. Bu yönelim entelektüel sermaye olgusunu yaratmıştır. İşletmeler büyümelerini sağlayabilmek için entelektüel sermaye kavramını benimsedikçe maddi olan kaynaklarına değil maddi olmayan kaynaklarına değer vererek rekabette üstünlük sağlamışlardır. Entelektüel sermaye üzerine çalışan araştırmacılar, ortak bir yaklaşımı olarak, entelektüel sermaye 3 boyuta ayırmışlardır; insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye. İnsan sermayesi, çalışanların bilgi, yetenek, beceri, tutum, yaratıcılık, liderlik özellikleri, motivasyon ve sadakatı gibi konularla ifade edilmektedir. Yapısal sermaye ise, işletmenin yapısı, sistemleri, ağırları, kültürü, değerleri, bilgi aktarımı ve paylaşımı, bilgi kullanım düzeyleri, patentleri, marka değeri gibi fikri mülkiyet unsurlarını içermektedir. Üçüncü unsur olan ilişkisel sermaye, işletmenin dış paydaşları ve müşteri ilişkileri, müşteri sadakatı, müşteri memnuniyeti ve yeni müşteri kazanma gibi boyutlarla ilgilenmektedir (Branco ve Riberio, 2016, s.280-282).

Tüm dünyanın yaşadığı bu değişimden sonra işletmeler sürdürülebilirliğini korumak adına entelektüel sermaye yönetimine önem vermişlerdir. Yeni ekonomi ve bilgi toplumunun getirdiği bu dijital dönüşüm entelektüel sermaye varlıklarının da önem kazanmasını sağlamıştır.

İşletmeler entelektüel sermaye yönetimi kullanarak yapay zeka, artırılmış zeka, IoT (nesnelerin interneti), siber güvenlik, blockchain, bulut, büyük veri, akıllı şehirler ve daha akıllı toplumlar yaratmaktadır. Bu uygulamalar işletmelere karlılık, verimlilik ve

büyüme olarak geri dönmektedir. İşletmelerin bulunduğumuz dünyada güçlü konumda olmalarını sağlayacak en önemli etken bilgi olduğundan bilginin kullanıldığı uygulamalar işletmeleri pazarlarında üst konuma taşıyacaktır. Araştırmalar sonucunda görülmektedir ki, entelektüel sermayenin 3 unsurunu da işletmesinde uygulayan ve efektif bir biçimde yöneten işletmeler dünyanın en iyi markaları arasında yer almışlardır. Çünkü; entelektüel sermaye işletmelere nasıl ve ne düzeyde katma değer yaratacaklarını göstermiştir.

Entelektüel sermayenin en yoğun olarak kullanılan sektör olarak teknoloji sektörü, kendi dnası gereğince büyük oranda inovasyon ve yaratıcılık gerektirmektedir. Bu sektörde bulunan çalışanlar soyut bir fikri somut bir fikre dönüştürerek sektöre gelişim sağlamaktadırlar. Bu yaratıcılığı ve inovasyonu sağlamak isteyen işletmeler, insan sermayesine ve bu dönüşüm sürecini oluşturmak için yapısal sermayeye ayrıca dönüşüm gerçekleştirdikten sonra piyasada alıcılarına ulaşması içinde ilişkisel sermayeye ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda, teknoloji sektörünün dünya pazarının büyük bir hacmini kapsamasını sağlayan en büyük etkeni olarak bilgi ve entelektüel sermaye yönetimidir.

Bu bilgiler ışığında işletmelerin entelektüel sermaye varlıklarını ne kadar önemseydiği, benimsediği, iş süreçlerine ne kadar adapte ettiği, bilgi toplumunun getirisi olarak bilgiyi ne düzeyde kullandığı işletme performansı açısından stratejik önem sağlamaktadır. Bundan dolayı araştırmanın amacı; insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermayenin alt unsurları tek tek incelenerek entelektüel sermaye yönetimi kullanımı ile işletme performansı arasındaki ilişki incelemektir.

Bu çalışma, teknoloji sektöründe yeni ekonomi ve bilgi toplumunda entelektüel sermaye yönetiminin öneminin gittikçe artması ve işletme performansını etkilemesi sebebiyle özgün bir çalışmadır. Çalışmada, teknoloji sektöründe entelektüel sermaye yönetimi kullanarak faaliyet gösteren lider konumunda olan 3 işletmenin, entelektüel sermaye yönetimi ile işletme performansı arasındaki ilişki incelenmektedir. Çalışmada, yarı-yapılandırılmış derinlemesine mülakat ve gözlem, doküman yöntemleri kullanılmaktadır. Çalışma ölçeği, 8 bölüm ve 37 sorudan oluşmaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, gömülü teori yöntemiyle kodlamalar yapılarak çözümlenmektedir. Bu çözümlenme sonucunda, bulgular kategorilendirilir. Burada amaç gömülü teori kullanılarak kuram oluşturmak ve daha sonra yapılacak olan ulusal ve uluslararası çalışmalar için literatüre katkı sağlamaktır.

BÖLÜM 1

YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNUN ORTAYA ÇIKIŞI

Tezin birinci bölümünde, geleneksel iş süreçlerini ve toplumsal formları yıkan yeni ekonomi ve bilgi toplumu kavramı, ortaya çıkışı, özellikleri Türkiye’yi ve dünyayı etkileme biçimleri açıklanmaya çalışılacaktır.

1.1. YENİ EKONOMİ KAVRAMI VE KAPSAMI

Dünya ülkeleri, 20. Yüzyılın sonlarına doğru ABD’de Silikon Vadisi’nde başlayan ve tüm dünyaya yayılan bir değişime tanıklık etmişlerdir. Bu değişimin geniş ölçekli bir şekilde bilgi ve teknoloji tabanlı olması dünya ülkelerinin ekonomik alt yapılarını da etkilemiştir. Sanayi devriminde yaşanan değişim gibi ülkelerin kültürlerini, toplum yapısını, ekonomik yapısını, kurumlarını etkisi altına almış ve bu değişimi kaçınılmaz kılmıştır. Bu değişimin geniş bir alana yayılması 1990’lı yılların sonuna doğru yeni bir kavramı da gündeme getirmiştir. “Yeni Ekonomi” olarak adlandırılan bu kavram da tüm dünyayı etkisi altına almıştır (Bayraktar ve Kaya, 2016, s.90).

Yeni ekonomik sistem, dünya ekonomisini sanayi ekonomisinden, bilgi teknoloji ve hizmet tabanlı bir ekonomik yapıya doğru sürüklemiştir. Geçmişten günümüze kadar geliştirilen tüm iktisadi yapılanmaların anlamakta zorlandığı ekonomik yapıyı oluşturmuştur. Literatürde yeni ekonomi kavramı yerine “bilgi ekonomisi”, “dijital ekonomi”, “sanal kapitalizm”, “bilgiye dayalı ekonomi”, “internet ekonomisi” gibi kavramlar da kullanılmaktadır (Lachapella, 2017, s.2).

Günümüzde dünya ekonomisinin küreselleşmesi ve bu küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte piyasalar, hizmet, ürün, teknoloji ve sermaye yeni bir ekonomi yaratarak iş organizasyonlarının taleplerini artışa geçirmiştir. Yeni ekonomide, bilginin önemi ve gücünün artması, bilginin yayılım hızının oluşması, bilginin toprak ve sermayeden değerli hale gelmesi ve tüm kurumları etkilemesi sebebiyle sınırlar ve fiziki bölgeler daha az önemli hale gelmiştir. Modern iletişim ve bilgi teknolojileri sayesinde ekonomide de somut ilişkilere oranla soyut ilişkiler değer kazanmaya başlamıştır. Bundan dolayı günümüz dünyasında iş organizasyonları ve kurumlar yeni ekonomik oluşum sayesinde, hammadde ve fiziki sermaye yerini bilginin farkındalığına ve yeni ekonomiye

bırakmıştır (Terzi, 2012, s.3).

Farklı ve yeni bir ekonominin doğuşuyla, bilgisayar ağı dönemi iş organizasyonları için önem kazanmış ve farklı üretim biçimlerine doğru yol almışlardır. Günümüz rekabet dünyasında ayakta kalabilmek için organizasyonlar bilgi işçilerini, entelektüel sermayelerini ve bilgi stoklarını kullanmak, sürekli güncel tutmak zorunda kalmaktadırlar. Bu yeni ekonomi de, bilgi sürecinin yaratılması hem bilgi işçilerine hem de tüketicilerine ait olduğu gibi, yine insanlara aittir. Bu iş organizasyonlarının en önemli üretim kaynağı artık beyin gücüdür. Yeni dünyada yaratılan bu değişimden tüm dünya nasibini almış ve değişime uğramıştır (Akın, 2005, s.6).

1.2. YENİ EKONOMİNİN UNSURLARI

Yeni ekonominin kapsamını anlatan dört unsur bulunmaktadır. Çalışmanın bu aşamasında açıklanacak unsurlar; bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması, küreselleşmenin hız kazanması, araştırma ve geliştirmeye verilen önem, insan kaynaklarındaki köklü değişim adlı başlıklardır.

- **Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kullanılması:** Yeni ekonomide bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması üretimi ve üretimden alınan verimliliği, ihracat imkanlarını önemli düzeyde arttırmaktadır (Mann, 2002, s.5).
- **Küreselleşmenin Hız Kazanması:** Küreselleşmenin hız kazanması ile rekabetin artması, mal ve hizmetin çoğalması, sermayenin içine artık bilgi kavramının da girmesi, piyasaların açık hale gelmesi durumu literatürde yeni bir ekonomi kavramı yaratmıştır. Bu yeni ekonomi iş dünyasını, organizasyonları ve yönetim biçimlerini değiştirmiştir (OECD, 2001, s.7-11).
- **Araştırma ve Geliştirmeye Verilen Önem:** İşletmelerde üretim faaliyetlerinde kullanılan ürünlerin, kullanılmaya başlandığından günümüze gelene kadar geçen süreçte ürünlerin ekonomik ömürleri bitmeden teknolojik ömürleri bittiği gözlemlenmiştir. Bundan dolayı Ar-Ge sürecinin hızlanması gerektiğinin büyük bir öneme sahip olduğu ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 2010, s.16).

- **İnsan Kaynaklarındaki Köklü Değişim:** Bilgi çağı ve yeni ekonomi paralel olarak ilerlerken emek piyasasında da değişimlere sebep olmuştur. Günümüz emek piyasasında artık insanlar bedensel güçlerinden ziyade zihinsel güçlerini harcayarak “bilgi işçisi” olmuşlardır. Emek piyasasının bu talebini karşılayabilmek için insanlar hızla bilgisayar kullanmaya ve kalifiye eleman olmaya başlamışlardır (Özer vd, 2004, s.254-259).

1.3. YENİ EKONOMİNİN ÖZELLİKLERİ

Yeni ekonomi bilgiye ve teknolojiye dayalı ekonomi olduğundan, geleneksel ekonomiden daha farklıdır. Geleneksel ekonominin bilgi teorileri ve varsayımları incelendiğinde günümüz ekonomisinden uzakta olduğu görülmektedir. Ayrıca geleneksel ekonomi günümüz rekabet anlayışına ışık tutmamakta, ülkelerin ve işletmelerin rekabet konusundaki gerçekliğinden uzak kalmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomi incelendiğinde, ekonomiye yeni özellikler katmaktadır. “Dijital ekonomi” ya da “Bilgi ekonomisi” olarak da adlandırılabilen Yeni Ekonominin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

➤ **Bilgi Temelli Ekonomi**

Bilişim teknolojileri ve teknoloji kaynağının gelişimi, bir ülke ya da işletmelerin ekonomisinin bilgi temelli olmasına olanak sağlamaktadır. Bu bilgi yoğunluğu, sermayenin avantajları dikkate alındığında belirsizliklerle dolu yeni ekonomi dünyasında ülkelerin ve işletmelerin rekabet sonucunda tutunma çabalarına işaret etmektedir. Bilgi yoğunluğunu işletmeler bilgi üretme süreciyle gerçekleştirebilirler. Bilgi üreten ve bu bilgiyi yayılma politikası halinde çoğaltan işletmelerin lider konumlarını sürdürmekte zorlanmadıkları gözlemlenmektedir. Bu bilgiyi üretme ve yayma süreci işletmelerin belirli bir kısımlarını değil tüm organizasyonu ilgilendirmektedir. Bundan dolayı bilgi yaratma, işletmenin tümünü ilgilendirmektedir (Akın, 2005, s.16-17).

➤ **Dijitalleşme**

Yeni ekonomi olarak adlandırdığımız ekonomi dijital bir ekonomidir. Dijitalleştirme tekniği; ses, yazı, müzik, görüntü ve belge gibi verileri dijital ortamda ilk

önce 0 ve 1'lerden oluşan bilgisayar bitlerine dönüştürmek daha sonra teknoloji yardımıyla başka bir yere aktarmak anlamına gelmektedir. Bu kodlar aktarıldığı ortamda, aslına çok yakın olarak tekrar çözümlenmekte ve alıcının kullanımına sunulmaktadır (Friedman, 2000, s.74).

Geleneksel ekonomide bilginin fiziksel bir durumu söz konusuydu ama yeni ekonomide bilgi artık dijital ortamlardan elde edilir, yayılır ve avantaj sağlanır hale gelmiştir. (Aktan ve Vural, 2016, s.21-23).

➤ **Sanallaşma**

Sanallaşma, nesnelerin ve bilginin tamamen dijital ortamdan var olup toplumu, ekonomiyi, hayat düzenini tamamen etkileyip değişime sürüklemiştir. Sanallaşmanın en yoğun etkisi, geleneksel mecraların yerini internet aracılığı ile uygulanan online interaktif mecralara bırakmasıyla hissedilmektedir. Günümüzde sanallaşma süreci gittikçe ivme kazanmıştır (Şahin vd, 2014, s.12).

➤ **Molekülerleşme**

Moleküler yapıda olan yeni ekonomi, yeni bir işletme düzeni oluşturup eski düzenden farklı hareket etmektedir. Bu farklı hareket, eski yapıyı tamamen bozmakta ve yeni yapıyı dinamik molekül şeklinde oluşturmaktadır. Bundan dolayı yeni ekonomide, sosyal ve ekonomik düzen kitleselden molekülere doğru ilerlemiştir. İşletmeler de bu düzeni moleküler şekilde oluşturup tüm çalışanlarını moleküler haline getirip katma değerlerini arttırmaktadır (Nordhaus, 2001, s.5).

➤ **Ağ Ekonomisi**

Yeni ekonomi internet ve internet ağlarıyla bütünleşen, teknoloji alt yapıli bir ekonomidir. Bu ağ yapıları neredeyse dünyanın tamamında yer almaktadır. Telekomünikasyon, bilgisayar, bilgisayar donanım aletleri, internet bu ağ oluşumunun unsurlarıdır. Bu unsurların dünya ekonomisinin gelişmesinde önemli etkileri vardır. Teknolojiler birbirleriyle ilişki halinde olduğundan bir “ağ etkisi” oluşturmaktadırlar. Bu

ağ etkisi, tüm toplumu etkileyip tüketim ölçeğini arttırıp katma değer yaratmaktadır (Economides, 2006, s.98).

➤ **Aracısız Ekonomi**

Yeni ekonominin kaynağı olan bilginin, üretici ile tüketici arasında sorunsuz dolaşabilmesi için aracı olan perakendeci, distribütör gibi kurumların önemi azalmaktadır. Bilgi teknoloji ağları sayesinde üreticiler, tüketicilerle birinci ağızdan iletişime geçmektedir. Bundan dolayı ekonomik faaliyetlerini daha kısa sürede daha verimli bir şekilde gerçekleştirebilmektedirler (Dilek, 2016, s.89).

➤ **Sektörel Değişim**

Yeni ekonomiyle beraber dünyada popüler olan, katma değeri daha fazla olan sektörler değişime uğramıştır. Geleneksel ekonomide tekstil ve otomotiv sektörü popülerken, yeni ekonomide iletişimin gelişmesi, bilginin dijitalleşmesiyle birlikte bireylerin tüketim alışkanlıkları da farklılaşmakta ve asıl sektörü medya sektörüne yönlendirmektedir (Seçilmiş, 2012, s.13).

➤ **İnovasyonun Önem Kazanması**

Yenilik anlamına gelen inovasyon günümüzde insanlar tarafından çok sık kullanılmaktadır. İnovasyonun temel amacı, topluma katkıda bulunacak ya da işletmenin mali değerini yükseltecek, marka değerini oluşturacak fayda olarak görülebilir bir hale gelmektir. Yeni ekonomide rekabetin yüksek olması nedeniyle işletmeler bir şekilde kendini piyasalarda tutundurmaya amacıyla yer edinmelidirler. İşletmelerin piyasalarda kendilerine yer edinme çabalarına katkıda bulunacak en büyük etken entelektüel sermayenin yarattığı inovasyondur. Bir işletmenin yeniliklere ayak uydurması, sürekli kendini geliştirmesi ve güncel tutması o işletmenin rekabet gücünü yüksek tutmaktadır. Rekabette üstün gelmek isteyen tüm işletmeler inovasyonu hızlı benimsemeye çaba sarfetmelidirler (Işık ve Keskin, 2013, s.43-44).

Yaygın olarak inovasyonun gelişimi için kullanılan ilk varsayım, yeni ekonomi ve bilgi toplumunun yeni bir gelişme olduğu ve dünyanın bilgi ekonomilerinin bilgi

Çalışanları tarafından gelişen bilgi toplumlarına yol açtığıdır. Bu bilgi toplumlarının gelişimi entelektüel sermayeyi, entelektüel sermaye de inovasyonu arttırmış ve geliştirmiştir. İnovasyonun gelişmesi şirket için kar devlet için ise refah düzeyinin artışı demektir (Alexander, 2018, s.12). Bu durumu şekil 1’de şematik olarak görmek mümkündür.



şekil 1. İnovasyonun Etkisi

Kaynak: Alexander, 2018, s.12.

➤ Üretici ve Tüketici Bütünleşmesi

Yeni ekonominin yarattığı sistem ile üretici ve tüketici arasında bulunan mesafe azalmaktadır. Yeni ekonomide araçların da ortadan kalkması ile birlikte üreticiler tüketicilerle direkt olarak iletişime geçebilmekte ve buna bağlı olarak da üreticiler tüketicilerin isteklerini dikkate alarak ürünlerini piyasaya sunmaktadırlar. Aynı şekilde tüketiciler de üreticilere, isteklerini belirterek katkıda bulunmaktadırlar. Bu yeni sistem, üretici ve tüketicinin bu şekilde etkileşimde olmasını sağlayarak bütünleşmesini sağlamaktadır (Yumuşak ve Özgür, 2007, s.22).

➤ Hızın Kazanılması

Günümüzde yeni eknomiyle beraber e-ticaretin de gelişmesiyle birlikte, ekonomik faaliyetler oldukça hız kazanmıştır. Geleneksel ekonomide ekonomik faaliyetlerin getirisini uzun zaman geçtikten sonra beklemek gerekmektedir. Ancak günümüz ekonomisinde işletmenin başarısını hız faktörü etkilemektedir. Tketicisiyle direkt etkileşimde olan işletmeler, siparişlerini elektronik ortamda almakta ve eř zamanlı olarak faturası işlenmekte, tketicisiye ulaştırmak adına hemen yola çıkmaktadır.

İşletmelerin bu süreci hızlı bir şekilde gerçekleştirmesi o işletmenin gelişimini olumlu yönde etkilemektedir (Bulunmaz, 2013, s.41).

➤ **Küreselleşme**

Küreselleşme kavramını, dünyada bulunan ekonomik, toplumsal, siyasal ve teknolojik tüm sınırların ortadan kalkması olarak tanımlayabiliriz. Dolayısıyla ülkeler birbirinden küreselleşme sebebiyle etkilenmektedirler (Steger, 2003, s.1).

Küreselleşmenin en çok görüldüğü alanın ekonomi alanı olduğu bilinmektedir. İnternet teknolojilerini kullanan işletmeler, dünya ekonomisini bir pazar olarak görmekte ve küreselleşmeyle birlikte gelişimlerine hız kazandırmaktadırlar. Küreselleşmeyle birlikte internet, bilgisayar gibi bazı teknolojiler de gelişmektedir. (Reenen, 2001, s.308-310).

➤ **Çatışma**

Bilgi, hayat standardını belirleyen anahtardır. Bundan dolayı dünya ekonomisinde teknolojik açıdan en gelişmiş ekonomiler bilgi temelli ekonomilerdir. Bilgi temelli ekonomilerde çalışan bireylerin motivasyonun azalması, yeterli ücret alamaması, eşit ücretin bulunmaması ya da yeteneklerini geliştirememesi gibi durum veya düşünceler önemli problemlere sebep olmaktadır. Yeni ekonomilerin yarattığı bu hızla gelişen teknolojilerin diktatör rejimler tarafından kötü yönetilmesi durumunda toplumsal, sosyal, politik ve ekonomik sorunlara yol açacağı tahmin edilmektedir (Barışık ve Yirmibeşçik, 2006, s.42).

1.4. YENİ EKONOMİ İLE ESKİ EKONOMİ ARASINDAKİ TEMEL FARKLILIKLAR

Yeni ekonomi; yenilik temelli bir ekonomi olduğundan ekonomi dünyasına hem makro hem de mikro anlamda yeni olanaklar sunmuş ya da eski olan olanakları güncel hale getirmiştir. Bu eski ekonomi ile yeni ekonomi arasındaki farklılıkları Tablo 1’de incelemek mümkündür. Tabloda da görüldüğü gibi, makro ve mikro seviyedeki kurumlar,

lkeler, retim, ilkeler, yöntem ve kurallar yeni ekonomi kültürü ile birlikte yeniden ifade edilip tanımlanmaya başlanmıştır.

Tablo 1 : Yeni Ekonomi ile Eski Ekonomi Arasındaki Farklar

<i>DEĞİşİM KONULARI</i>	<i>ESKİ EKONOMİ</i>	<i>YENİ EKONOMİ</i>
<i>retim ve Rekabet Alanı</i>	Ulusal	Küresel
<i>Organizasyon Yapısı</i>	Hiyerarşık-Bürokratik	Ağ rgs - şebeke
<i>retim Yapısı</i>	Kitlesele retim	Esnek retim
<i>Büyümenin Yönlendiricisi</i>	Sermaye - Emek	Yenilik - Bilgi
<i>Teknolojinin Ynlendircisi</i>	Makineleşme	Dijitalleşme ve Sanallaşma
<i>Karşılaşmalı stnlğn Kaynağı</i>	lek Ekonomileri ile Düşen Maliyet	Yenilik ve Kalite, Kapsam Ekonomileri
<i>AR-GE alışmaların Verilen önem</i>	Düşük ve Orta	Yüksek
<i>Diğer İşletmelerle Olan İlişkiler</i>	Tek Başına Hareket Etme	Anlaşma, İş birliği, Bütünleşme

<i>Emek Politikasının Hedefi</i>	Tam İstihdam	Yüksek Reel Gelir
<i>Gerekli Eğitim</i>	Uzmanlık Alanı, Derece	Yaşam Boyu Eğitim
<i>İstihdamın Doğası</i>	Durağan	Risk ve Fırsatlar ile İstihdam
<i>Regülasyonlar</i>	Kumanda ve Kontrol	Esnek, Piyasa Araçlarına Bağlı
<i>Beşeri Sermaye</i>	Üretim Odaklı	Müşteri Odaklı
<i>Emek</i>	Önemli	Daha Az Önemli
<i>Emeğin Yapısı</i>	Belirli Alanlar Uzmanlık	Çok Yönlü Uzmanlık, Yaratıcı, Yenilikçi, Teknolojiye Uyumlu
<i>Varlıklar</i>	Maddi Sermaye	Entelektüel Sermaye
<i>Sektör Yapısı</i>	Tarım ve Sanayi Ağırlıklı	Hizmet Ağırlıklı

Kaynak: Aktan ve Vural, 2016, s.22.

Özetleyecek olursak insanlığın varoluşundan günümüze kadar yaşanan süreçte her alanda olduğu gibi ekonomi dünyasında da birçok değişiklik yaşanmıştır. Tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan bilgi toplumuna kadar birçok

değişiklik gerçekleşmiştir. 1990'lı yıllardan bu yana küreselleşmenin de hızlanmasıyla yaşana bu değişimler toplumu bilgi toplumuna, ekonomi dünyasını bilgi ekonomisine sürüklemiştir (Savrul ve Kılıç, 2011, s.28).

1.5. YENİ EKONOMİ ÜRÜN VE HİZMETLERİNİN NİTELİKLERİ

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde, ürün ve hizmetlerin nitelikleri ve bunların üretim biçimi çeşitli nedenlerle değişime yönlendirilmiştir. Eski Ekonominin dünyasına meydan okuyan bir yeni ekonomi ekolü yaratılmaktadır. Yeni Ekonomi'de ürün ve hizmetler bilgi altyapılı teknolojilere dayalı olmasına rağmen üretim sürecinde fiziksel ve insan sermayesi de öncü katmanlara sahiptir (Piatkowski, 2002, s.19).

Bedava ekonomi denen ekonomi sisteminin yaratılması yeni ekonominin yoğun teknoloji piyasalarının neredeyse kurallarından biri haline gelmiştir. “Bedava ekonomi” diye bahsettiğimiz sistem, üreticilere avantaj sağlamaktadır. Ticari piyasalarda bedava ürün ve hizmet sunmak tehlikeli iken yoğun teknoloji piyasalarında bu durumun katma değeri fazladır. Çünkü; yeni ekonomi ekolüyle birlikte oluşan bu yoğun teknoloji piyasalarında “deneme”, enformasyona dayalı ürünler için çok önemli olduğu gibi tüketicilere bağlılık duygusunu da aşılır. Bu bedava ekonomi piyasasında deneme mantığı, yeni işletmeler açısından tanıtım amaçlı iken kendini kanıtlamış, markalaşmış işletmeler için ise standartlarını yaygınlaştırmak ve piyasada tutunmalarını kolaylaştırmak içindir. Bedava ekonomi piyasasında olan deneme kültürüne örnek verecek olursak Spotify uygulamasının 3 ay ücretsiz kullanılıp sonra ücrete tabi olması ya da Netflix uygulamasının ilk ayının ücretsiz olup daha sonra ücret tarifesi uygulaması gibidir. Bağlılık paftası argümanına göre, ağ ekonomilerinde ürün ve hizmetlerin değeri, tüketicilerin kullanmasıyla birlikte geometrik olarak artmaktadır. Tüketiciler ürünü ve hizmetleri kullanmayı arttırmakla talep yanlı ölçek ekonomilerini de meydana getirirler (Söylemez, 2001, s.45).

Geleneksel ekonomilerde, büyük ölçekli şirketlerin yönetilme güçlüklerinin ve engellerinin uzun dönem ortalama maliyetlerin artmasına neden olduğu bilinmektedir. Bu duruma ekonomide negatif ölçekli ekonomiler denir. Yeni ekonominin karakteri negatif ölçekli ekonomi karakterinden tamamen farklıdır ve hatta artan getirilerin daha kuvvetli olduğu gözlemlenmiştir. Yeni ekonomide yer alan ürün ve hizmetlerin özelliklerinden bir

diğeri de, üretilen ürün ve hizmetin emek-yoğun bir nitelik sergilemesidir. Çünkü yeni ekonomi yoğun teknoloji tabanlı bir ekonomidir. Yoğun teknoloji kullanılan endüstriler ürün ve hizmetlerini üretirken yetenekli işgücü kullanmaktadırlar (Evans ve Schmalense, 2001, s. 8).

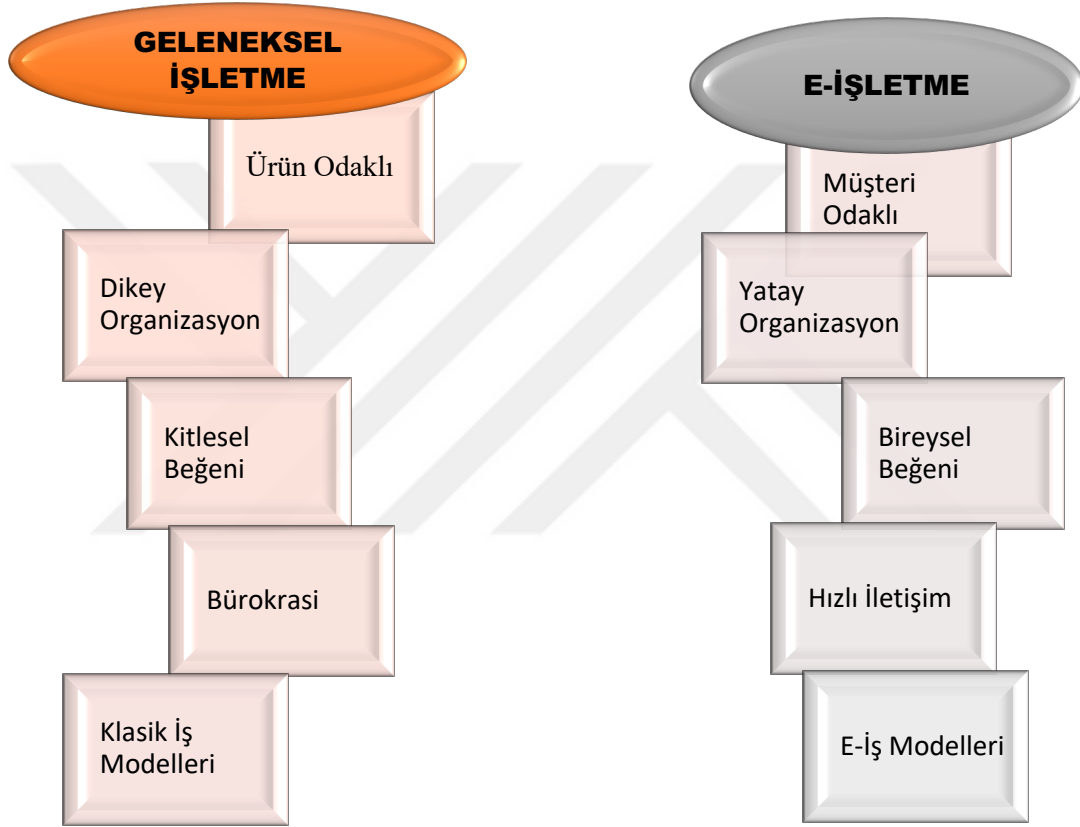
Geleneksel ekonomide bir ürünün ve hizmetin kıt olması onu değerli kılmaya yeterliydi. Yeni ekonomide ise ürünün, hizmetin değerini belirlemede kullanıcı sayıları ve bu ürün, hizmetin tamamlayıcı malları etkili olmaktadır. Kullanıcı sayısının ve tamamlayıcı malların sayısının artması yeni ekonomide bahsedilen ürün ve hizmeti değerli kılmaktadır. Bu olay Meltcafe yasası ile tanımlanmaktadır ve bu yasa bir ağ sistemi oluşturmaktadır. Ağ sistemine bağlı olan kullanıcılar, sisteme bağlı olan diğer kullanıcıları da etkilemektedir bu etki de network etkileri olarak adlandırılmaktadır. Yeni ekonomide bilgiye dayalı ürün ve hizmet söz konusu olduğundan değer belirlenirken network etkileri ve bu etkilerin yarattığı fiyat farklılaşmasına bakılmaktadır (Yumuşak ve Özgür, 2007, s.26).

1.6. YENİ EKONOMİNİN İŞLETMELER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Bilgi yoğun temelli olan yeni ekonomi birçok alanda değişim yarattığı gibi işletmeler üzerinde de değişimlere neden olmuştur. Yeni ekonomi düzeninde işletmeler için bilgi ve yaratıcılık kilit kaynaklardır. Bilgi ve yaratıcılık somut olmadığı için maddi kaynaklara dönüştürülmesi de zordur. Bundan dolayı bilgi ve yaratıcılık işletmeler üzerinde maddi olmayan kaynaklara doğru ilerleme güdüsü oluşturmıştır. Bu kaynaklara örnek olarak patent hakları, telif hakları ve marka oluşmasını belirtebiliriz (Lachapella, 2017, s.4).

Teknolojinin yoğunlaşması ve müşterilerin de beklentilerinin zamanla değişmesi üzerine işletmeler genel olarak değişime gitmişlerdir. Artık dünyanın küreselleşmesi, sınırların ortadan kalkmasıyla birlikte rekabete açık pazarlar oluşmuştur. Dünyada herhangi bir yerde faaliyeti bulunan işletmeler birbirlerine rakip haline gelmişlerdir. Bundan dolayı, işletmeler piyasaların yüksek rekabet ortamlarında mevcut konumlarını korumak için değişime açık olmalıdırlar. Bahsedilen bu değişim aslında en çok işletmenin temel yapısının ve iş sürecinin değişimidir. İşletmeler pazarın istek ve ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilmeli ve esnek bir yapıya sahip olmalıdırlar. Dolayısıyla işletmelerin gittikçe

esnekleşmesi ve yapılarının değişmesi elektronikleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Yeni ekonomi dünyasında dijital dönüşümle birlikte geleneksel işletmeler ile e-işletmeler arasında temel farklılıklar oluşmuştur, bu farkları Şekil 2’de görmek mümkündür (Çağıl ve Ergün, 2008, s.549).



Şekil 2 : Geleneksel İşletme ile E-İşletme Arasındaki Temel Farklar

Kaynak: Çağıl ve Ergün, 2008, s.549.

Dijital dönüşüm; bir işletmenin kültürünün, temel yapısının, iş modelinin, iş süreçlerinin, ürün ve hizmetlerinin, personellerinin, müşterilerinin ve tüm sosyal paydaşlarının alabileceği gelir ve değer üretmesi için dijital teknolojilerinin kullanılması

olarak tanımlanabilir. Dijital dönüşüm, dijitalleşmeden farklıdır. Dijital dönüşüm işletmelerin proje olarak uygulayabileceği bir şey değildir (Bloomberg, 2018).

Yirmi birinci yüzyıl ve sonrasında, dijital dönüşüm yoluyla işletmelerin yaptıkları iş dinamik, hızla büyüyen ve yoğun rekabet özellikleriyle yeni iş yaratılması için farklı yollar sunmaktadır. Çağımızda kurulan işletmeler yeni iş alanları yaratırken, yeni girişimler internetin sunduğu fırsatları kullanarak gelişimlerini tamamlamaktadırlar (Raphael ve Zott, 2001, s.493).



BÖLÜM 2

YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİNİN YENİ KURALLARI

Çalışmanın ikinci bölümü, yeni ekonomi dünyasında bilgi toplumunun varlığı ve bilgi toplumuyla beraber ortaya çıkan entelektüel sermaye (maddi olmayan sermaye) kavramının ülkemizde ve dünyada yarattığı değişimler hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır.

Entelektüel sermayenin dünyayı etkisi altına almasıyla birlikte işletmeler, kurumlar insan faktörüne ve bilgi faktörüne ayrıca önem vermeye başlamıştır. Verilen bu önemle birlikte dünyada yaşanan değişimler tezin bu aşamasında anlatılmaktadır.

2.1. BİLGİ EKONOMİSİNİN ORTAYA ÇIKIŞI VE BİLGİ TOPLUMUNUN YAPISI

Günümüz ekonomisinde yaşanan bu büyük değişim, bilginin de üretim kaynağı olarak iş yaratma sürecine dahil edilmesini sağlamıştır. Bu dönüşümü sağlayan temel etkenler bilginin niteliğinin değişmesi, bilgi kaynağına erişilme hızı ve bilgiyi işleme sistemi olarak gösterilebilir. Bilgiye duyulan bu ihtiyacın giderilme şekli geleneksel ekonomilerin ne kadar güvenilir, etkin ve verimli olduğunu da tartışılır hale getirdi. 1990'lı yılların sonlarına doğru geleneksel ekonomiden uzak oluşan ve yeni ekonomide yaşanan bu değişim bilgiye dayalı ekonomi kavramını ortaya çıkarmıştır (Yeloğlu, 2009, s.246).

Kuşkusuz bilginin ekonomideki yeri yeni değildir ama hem niteliksel hem de niceliksel olarak sonradan önemi kavranmıştır. Bilgi ekonomisi kavramı Fritz Machlup tarafından ortaya atılmıştır. Avusturya doğumlu ekonomist, bilgiyi geniş bir kavram olarak ölçen ilk kişidir. Machlup'un bu ölçümleri bilgi ekonomisini, politikalarını ve hesaplamalarını literatüre geçirmiştir. Machlup, bilgi kavramını ölçerken ve ekonomiye uygularken dört disiplinden veya araştırma alanlarının sentezlerinden yararlanmıştır. Bunlar; felsefe, matematik, ekonomi ve ulusal muhasebedir (Godin, 2008, s.5-6).

Bilgi toplumunun tanımına geçmeden önce, insanlığın bilgi toplumuna ilerleme sürecinden bahsetmek gerekmektedir. Bilgi toplumu hatta şu anda bilgi toplumu ötesinde bulunan toplumun geçirdiği süreç bilgi toplumu, bilgi ekonomisi ve paylaşım ekonomisi için önemli olmaktadır.

İnsanlığı bilgi toplumuna doğru iten olayların en etkililerinden biri endüstri devrimidir. Bu devrim, toplumumuzu ve ekonomimizi kökten değiştiren büyük bir gelişmedir. Gelişme terimi ise, hızlı ve temel olan değişimlerin daha kısa ve etkili bir şekilde gelişmesi olarak tanımlanabilir. Küçük çaplı atölyelerle oluşan tekstil ve seramik fabrikaları ile başlayan endüstriyel süreç, tüm dünyayı etkisi altına alarak her alana yayılmıştır (Ulusoy, 2019, s.4-9).

Endüstrinin tarihsel gelişimini şekil ile gösterecek olursak;



Şekil 3. Endüstri Devriminin Aşamaları

Kaynak: Özçelik ve Onursal, 2020, s.987.

Ayrıca Endüstri 4.0 kavramı, sağladığı gelişmelerle yeni nesil teknolojilerin gelişimini ve işletmeler tarafından entegrasyonunu sağlamaktadır. Bu kavramla birlikte gelen tüm dünyaya hızla yayılan teknolojik gelişmeler, veri yaratmada çeşitlilik, hacim

ve hızda artış sağlayarak hem işletmelerin hem de toplumun gelişimine katkıda bulunmaktadır (Alkış vd, 2020, s.372).

İnsanlığın bilgi toplumuna doğru geçtiğini ifade ederken toplumun geçirdiği evrelerden de bahsetmek gerekmektedir. Fatma (2019)'ya göre, bütün dünya toplumlarının geçirdiği evreleri aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür:

- **Toplum 1.0:** M.Ö başlayan ve 13.000'e kadar süren avcı ve toplayıcı toplum.
- **Toplum 2.0:** 18. yüzyıla kadar süren ve iş bölümüne dayalı tarım toplumu.
- **Toplum 3.0:** 18. yüzyılın sonunda başlayıp 20. yüzyılın sonunda biten, sanayi devrimini yaşamış ve seri üretime geçmiş olan endüstri toplumu.
- **Toplum 4.0:** 20. yüzyılın sonundan 21.yüzyılın sonuna dek devam eden ve bilgisayarın keşfiyle başlamış olan bilgi toplumu. Bilgisayarın keşfi, bilginin önemini tüm kurumlara öğretmiştir. Bilgi toplumuyla beraber tüm dünya ekonomisi de bilgi ekonomisine aşamalı olarak geçiş yaşamıştır.
- **Toplum 5.0:** IoT (nesnelerin interneti) ve yapay zeka gibi teknolojileri kullanarak sosyal problemleri çözmeyi ve refah seviyesini yükseltmeyi öngören süper akıllı toplum. Maddi olan kaynakların yanında maddi olmayan kaynakların da fazlasıyla önem kazanarak yeni kuralların yazıldığı ve bir noktada içinde bulunduğumuz toplum yapısıdır.

Son yıllarda yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde görülecektir ki, Toplum 5.0, aslında Toplum 4.0'da var olan özelliklerin bir adım öteye taşındığı ve toplumun dna yapısının yeniden tanımlandığı bir toplum modelidir. Örnek verecek olursak Toplum 4.0'da ekonomi kriteri verimlilik, Toplum 5.0'da ise problem çözme ve değer yaratma şeklinde oluşmaktadır. Ayrıca Toplum 4.0'ın bir diğer kriteri bireysellik baskısından kurtulmakken, Toplum 5.0'ın kriteri ise toplumda bulunan tüm bireylerin bilgi ve becerilerini her zaman her şekilde kullanabileceği bir toplum dizayn etmektir (<https://hbrturkiye.com/blog/toplum-5-0-toplum-icin-teknoloji>).



Şekil 4. Toplumun Gelişimi

Kaynak: Büyükgöze ve Dereli, 2020, s. 2.

Bu bilgiler doğrultusunda bilgi toplumunu inceleyecek olursak, bilginin önemli bir oranda öncülük ettiği sanayi sonrası toplumunu büyük ölçüde ilgilendirmektedir. Yıllar boyunca öne sürülen tanımlar bir bilgi toplumunun altında yatan beş özelliği vurgulamaktadır: teknolojik, ekonomik, sosyolojik, mekânsal ve kültürel özelliklerdir (Nath, 2017, s.21).

Günümüzde bilgi toplumunu yaşadığımızı gösterecek birçok önerme mevcuttur ama önermeleri açıklamaya gerek duyulmamaktadır. Çünkü; niceliksellik ile beraber bilginin kullanım şekillerine ilişkin belirleyici niteliksel bir değişimin gerçekleştiğine inanılıyor. Tarım toplumu veya sanayi toplumundan daha farklı olarak bilgi toplumu teorik bilginin şimdiye kadar sahip olmadığı öncülük konumunu işgal ettiği bir toplum olarak tanımlanmaktadır. Oldukça farklı düşünürleri birleştiren bilgi toplumu, kümelenmiş bilgi parçalarından çok daha fazlasını uyandırdığı için “bilgi toplumu” terimi kullanılmıştır. Bilgi toplumunun düşünce yapısında, teori ve teorik bilgiler öncelikli olarak düzenlenmiştir. Teorik bilgilerin bilgi toplumunda tamamen yeni olduğu söylenebilir, ancak öneminin hızlandığı ve şimdiki yaşamın tanımlayıcı bir özelliği olduğu tartışılabilir. Yeni bir toplum türü olarak ortaya çıktığı fikrine katılan düşünürler

arasında “bilgi toplumunu” en iyi tanımlayan Daniel Bell’in sanayileşme sonrası teorisidir. Bell’in 1950’lerin sonlarından bu yana “sanayi sonrası toplum” (PIS) terimini kullanmasına rağmen, “sanayi sonrası”nın yerine “bilgi” kelimesini kullandığı söylenebilir. 1980’lerin sonunda fütürolojiye olan ilginin azalmasıyla birlikte, internetin gelişmesi, sınırların ortadan kalkması ve 1990’lı yılların sonunda dünya çapında ağın gelişmesi ile geleceği tahmin etme ilgisi artmıştır. Dolayısıyla Daniel Bell’in öngördüğü ve savunduğu bilgi toplumu teorisi gittikçe daha kabul edilir olmuştur (Webster, 2006, s.28-32).

Bilgi toplumuna geçiş sürecinin yaşanmasıyla birlikte, toplumda yeni kurallar ortaya çıkmıştır. Bilgi toplumu, toplumda önemli değişimlerin yaşandığı, teknolojinin hızlandığı, bilgi ve öğrenmenin önemini vurgulayan bir toplumsal yapı inşa etmiştir. Bu toplumla birlikte kitlesel üretimden uzaklaşmış, standartlaşmadan vazgeçilmiş, basit ve esnek örgütler oluşturulmuş, bilgi işçisi denilen işçi türünün ortaya çıkması sağlanmıştır. İşletmeler de bu süreçten dolayı değişime uğramışlardır ve işletmeler rekabet ortamında ayakta kalabilmek için öğrenen organizasyon olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Ayrıca bilgi iletişim teknolojilerini kullanmaya başlamışlar ve bilgi yönetimi ile ilgili geniş bir çalışma başlatmışlardır (Göksel ve Baytekin, 2008, s.82-83).

Bilgi toplumunun yapısını inceleyen ve çalışmalar gerçekleştiren birçok araştırmacı mevcuttur. Bu araştırmacılardan önemli çalışmaları bulunanları Lawrence Grossberg, Marc Uri Porat, John Naisbitt’dir. Ama bu araştırmacıların dışında bilgi toplumunu tablolarla ifade eden araştırmacılar da vardır. Dura ve Atik, Masuda’nın sanayi toplumundan bilgi toplumunu ayıran ve bilgi toplumunun yapısını Tablo 2’deki gibi tanımlamışlardır.

Tablo 2. Sanayi Toplumu – Bilgi Toplumu Temel Özellikleri Karşılaştırması

	TEMEL ÖZELLİKLER	SANAYİ TOPLUMU	BİLGİ TOPLUMU
YENİLEYİCİ TEKNOLOJİ	Öz	Buhar Makinesi	Bilgisayar
	Temel Fonksiyon	Fiziksel Emegın İkamesi	Zihinsel Emegın İkamesi
	Üretim gücü	Maddi Üretim Gücü	Bilgi Üretme Gücü
	Ürünler	Faydalı Mallar ve Hizmetler	Sıradan Bilgi, Bilimsel Bilgi
	Üretim Merkezi	Modern Fabrika	Bilgi Kullanımı
SOSYO- EKONOMİK YAPI	Piyasa	Yeni Dünya, Koloniler, Tüketici Satın Alma Gücü	Bilimsel Bilgi Sınıfları, Bilgi Alanının Genişlemesi
	Öncü Endüstriler	Birincil, İkincil ve Üçüncül Endüstri	Entelektüel Endüstriler
	Ekonomik Yapı	Mal Ekonomisi	Ortak Ekonomi
	Sosyo-ekonomik İlke	Fiyat İlkesi	Amaç İlkesi
	Sosyo-ekonomik Özne	Girişim	Gönüllü Topluluk
	Sosyo-ekonomik Sistem	Sermayenin Özel Mülkiyeti, Serbest Rekabet	Ortaklık Prensibi
	Toplum Biçimi	Sınıflı Toplum	Fonksiyonel Toplum
	Ulusal Hedef	Gayrisafi Ulusal Refah	Gayrisafi Ulusal Tatmin
	Hükümet Biçimi	Parlementer Demokrasi	Katılımcı Demokrasi
	Sosyal Değişimin İtici Gücü	İşçi Hareketleri	Sivil Hareketler ve Sorunlar
	Sosyal Problemler	Grev, Savaş	Terör, İşsizlik, Kişisel Dokunulmazlığın İhlali
	En İleri Aşama	Yüksek Kitlesele Tüketim	Yüksek Kitlesele Bilgi Üretimi
DEĞERLER	Değer Standartları	Maddi Değerler	Zaman değeri
	Etik Standartlar	Temel İnsan Hakları	Kişisel Disiplin, Sosyal Katılım
	Zamanın ruhu	Rönesans	Globalleşme

Kaynak : Dura ve Atik, 2002, s.50.

Görüldüğü üzere bilgi toplumunun yapısı sanayi toplumundan farklıdır. Bilgi, bilgi toplumunu kendisinden önceki toplumsal aşamalardan farklı kılmaktadır. Ekonomiden siyasete toplumun her yapısında bilgi birinci sırada gelmektedir.

2.2. PAYLAŞIM EKONOMİSİ AÇISINDAN BİLGİ ORGANİZASYONUNA GEÇİŞ SÜRECİ VE BİLGİ YÖNETİMİNİN TEMELLERİ

1990'lı yıllarda birçok işletme çok fonksiyonlu takımlar halinde olan basit ve basık organizasyonel yapıları benimseyerek gelişimlerini sürdürmeye çalışmışlardır. Organizasyonlar, yavaş ve geleneksel organizasyon biçimlerini değiştirmek, daha global hale gelmek ve rekabet açısından avantajlı konuma gelmek için değişim sürecine girmişlerdir. Bundan dolayı çok maliyetli yatırımlar gerçekleştirmiş ve yeni teknolojilere odaklanmışlardır. Dolayısıyla, bu maliyetlerin ve yeni teknolojilerin üst düzey bir biçimde değişim yaratmalarını istediler. Fakat, bu yüksek maliyet ve yeni teknolojileri başlı başına bir değişime sebep olmadı. Gittikçe artan rekabet, verim alınamayan yatırımlar, uygulama aşamasında sorun çıkaran stratejiler sonucunda sermayesini, gücünü ve verimliliğini kaybeden organizasyonlara dönüştüler. Ancak birçok şirket, sonradan fark ederek belirtti ki asıl verimliliği, sürekliliği ve rekabet gücünü sağlayan insan ve insanın kullandığı, ihtiyaçlarını giderdiği bilgidir. Bunlardan dolayıdır ki bilgi organizasyonlarına geçiş yaşanmıştır (Barutçugil, 2002, s.39-44).

Bilginin itici gücünü keşfeden dünya, içinde bulunduğu çağın sunduğu imkanlar doğrultusunda yeni bir ekonomik model geliştirmiştir. Geliştirilen bu model, ekonomik iş modelini değiştirerek paylaşım ekonomisi adını almıştır. Geleneksel ekonomik sistemlerin getirdiği sorunlara çözüm sunan bu ekonomik yapı zaman geçtikçe bir çok disiplin tarafından ilgi çekmektedir. Paylaşım ekonomisi birden çok disiplini etkisi altına aldığından tüm dünyada uygulanan iş modelinde değişiklik yaratmıştır. Yaşanan bu değişim, kullanıcılarına değer yaratan etkiler oluşturmuştur. Bu etkiler; tüketimde genişleme, verimlilik kazançları, girişimcilik ve yenilik, sosyal etkileşim, sürdürülebilirlik, görünmez işin ortaya çıkması ve varlık pazarındaki değişimler olarak söylenebilir (Kaçar ve Yanık, 2018, s. 726).

Paylaşım ekonomisinin yarattığı organizasyonlar bilgi yönetimi ihtiyacını tespit etmişlerdir. Bilgi yönetimi, organizasyon içindeki birimlerin, neyin nasıl oluştuğunu

bilmeleri ve bilgi birikimlerini yönetme şekli olarak ifade edilebilir. Bilgi yönetimi, organizasyon birimlerinin tüketicilere cevap verme hızını arttırdığı gibi güncelliği yakalamalarını da sağlar. Dolayısıyla bilgi yönetimi insanları, teknolojiyi ve süreçleri içerir (Seethanaik, 2014, s.38).

Bilgi yönetimini öğrenme yolu ile kurumun performansını artırarak sürdürülebilir sonuçlar elde etmek için insanları, süreçleri ve teknolojiyi bütünleştiren bir sistem veya çerçeve olarak betimleyebiliriz. Bu sebeple, bilgi ile ilgili varlıklarının sürdürülebilir bir şekilde iyileştirilmesini ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlamak için bir kuruluştaki insanları, süreçleri ve teknolojik sistemleri planlamaya, organize etmeye, motive etmeye ve kontrol etmeye yardım eder (Seleim ve Khalil, 2011, s. 588).

2.3. BİLGİ TOPLUMUNDA BİLGİ YÖNETİMİNİN KULLANIMI VE BİLGİ PAYLAŞIMI

Bilgi toplumunun oluşmasıyla beraber bilgi yönetimi kavramı da önem kazanmıştır. Bilgi yönetimi; bilgiyi elde etme, kullanma ve paylaşma süreçlerini kapsamaktadır. Bu süreçlerin sonucu olarak da işletmeler, rekabetçi, yeni ve dinamik bir iş dünyasıyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bilgi yönetiminin asıl amacı hem işletmeler hem de çalışanlar için daha iyi stratejiler planlamaktır. Dolayısıyla bu stratejiler doğrultusunda katma değerlerini ve verimliliklerini arttırmaktadırlar. Bilginin aslında entelektüel sermaye olduğunu ve bilgi çağında çalışanların ve işletmelerin uzun vadeli başarının kaynağı olduğunu belirtmek doğru olacaktır (Karami vd, 2015, s.182-186).

Bilgi yönetimine önem veren işletmedeki bireylerin, hızlı bir şekilde bilgi yönetimine adapte olmaları stratejileri oluşturmada ve süreçleri hızlandırmada önemli bir etkidir. Kumar ve Anwarul (2014), bilgi yönetiminin sistemini kuruluşun ihtiyaçları ve çalışanların ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanması gerektiğini savunurlar (Kumar ve Anwarul, 2014, s.324).

Bu bilgilerden yola çıkarak, organizasyonlarda bilgi yönetimi modelinin dört temel aşamayı kapsamayı gerektiği sonucuna varmak mantıklı olacaktır (Merlo, 2016, s.23):

- Bilgi Edinme,
- Bilgi Organizasyonu,
- Bilgi Paylaşımı,
- Bilgi Kullanımı 'dır.

Bilgiyi edinme, şirketi oluşturma, paylaşma ve kullanımının amacı, şirket içinde bilginin rolünün önemini göstermek, yarattığı katma değeri görünür kılmak ve bilgi alt yapılı bir şirket kültürü oluşturmaktır. Bilgiyi paylaşmak, şirket içinde bulunan çalışanların bilgiyi kullanma, birbirlerinin işlerini hızlandırmak ve geliştirmek için yaptıkları bir süreçtir (Miklosik ve Zak, 2015, s.887).

Bilgi yönetimi, bilgi ve iletişim ile ilgili bir kavramdır. Bilgi bir şirket içinde uygun ortam sağlanır ise kullanılabilir, yayılabilir ve paylaşılabilir hale gelmektedir. Bilgi paylaşımı en az iki taraf arasında bilinçli olarak gerçekleştirilen bir paylaşım sürecini ifade etmektedir. Bu taraflardan biri bilgiye sahip ve hakimken, diğer taraf bilgiye sahip değildir. Bilgiye sahip olmayan tarafın isteği, bilgiyi elde etmek ve bunun sonucunda bilgiyi iş süreci içerisinde kullanmaktır (Demirel ve Seçkin, 2008, s. 195).

Leposava Grubić-Nešić, Dejan Matić, Slavica Mitrović (2015), “Bilgi paylaşımı, bir bireyin/çalışanın kendi bilgisinin, başka çalışanlar için anlaşılabilir ve pratik olarak uygulanabilirliği bilgisine dönüştürülebildiği bir süreç” olduğunu savunmaktadırlar (Grubić-Nešić, Matić ve Mitrović, 2015, s. 1005).

Bu bilgilere dayanarak bilgi yönetimi, operasyonel ve stratejik olmak üzere iki farklı şekilde biçimlendirilir.

2.3.1. Operasyonel Bilgi Yönetimi

Bilgi yönetimini başlatmak ve dönüştürmek için operasyonel bilgi yönetimi kullanılmaktadır. Bilgiyi ve bilginin organizasyon içine yedirilmesini önemseyen işletmeler aslında bir bakıma organizasyonel bilgi yönetimini benimsemiş olmaktadır. Dolayısıyla bu aşamada önemli olan bilgi ile insanlar arasında güçlü bir bağ oluşturmaktır. Bahsedilen bu bağ oluşturmamayan organizasyonlar bilmelidirler ki maliyetli ve yararsız olan bu bilgi yönetimi içinde boğulmaları kaçınılmazdır (Barutçugil, 2002, s.96).

2.3.2. Stratejik Bilgi Yönetimi

Bilgi yönetiminde önemli olan dengeyi sağlamaktır. Bu dengeyi sağlamak için de organizasyonlar; bilgi yönetimini işletme stratejileriyle ortak paydada ilişkilendirmektedirler. İşte bu da stratejik bilgi yönetimi olarak tanımlanmaktadır. Stratejik bilgi yönetimi, organizasyon içinde yürütülen önemli işleri yönetmek ve bu organizasyonda çalışan bilgi işçilerinin arasındaki paylaşımların doğru koşullarda olmasını sağlamak için kullanılır (Barutçugil, 2002, s.96).

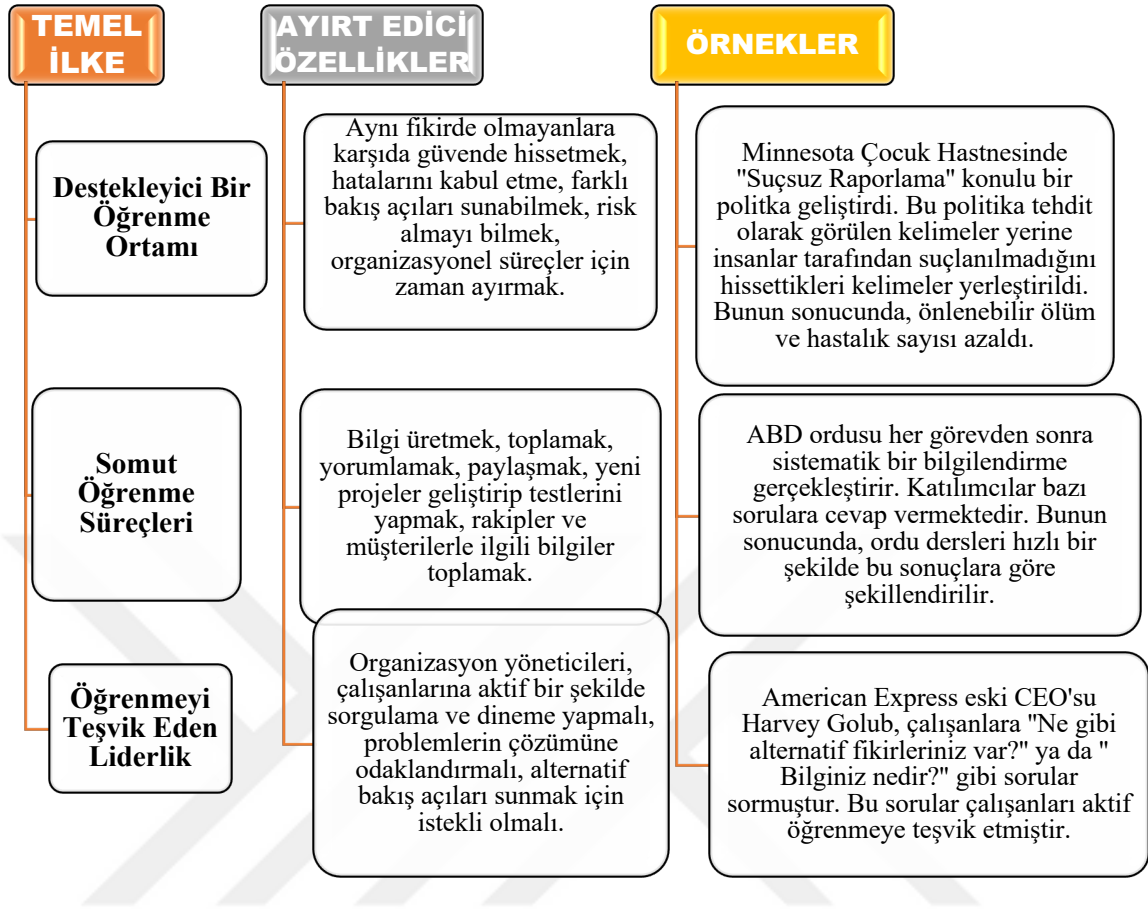
2.4. BİLGİ TOPLUMUNDA ÖĞRENEN ORGANİZASYONUN GELİŞİMİ

Organizasyonlar, yüzyıllar boyunca insanların ticari amaçlarına ulaşmak için oluşturulan bir yapı olmuştur. Bu yapılar zamanla değişim yaşamışlardır. Değişim rekabetin ana etkeni olduğundan organizasyonlar yaşanan bu değişime ayak uydurmak için oldukça yoğun bir şekilde çaba harcamışlardır. Organizasyonlar, bilgi toplumuyla birlikte öğrenen organizasyon yapısını almışlardır (Akgemci, 2014, s.60).

Öğrenen organizasyonlar; organizasyon için bilgiyi oluşturma, elde etme ya da bu bilgiyi başka bir birimden transfer etmede ve yönetim biçimlerini bu bilgiler üzerine oluşturmada başarılıdır. Öğrenen organizasyonların oluşmasında insan, bilgi ve teknoloji önemli bir etkiye sahiptir (Garvin vd, 2008, s.1).

Bilgi toplumunda öğrenen organizasyonların önemi, organizasyonların bilgiyi ve öğrenmeyi kalkınmak için organizasyonların tüm yapı taşlarına yedirmiş olmalarından ve bireyler gibi organizasyonların da durmaksızın kendilerini gelişime adanmış olmalarından gelir. Dolayısıyla, bunun sonucunda organizasyonlar bilgi eskimesi durumu ile karşılaşmayacaklardır. Sonuç olarak bilgi toplumunda bulunan öğrenen organizasyonlar, gelişmenin dinamik olduğunu anlayarak rekabet ortamında ayakta kalmayı başaracaklardır (Akgemci, 2014, s.61).

Garvin, Edmondson ve Gino (2008) Öğrenen organizasyon sistemini oluşturan yapı taşları Şekil 5’de açıklanmıştır.



Şekil 5. Öğrenen Organizasyon Yapı Taşları

Kaynak: Garvin vd, 2008, s.1.

2.5. ENTELEKTÜEL SERMAYE KAVRAMI VE TANIMI

Ekonomi dünyasında sermaye kavramının daha da gelişmesi ve önem kazanması, teknolojinin ilerlemesi ile sermaye arasındaki ilişki üzerine bazı tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Keith-Arrow ve Joan Robinson gibi İngiliz ve Amerikalı akademisyenler arasındaki büyük bilimsel tartışmaları örnek olarak gösterebiliriz. Bununla birlikte, zaman zaman karşılaşılan zorluklar ve bilgi temelli ekonominin gelişim gereklilikleri açısından, ekonomik büyüme teorisinin sosyal koşullarına da dikkat çekmek gerekmektedir. Bundan dolayı, entelektüel sermaye teorisinin daha da geliştirilmesi çok önemliydi ve hala önemini korumaktadır. Çünkü; bilgi ve bilgiyle bağlantılı entelektüel sermayeyi, belli bir kaynak ve belirli bir akış olarak diğer sermaye çeşitlerinden ayırt etmek gerekmektedir (Herman, 2010, s.7).

İşletmelerin bilgi gücü ile fark yaratmaları entelektüel sermaye kavramını gündeme getirmiştir. Literatürde entelektüel sermaye bir çok araştırmacı tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu tanımlamalardan bazıları;

- Entelektüel sermayenin ilk tanımlamasını 1961’de Kendrick yapmıştır. Kendrick’e göre entelektüel sermaye, şirkette bulunan her türlü servetin stoğudur (Alexander, 2018, s.36).
- Mavridis (2005) tarafından entelektüel sermaye “işletme ve toplum için değer yaratma potansiyeli olan maddi olmayan bir varlık” olarak tanımlanmıştır (Mavridis,2005, s.43).
- Martinez ve Garcia-Meca (2005) tarafından ise entelektüel sermaye “servet yaratmada kullanılabilecek bilgi, fikri mülkiyet ve deneyim” olarak tanımlanmıştır (Martinez ve Garcia-Meca, 2005, s.305).
- Brennan (2001) tarafından “Patentler, fikri mülkiyet hakları, telif hakları ve franchise gibi maddi olmayan duran varlıklar” bu tanıma dahil edilmiştir (Brennan, 2001, s.423).
- Marr ve Schiuma (2003) tarafından “Entelektüel sermaye, bir kuruma atfedilen ve tanımlanmış temel paydaşlara değer katarak bu kuruluşun rekabet gücünün artmasına önemli ölçüde katkıda bulunan bilgi varlıkları grubudur” tanımlaması yapmıştır (Marr ve Schiuma, 2003, s.680-681).

Entelektüel sermaye kavramı 1960’lı yıllarda kullanılmaya başlansa da bugün bahsedilen tanımı 1990’lı yıllarda oluşmuştur. Bunların sonucunda, günümüzde bilişim dünyası işletmeleri, maddi varlıklardan daha çok maddi olmayan varlıklara yani entelektüel sermayeye doğru yönelmiştir. Bu durum üretim faktörlerinin içine bilginin de dahil edilmesi düşüncelerini meydana getirmiştir. Günümüz işletmeleri rekabet ortamında yaşamlarını sürdürebilmek için bilginin değerli olduğunu anlamış ve tüm çalışmalarını bilgiyi yaratma üzerine odaklanmışlardır. Bilgi varlıklarını genişleten ve güncel tutan işletmelerin piyasa fiyatları da gittikçe değerlenmiştir. Bunların sonucunda işletmeler maddi varlıklara dayalı yaptıkları işletme değerlendirmelerini, maddi olmayan

(görünmeyen) varlıklara bırakmışlardır. Bu sebeple bilginin gittikçe değer kazandığı bilgi toplumunda, bilgiyi yaratmak davranış biçimi haline gelmelidir (Pirtini, 2004, s.17-20).

Buna ek olarak entelektüel sermayenin önemini anlatan noktaları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Çetin, 2005, s.301).

- Enformasyon teknolojisinde olan devrim ve enformasyon toplumu,
- Bilgi kavramının öneminin artması ve bilgi temelli ekonomi,
- Çalışanların aktiviteleri modellerindeki farklılık ve bilgi ağı toplumu,
- Yaratıcılık ve inovasyonun, rekabetin başlıca belirleyicisi olarak ortaya çıkmasıdır.

Şirketin performansı üzerinde etkisi olan işletmenin maddi olmayan duran varlıkları entelektüel sermaye olarak adlandırılır. Ayrıca, entelektüel sermaye değer yaratma kaynaklarından biridir. Gelişmiş ülke ve gelişmekte olan ülke işletmeleri entelektüel sermayelerini açıklamakta sakınca görmedikleri gibi bu açıklama için isteklidirler. Çünkü entelektüel sermayelerini açıklarken aslında paydaşlar, yöneticiler ve yabancı ve yerel yatırımcılar arasındaki bilgi asimetrisinin azaltılmasını da sağlamaktadırlar (Dashti vd, 2016, s.191-193).

Entelektüel sermaye, küreselleşme düzeyi, piyasaların özelleştirilmesi ve serbestleştirilmesi, agresif rekabet ve müşteri beklentilerinin artması nedeniyle oldukça önemli konuma gelmiştir. Entelektüel sermaye araştırmacıları, işletmenin performansı üzerine etkisini ortaya koymuşlardır. Dinamik bir yapıya sahip olan bu sermaye, bir işletmenin rakiplerinin önünde kalma durumunu oldukça arttırmıştır. Entelektüel sermaye günümüz iş dünyasında, stratejik iş planlamasına önem vermesi sebebiyle şirketlerin bilgiye dayalı sistem geliştirmesine olanak sağlamıştır (Alexander, 2018, s.37).

2.6. ENTELEKTÜEL SERMAYE BİLEŞENLERİ

Bir işletmenin piyasadaki değeri finansal sermaye ve entelektüel sermayeden oluşmaktadır (Genç, 2018, s.37).

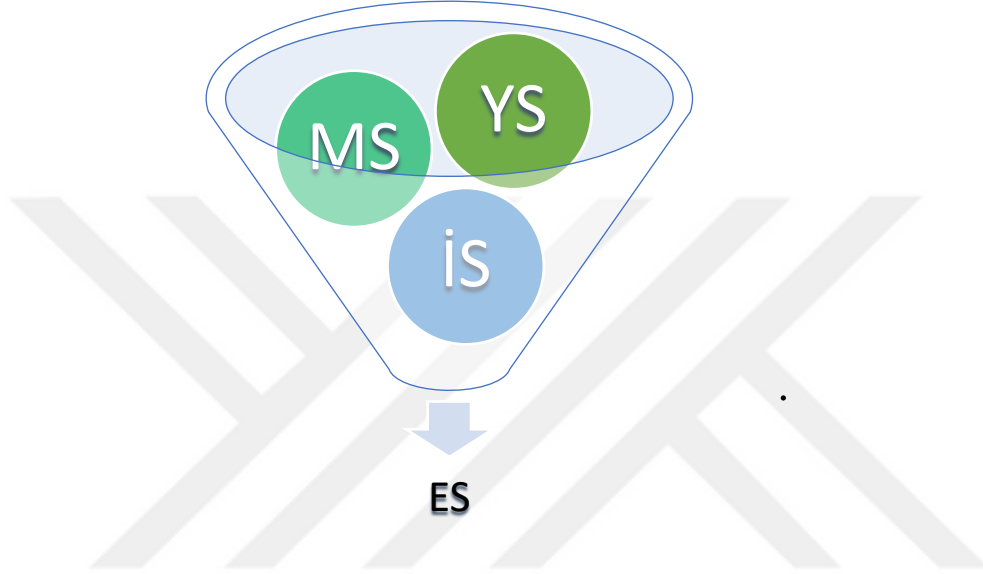
ES = Entelektüel sermaye,

İS = İnsan sermayesi,

YS = Yapısal sermaye,

MS = Müşteri sermayesi (ilişkisel sermaye) kavramlarının kısaltılmış ifadesidir.

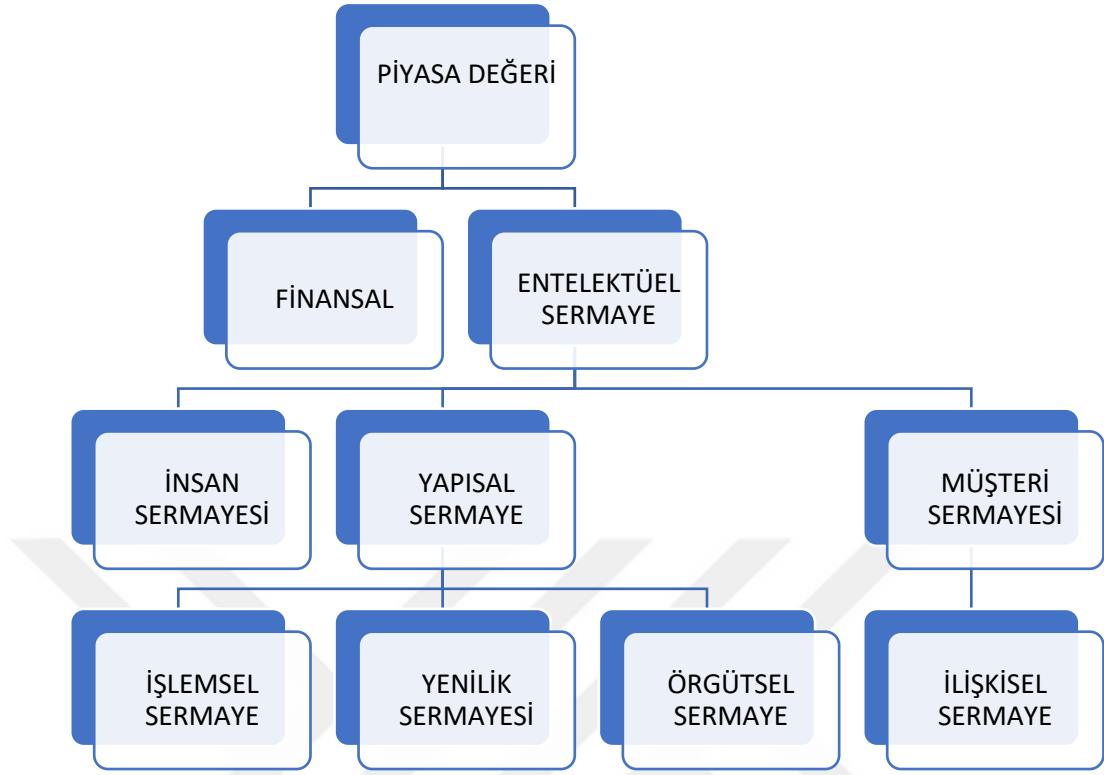
$ES = İS + YS + MS$



Şekil 6. Entelektüel Sermaye Oluşumu

Kaynak: Genç A.K, 2018, s.37.

Bunlardan ilki olan finansal sermaye geçmişten 1990'lı yıllara kadar olan süreçte şirketlerin sürdürülebilirliğini sağlayan en önemli değer finansal değerler olduğunu söylemektedir. Fakat, 1990'lı yıllardan sonra günümüze gelen süreçte araştırmacılar tarafından belirtiliyor ki şirketlerin ve kurumların sürdürülebilirliklerini ve rakiplerle olan rekabet avantajını sağlayan, zaman geçtikçe verimli olmasında etkili rol oynayan değer entelektüel sermayedir. Entelektüel sermaye üç ana kategoriye ayrılır: bireye gömülü bilgi ile ilgili olan insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesidir. Bu bileşenlere ait gösterimi Şekil 7'te görmek mümkündür.



Şekil 7. Entelektüel Sermaye Bileşenleri

Kaynak: Nick Bontis, 2001, s.15.

Entelektüel sermayenin bileşenleri birbirleri ile etkileşim halindedirler. Bu bileşenlerin birbirleri ile etkileşimde bulunmaları entelektüel sermayenin işletmeye sağladığı katma değerin arttırılmasında rol oynamaktadır.

2.6.1. İnsan Sermayesi

İnsan sermayesi ve entelektüel sermaye aynı kavramlar gibi görünse de aslında birbirinden farklı kavramlardır.

İnsan sermayesi kavramı II. Dünya savaşı sonrasında ilk olarak Theodore W. Schultz'un katkılarıyla literatüre geçmiştir. Schultz, geleneksel sermaye kavramından uzak olarak fiziksel sermayenin işletmenin tüm verim artışlarını karşılamadığından bahsetmiştir ve artan verimlilikle karşılanamayan kısmın işletmede çalışan insanların yetenekleri ve bilgileri olduğunu belirtmektedir (Aktan vd, 2017, s.85).

İnsan sermayesinin oluşumunu sağlayan en önemli değer, işletmenin çalışanlarıdır. Bu çalışanlar işletmeden ayrıldıklarında çalışanların işletmeye kattığı katma değer yaratan özellikleri de onlarla beraber işletmeden ayrılır. Bu noktada önemli olan bu çalışanların yerinin dolup dolmayacağı, bireysel bilgi ve yeteneklerinin işletme için ne kadar önemli olup olmadığıdır (Sağır ve Gönülölmez, 2019, s.60).

Entelektüel sermaye bileşeni olarak insan sermayesi, şirketlerin verimliliklerini ve etkinliklerini artırmak için güvendikleri, önem verdikleri ve rekabet avantajı sağladığı en önemli kaynaklardan biridir. İnsan sermayesi dediğimiz yetenekli çalışanlar, bilgi ve yönetim felsefesini ilke edinerek şirketin performansını artırmaya yardımcı olur. Bundan dolayı da entelektüel sermaye performansının belirleyicilerini incelemek ve ölçmek için önemli bir zorluk oluşturmaktadır (Bannany, 2008, s.487).

İnovasyon ve sürdürülebilirlik için gerekli olan bilgi ve becerilerin en önemli kısmı bireyler tarafından bulunur ve bireyler tarafından kullanılır. Yeni bilgi geliştirmek, kullanmak, sürece adapte etmek bir miktar mevcut bilgi gerektirir. Bu nedenle çalışanların yetenekleri ve uzmanlıkları örgütsel yeniliğin ve sürdürülebilirliğin önemli belirleyicileridir. Yaratıcı ve bilgili çalışanların yeni ve yenilikçi fikirler geliştirmeleri ya da mevcut davranış biçimlerini sorgulamaları ve kurumun sürdürülebilirliğini sağlayan değişim araçları olarak davranışları daha muhtemeldir (Kianto vd., 2017, s.12).

2.6.2. Yapısal Sermaye

Yapısal sermaye, kendi arasında 3 bileşene ayrılmaktadır ve bu bileşenler çoğu kaynakta iç içe geçmektedir. Yapısal sermaye, işlemsel, yenilik ve örgütsel sermayeye bölünmüştür ve çoğunlukla örgütsel sermaye olarak adlandırılmaktadır. Yapısal sermaye, işletmelerdeki tüm insan dışı bilgi havuzlarını ve depolarını içermektedir. İnsan sermayesini destekleyen süreçleri ve alt yapıları bulundurarak entelektüel sermayenin işletmenin rakiplerine olan avantajını güçlendirmektedir. Ayrıca, yapısal sermayeyi genel bir sistem ve problemlerin ve yeniliğin çözümü için prosedürler olarak tanımlamak da mümkündür. Bunlarla birlikte yapısal sermaye, bilginin ve kalkınmanın yaratılmasına yol açan organizasyonel bir yapı ve yaratılan bilginin yayılmasını sağlayan örgütsel kaynaklar oluşturmaktadır. Ek olarak bu kaynaklar, bir örgütün yapısı, süreci ve kültürü

içinde ele geçirilen ve kurumsallaştırılan bilgileri açık bir şekilde tanımlamaktadır (Alipour, 2012, s. 55).

Yapısal sermaye, açık bilgi ya da kodlanmış bilgi türlerini içermektedir. İnsan sermayesinden farklı olarak programların, sistemlerin ve veri tabanlarının içine yerleştirilmiş sermaye olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra yapısal sermaye, insan sermayesi ve ilişkisel sermaye için bilgi havuzu ve destekleyici altyapı oluşturmaktadır. Bontis (1998), yapısal sermaye olmadan entelektüel sermayenin sadece insan sermayesi olacağını vurgulamıştır. Yapısal sermayesi güçlü ve etkin olan kuruluşların, insan sermayesi ile ilişkisel sermayeye daha iyi uyum sağlayabildiği bilinmektedir. Bu yeterliliklerin birleşimi entelektüel sermayenin kurum için güçlü bir sürdürülebilir kaynağı olmasını sağlamaktadır (Yaseen vd., 2016, s.169).

Yapısal sermaye, işletmenin örgütsel boyutuyla ilgilenmektedir. Bu nedenle bazı kaynaklarda örgütsel sermaye olarak da adlandırılır. Yapısal sermaye, işletme dışına çıkmayan bilgilerden oluşmaktadır. Yapısal sermaye işletmenin tüm süreçlerini kapsadığı için işletmenin hem iç hem de dış etkenlerden kaynaklanan zorluklarla baş etme kabiliyetini geliştiren ve entelektüel sermayeden yararlanma oranını arttıran bir yapı oluşturmaktadır. (Bölükbaşı, 2014, s.428).

Yapısal sermaye, işletmenin vizyonunu, misyonunu, stratejilerini, kültürünü, telif haklarını, patentlerini, veri tabanlarını ve işletme içi tüm yönetim süreçlerini kapsamaktadır (Szelagowski, 2019, 208).

Yapısal sermaye, insanlar arasında ne olur, insanlar kuruma nasıl bağlanır ve çalışan kurumdan ayrıldığında ne kalır gibi soruların açıklamasını yapar (Blankenburg, 2018, s.15).

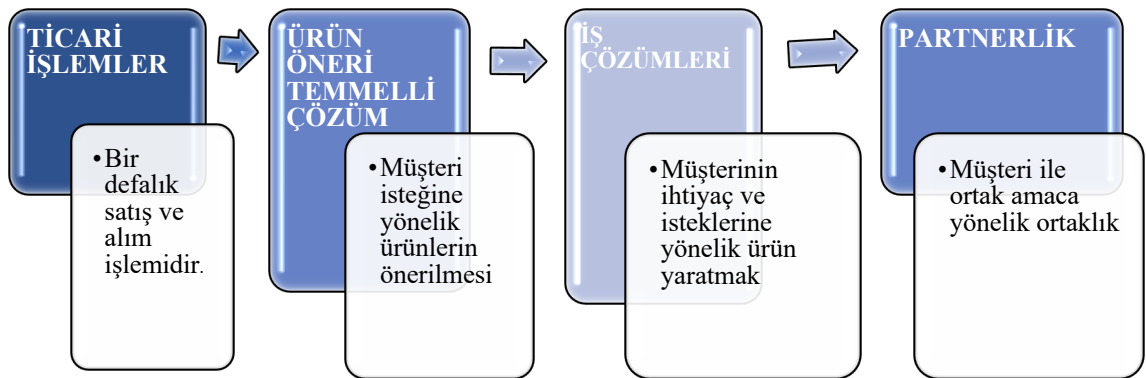
2.6.3. İlişkisel Sermaye

Entelektüel sermayenin bileşenlerinin sonuncusu olan ilişkisel sermaye, bir kuruluşun, tedarikçileri, müşterileri olan kuruluşlarla ve iş yaptığı insanlarla dış ilişkilerinin değerini ifade etmektedir. Bu nedenle ilişkisel sermayeyi, şirket üzerinde

önemli bir etkisi olan dış paydaşlara sahip bir ağ olarak tanımlamak mümkün olacaktır (Carson vd., 2004, s.447).

İlişkisel sermaye, karmaşık ve heterojen bir yapıya sahiptir. Bu yapıya sahip olmasından dolayı da diğer entelektüel sermaye bileşenlerine oranla daha sonraları işletmeler tarafından keşfedilmiş ve derinleştirilmiştir. Daha geç derinleştirilmesine rağmen çoğu bilim insanı ilişkisel sermayenin en verimli olan sermaye olduğunu savunmuşlardır. İşletmenin bilgi odaklı bakış açısına göre, kuruluşların içerde ve dışarda olan bilgiyi depolayan sosyal varlıklar olduğu ve bu durumun bir işletmenin hayatta kalması ve başarısının özünde yattığı vurgulanmıştır. İlişkisel sermayeyi tanımlarken aslında işletmelerin rekabet avantajı elde etmek ve bunu sürdürmek için çevrelerindeki yeni bilgileri nasıl absorbe edip sömürebileceklerine odaklanmak yeterli olacaktır. İlişkisel sermayenin değişkenleri ise; müşteri tipolojisi, müşteri sadakati ve ilişkinin uzun ömürlülüğü, müşteri desteği ve müşteri ilişkilerinin etkinliğidir. Bundan dolayı entelektüel sermaye bileşenlerinden olan ilişkisel sermaye bazı bilimsel kaynaklarda müşteri sermayesi olarak da adlandırılmaktadır (Castro vd., 2010, s.111-113). Şekil 8’te ilişkisel sermayenin oluşum aşamalarını görmek mümkündür.

İlişkisel sermayenin oluşum aşamalarını gerçekleştiren, farklı müşteri ilişkilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.



Şekil 8. İlişkisel Sermayenin Oluşum Aşamaları

Kaynak: Elif Haykır Hobikoğlu, 2009, s.219.

İlişkisel sermaye; işletmenin ortakları, müşterileri, tedarikçileri, stratejik ortaklıkları, distribütörleri ve bayileri oluşturur olarak tanımlamaktadır. İlişkisel sermayeyi oluşturan tüm unsurlar işletme ile aynı hedefe sahip olarak bir uyum içinde süreçlerini geliştirmeli ve ilişkilerini şeffaf tutmalıdır. Yeni pazarlar yaratma ve bu pazarlarda tutunma, müşteri memnuniyeti, büyüme odaklı stratejilerin geliştirilmesi büyük bir oranda ilişkisel sermayeye bağlıdır (Okay, 2015).

2.7. ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİ VE REKABET AVANTAJI

Entelektüel sermayenin temel özelliği, maddi varlıklar ve maddi olmayan varlıkların etkinliğini artırma yeteneğinden oluşmasıdır. Bundan dolayı entelektüel sermayenin, bir kuruluşun, bir işletmenin fikri mülkiyetini önemli ölçüde aşabilecek, üst düzey büyüme veya yüksek karlar sağlayacak şekilde ürün veya hizmetlere “değer katma” yeteneği olduğu bilinmektedir. Bu yeteneği daha iyi kavrayabilmek adına bileşenlere ayrılmıştır. Bu bileşenler birbirine güçlü bir bağ ile bağlıdır (Shakina ve Barajas, 2012, s. 81-82).

Entelektüel sermaye yönetimi ile bilgi yönetimi birbiriyle çok ilişkili olmasına rağmen entelektüel sermaye yönetimi bilgi yönetimine oranla daha geniş kapsamlı ve derindir. Entelektüel sermaye yönetimi, işletmenin değerini arttıracak unsurları bulma, piyasaya sunma ve piyasada değerin ölçülmesine kadar tüm yönetim sürecidir (Ölçer ve Şanal, 2007, s. 481).

Hızlı bir şekilde değişen yönetim anlayışı ve bilginin işletmelerin tüm süreçlerine işlenmesi, değer yaratması sebebiyle firmalar yönetim stratejilerini değiştirmek zorunda kalmışlardır. Bu zorunluluk entelektüel sermaye yönetiminin neden bu kadar önemli olduğunu açıklamaktadır. Entelektüel sermaye yönetiminin bir işletmeye yararları aşağıdaki gibi özetlenebilir (Karacan, 2004, s.191).

- Bilgi ve öğrenmenin önemi,
- Uygulama sürecinin kısaltılması,
- Maliyet ve yatırımlardan transferler – yapısal ve örgütsel sermayenin yeniden değerlendirilmesi,

- Etkileşimin hızlandırılmasıyla daha yüksek değer yaratma.

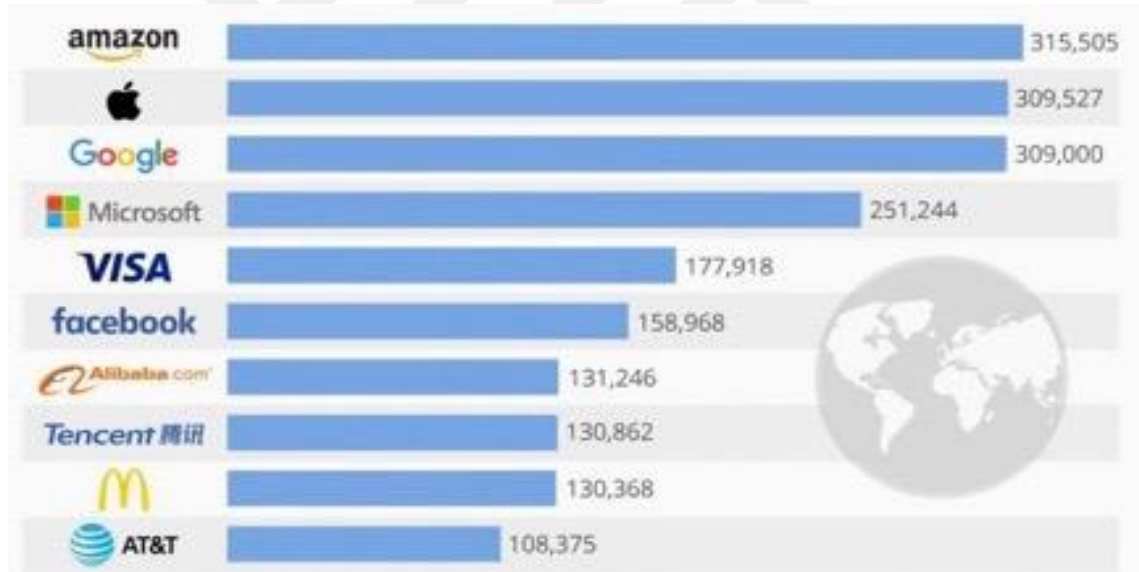
İşletmeler ve kuruluşlar entelektüel sermayeyi etkin ve verimli bir biçimde yönettiklerinde işletme performansının artacağı ve zorlu bilgi temelli dönemde büyümeyi sürdürmek için önemli olduğu gözle görülen bir gerçektir. Bir bilginin bilgiye dönüştürüldüğü ve bilginin entelektüel sermayeye dönüştürüldüğü bir şirket içinde sürdürülebilir değerlerin yaratılmasının farkında olan vizyon sahibi işletmeler entelektüel sermaye yönetimi için çaba harcamakta ve kurumlarında bilgi yönetici olarak kalifiye personel çalıştırmaktadırlar. Bunların doğrultusunda işletmeler, entelektüel sermayenin performans ve değer yaratmaya yöneldiğini öne süren bir yönetim biçimini elde ettiklerinde sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde ederler (Kweh vd., 2015, s.107-108).

Şirketler piyasa performanslarını etkileyen sınırsız kaynağa sahip olan organizasyonlardır. Sahip oldukları bu kaynaklar, rakipleri üzerindeki rekabet avantajlarını doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Bu varlıklar maddi olmak zorunda değildir. Bu sebeple maddi olmayan duran varlıklar da şirketin rakipleri üzerindeki rekabet avantajını etkilemektedir. Entelektüel sermaye, kurum içindeki maddi olmayan duran varlıklar veya bilgi varlıkları olarak kabul edilebildiğinden, şirketlerin içerisinde entelektüel kaynakların birleşimi ve değişimi yoluyla rekabet avantajı yaratıldığını söylemek mümkün olacaktır (Yaseen vd., 2016, s.169).

Bilgi, şirketler ve kurumlarda en önemli maddi olmayan kaynak olarak belirtilmektedir. Şirketlerin performansının ve rekabet stratejilerinin ulusal ve küresel büyüme ve karlılık yaratmada temel bir etkeni olarak kabul görmektedir. Farklı düzeylerde bilgi birikimine ve insan yaratıcılığına sahip olan şirketlerin, kurumların yüksek rekabet avantajı elde etmek için yenilikçi olma zorunlulukları vardır. Çünkü; küreselleşme, yenilikler ve teknolojik gelişmeler böylesine zorlu bir ortamda yoğun bir şekilde rekabet ederek hayatta kalmak isteyen şirketlerin küreselleşmeye ve teknolojiye uyumunu zorunlu kılmıştır. Rekabeti sağlayan bu etkenler, şirketlerin pazarda kendilerine pay elde etmesine, elde ettikleri payı sürdürülebilir kılmasına ve gittikçe paylarını arttırmasına olanak sağlamıştır. Bu bilgilerle birlikte ifade edilmelidir ki, rekabet avantajı nihai ürün ve hizmetlerin müşterilere üretilmesinden değil, onları üreten kaynaklardan kaynaklanmaktadır (Grimaldi vd., 2012, s.305-309).

Şirketlerin maddi olan kaynaklarını ikame etmekte zorlanmadığı, maddi olmayan kaynakları ikame etmekte zorlandığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle maddi varlıklar sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayan varlıklar değildir. Çünkü; ikamesi kolay olduğundan rakipler tarafından kolayca taklit edilebilmektedir. Maddi olmayan varlıklar için bunu söylemek oldukça güçtür. Rakip işletmelerin maddi olmayan yenilikçi, teknolojik, insan ve bilgiye dayalı olan kaynakları taklit etmeleri oldukça zor olacağından, bu kaynaklar işletmelere farklılık katacaktır. Bu farklılık şirketlere katma değer yaratacaktır. Dolayısıyla, rekabet üstünlüğü de paralel olarak ilerleyecektir (Pearson vd., 2015, s.179-181).

Uluslararası marka değerlendirme kuruluşu olan Brandz tarafından hazırlanan “Dünyanın En İyi Markaları” raporu mevcuttur. Bu raporun 2019 versiyonunu Şekil 9’de görmek mümkündür.



Şekil 9. 2019 Yılı Dünyanın En Değerli Markaları

Kaynak: Brandz, 2019, s.32.

Dünyada ve ülkemizde yapılan son araştırmalar gösteriyor ki, rekabet üstünlüğü ağırlıklı olarak entelektüel sermaye bileşenlerine ve yönetimine bağlıdır. Şirketlerin piyasa performansını entelektüel sermaye fazlasıyla etkilemektedir. Entelektüel sermaye yönetimini uygulayabilen ve başarılı olan şirketler dünyanın en iyi şirketleri arasında gösterilmektedir.

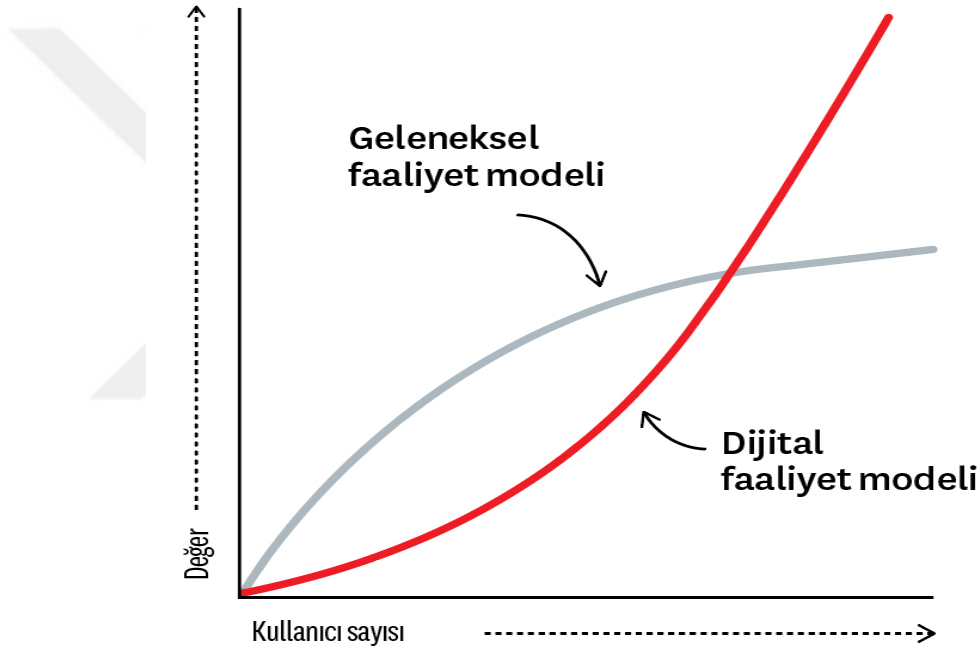
2.8. BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN İTİCİ GÜCÜ İLE ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİNDE YENİ VİZYON ARAYIŞLARI

Bilgi tabanlı iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ülkelerin, kurumların ve işletmelerin ekonomik, kültürel ve siyasal yapılarında büyük değişikliklere yol açmıştır. Sanayi devriminin yarattığı dönüşümden sonra dünya bilgi ile en etkili değişimini yaşamaktadır. 20. yy elle tutulan, gözle görülen ve endüstriyel ürünlerden oluşan Fordist sisteminin dünyası iken 21. yy tamamen elle tutulmayan, gözle görülmeyen, yazılımın ve bilginin önemli olduğu Microsoft' ların dünyası oldu ve olmaya devam etmektedir. Bilginin yarattığı bu devrim gelecek yüzyılları da etkisi altına alacaktır. Dünyada yaşanan bu değişim geleceğin şirketlerinin yapısının oluşmasında etkili olmuştur. Sınırların önemini yitirdiği dünyada, işletmeler ülkelerinin sınırlarının dışına çıkamazlar ise büyümelerini gerçekleştiremezler ve ivme kazanmış rekabet dünyasında yok olup gitmeye mahkum kalırlar. Bundan dolayıdır ki, geleceğin işletmelerinin stratejileri tüm dünyada ayakta kalmak üzerine kurulmaktadır (Gürdoğan, 2013, s.1).

Geleceğin şirketleri ileriye dönük olarak güçlü bir dna yapılarına sahiptirler. Bu şirketlerin geleceğin şirketleri olarak adlandırılmasının en büyük sebepleri piyasa potansiyellerinin yüksek olması ve bu potansiyelleri gerçekleştirme kapasiteleridir. Bu kapasite faktörleri; stratejileri, teknolojileri, yatırımları, insan kaynakları ve yapılarıdır (Fourtune, 2018).

Geleceğin şirketleri yeni entelektüel varlıklar oluşturarak ayakta kalmayı başarabileceklerdir. Çünkü; geleceğin şirketleri olarak adlandırılan şirketlere bakıldığında bunlar bilgi yoğun şirketlerdir. Dünyanın en değerli markalarına bakıldığında bilgi yoğun sektörlerden geldiğini görmek mümkündür. Algoritma, veri ve yazılım gibi varlıklar gittikçe değer kazanmaktadır. Bazı varlıklar diğerlerinden daha değerli konuma gelmiştir. Örneğin; tüketici davranışı, karar alma yapıları, müşteri işlem veya lokasyon verilerinden stratejik anlamda daha önemli olmuştur. Bu bilgileri kabullenen geleceğin şirketleri kullanıcılar, tedarikçiler ve inavatörleri için yeni bir topluluk oluşturup, yeni entelektüel varlıklar yaratmaktadırlar. Google'ın Android geliştirmesi ya da Apple'ın uygulama geliştirmesi bu yeni entelektüel varlıkların en büyük örneklerindendir. Geleceğin şirketleri olarak adlandırılan markalardan, ne kadar

büyük yenilik ve yaratıcılık çıkarsa tüketicilerin o kadar ilgisini çekmektedir ve bu duruma bağlı olarak sadakatlarını arttırmaktadır. Entelektüel sermayenin yeni yapısını oluşturan bu varlıkların sadece teknoloji işletmeleriyle sınırlı olması gerekmemektedir. Dünyada bulunan her türlü kar amacı olan ya da olmayan her işletme ve kuruluş bunu uygulayabilmektedir. Örneğin; Astra Zeneca üniversiteler ve kar amacı olmayan kuruluşlarla birlikte yeni ilaç keşiflerinin oluşturulması için herkese açık bir inovasyon platformu oluşturmaktadır (Ramaswamy vd., 2015, s.1). Şekil 10’da dijital faaliyet modelinin etkinliğine dair grafik paylaşılmıştır.



Şekil 10. Dijital Faaliyet Modelinin Etkinliği

Kaynak: <https://hbrturkiye.com/dergi/yapay-zeka-caginda-rekabet>

Küresel ekonominin sanayiden bilgi yoğun işletmelere yönelmesi entelektüel sermayenin önemini gittikçe arttırmıştır. Bilgi yoğun kullanılan işletmelerin teknoloji alt yapılı olmaları da geleceğin şirketleri olarak adlandırılan şirketlerin omurgalarının tamamen geleneksel şirketlerden uzak bir biçimde oluştuğu gözlemlenmiştir.

Geleceğin şirketleri olarak bahsedilen şirketler, dijital faaliyet modelini benimsemişlerdir. Geleneksel iş modelinden uzaklaşarak entelektüel sermaye ile katma

değer yaratarak piyasaya yeni bir faaliyet modeli sunmuşlardır. Bundan dolayı bu şirketler rekabet ederken ayakta kalmakta zorlanmamışlardır.

2.9. ENTELEKTÜEL SERMAYENİN YENİ KURALLARI

Entelektüel sermayeyle birlikte tüm dünyanın yaşadığı büyük dönüşüm, yapay zeka ile birlikte büyük bir ivme kazanmıştır. Entelektüel sermayeyle birlikte inovasyon, inovasyonla birlikte yapay zeka süreci oluşmuştur. Yapay zekanın gelişmesi şirketlerin iş mekanizmalarını ve piyasaların iş kurallarını tamamen değiştirmiştir. Entelektüel sermayenin yarattığı, yapay zekanın işleyiş sürdürdüğü Alibaba'nın bir kuruluşu olan Ant Financial'ın, 2019 yılında hizmetlerini kullanan tüketici sayısı bir milyara ulaşmıştır. Ant Financial işletmesinin para piyasası fonları, tüketici kredisi, sağlık sigortası, varlık yönetimi, kredi derecelendirme hizmetleri ve hatta karbon ayak izini azaltmayı teşvik eden bir online oyunu da dahil birden fazla hizmeti mevcuttur. Ant Financial geleneksel bankaların, yatırım kuruluşlarının ve sigorta şirketlerinin oluşturduğu iş mekanizmalarının tam aksine işletmenin tüm iş süreç omurgasını dijital temeller üzerine kurmuştur. Bu şirket, operasyonel süreçlerini yürütecek hiçbir çalışan bulundurmamaktadır. Tüm süreci tamamen yapay zeka sürdürmektedir. Ant Financial'da, ne kredileri onaylayan bir yönetici ne finansal tavsiyeler veren bir danışman ne de tıbbi harcamaları onaylayan bir müşteri temsilcisi var. Entelektüel sermayenin getirdiği vizyonla oluşan Ant Financial, piyasada daha önce benzersiz bir biçimde rekabet edebilmekte, dizginlenemeyen bir büyüme yakalayıp çeşitli endüstrilere etki sağlamaktadır (<https://hbrturkiye.com/dergi/yapay-zeka-caginda-rekabet>).

Bütün dünyada yaşanan bu dijital dönüşüm yıkıcı olmak zorunda değildir. Yaşanan bu dönüşüme adapte olup, dönüşümden faydalanmak gerekmektedir. Bu dönüşümden faydalanan şirketler içinde bulunduğumuz bilgi alt yapılı yeni ekonomi dünyasında ayakta kalmak için rekabet avantajını elde etmiş olmaktadır. Bir şirketin bu dönüşüme adapte olması zor değildir. Yapılması gereken şirketin stratejilerinin, yapısının ve iş modellerinin tamamen dijitalliğin sunduğu fırsatlardan yararlanabileceği şekilde uyumlandırılmasıdır. Bu değişim yeni bir olgu değildir, çok uzun zamandan beri bilgisayarlar ve yazılımlar hayatımıza, ürün ve hizmetlere değişiklik sunmuşlardır. Günümüzde ise Covid-19'un ortaya çıkışı teknolojilerin ve teknoloji üreticilerinin

sınırlarını zorlamıştır ve pandemi sürecinde sürdürülebilirliklerini devam ettirebilmeleri için birçok alternatif önerilmiştir. Bu durum her alanda kullanılan teknolojilerde gerçekleşen yenilikleri hızlandırmıştır. Tüm dünyanın bu dönemde karşılaştığı çevrimiçi deneyim insanların uzun vadeli davranışları üzerinde etkili olabilir. Yükseliş göstereceği beklenen temel teknolojiler ise, yapay zeka, makine öğrenimi (derin öğrenme), nesnelerin interneti, lokasyon ve navigasyon teknolojileri, sanal gerçeklik, dron teknolojisi, robotlar, bulut ve eğlence teknolojilerini kapsamaktadır (ÇaKıroğlu vd, 2020, s.94).

Dijital dönüşüm eski sistemi yıkmaktan daha ziyade, şirketin katma değerini daha iyi sunması için büyüyen adımlar oluşturması demektir. Bu gibi algılardan dolayı şirketler, pek çok dijital dönüşüm yapmaları gerektiğinde Apple'a özenmekte ve müşterilerinin ihtiyaçlarını gidermek için yüksek bilgi ve teknoloji alt yapılı platform oluşturmaya çalışmaktadırlar. Taşımacılık şirketi olan Maersk tek bir kaynaktan uçtan uca tedarik zinciri bilgisine hızlı ve güvenli erişim için IBM ile ve hükümetlerle anlaşarak blockchain teknolojisini kullanmıştır. Bunun sonucunda teknoloji kullanarak küresel nakliyatda değişiklik yaratmışlardır. Rus havayolu şirketi olan Aeroflot, dijital teknolojiyi kullanarak temel faaliyetleri olan operasyonlar, raporlama, rezervasyon, programlama ve müşteri hizmetlerini ciddi ölçüde iyileştirerek dünyanın en iyi havayolu şirketlerinden birisi olmuştur. Aeroflot, uçaklara yerleştirdiği sensörlerden bilgi toplamaya başlayarak, uçak performansı ve önleyici bakım konularında görünürlük sağlayarak operasyon maliyetlerini fazlasıyla düşürmüştür. Taksicilik sektörüne bakacak olursak, Uber'in piyasaya girişiyle birlikte pek çok taksi şirketi greve kadar giden bir isyan yaşamışlardır. Paris'te bulunan G7 taksi şirketi, Uber'le rekabet edebilmek için müşterilerin taksi çağırmasına izin veren bir uygulama gerçekleştirmişlerdir. Yine benzer bir şekilde otelcilik sektöründe olan Marriot oteller zinciri Airbnb ile rekabet edebilmek için yeni bir uygulama geliştirmişlerdir (<https://hbrturkiye.com/dergi/dijital-donusum-yikici-olmak-zorunda-degil>).

Entelektüel sermayenin en yoğun olduğu alanlardan biri olan e-ticaret şirketlerinin dünyadaki en değerlileri Amazon ve Alibaba şirketleridir. Peki Amazon ve Alibaba'yı dünyanın en iyileri olmasını sağlayan nedir? Bu soruyu cevaplandırabilmek için öncelikle

bu iki şirketin sadece çok çeşitli ürün ve hizmetler sunan internet perakendecileri olmadığını anlamamız gerekir. Amazon, e-ticaret sitelerini, bulut bilişim işletmesi AWS'yi ve altyapısını birlikte kullanarak bir platform şirketi olarak piyasada işlev görmektedir. Gelirinin önemli bir kısmı, tüketicilere teknolojik hizmet ve fiziksel varlıklar sağlayarak yaratılmaktadır. Aynı şekilde, Alibaba, Ali Cloud bağlantı sürecini yaratarak ekonomik getirileri optimize edecek şekilde tasarım oluşturmuştur. Bu tasarımın amacı, daha fazla satıcının e-ticaret sitesini kullandığı, daha fazla alıcı çektiği ve daha fazla veri ve gelir ürettiği bir ağ platformu oluşturmaktır. Yeni ekonominin yarattığı inovasyonu kullanarak iş modelini geliştiren bu şirketler dünya devleri olmuştur (Wu and Gereffi, 2018, s.337).

Entelektüel sermayenin yarattığı yeni vizyon anlayışı, bilgi yoğun işletmelerin artmasını sağlamasının yanında aynı zamanda farklı meslek grupları da ortaya çıkmıştır. Örnek verecek olursak; finans danışmanlığı gibi müşterinin kendi başlarına çözüm üretemeyeceği durumlarda işgücü ve bilgi varlıklarının geliştirilmesi, uygulanması ve elde tutulması etrafında inşa edilmiş bir iş süreci uygulamaktadırlar. Finans danışmanlığı, yönetim danışmanlığı gibi bilginin yoğun olduğu meslek grupları, bilgi ve yeniliği canlandıran ve dağıtan önemli bir kesimi oluşturmaktadır. Bilgi yoğun meslek gruplarının bilgisinden yararlanan işletmeler rekabet ortamında kendilerini ayakta tutmayı başarmaktadırlar. Entelektüel sermaye hakkında çalışma yapan bilim insanları, bilgi yoğun işletmeleri sanayi işletmelerinden ayıran en önemli özelliğin insan sermayesi unsuru olduğunu düşünmektedir. İnsan sermayesi, tüm işletmenin örgütsel bilgi kaynağını oluşturmaktadır (Meyer, 2012, s.2).

Entelektüel sermayeyle birlikte şirketlerin yaşadığı bu değişimin yarattığı vizyon, aslında yeni değildir, uzun yıllardan beri süregelmektedir. Bu değişim iş süreçlerinde, ürün ve hizmetlerde, tüketimde ve tüketimin nasıl oluşacağına kadar büyük bir alanı kapsamaktadır. Bahsedilen bu büyük ekonomik, toplumsal ve ekolojik değişimler vizyonların, trendlerin yayılmasını ve belirli zamanlarda, hatta belirli alanlarda yaygınlaşmasını sağlamıştır. Yaratılan bu vizyon anlayışı iş dünyasına, gözlemlenen trendleri anlamlandırmaya hatta yeni kapılar açarak endüstri ve meslekler ortaya

koymaya çalışmaktadır. Bu trendleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (<https://trendwatching.com/quarterly/2019-11/5-trends-2020>).

Eco-shaming: Çevre duyarlılığıyla birlikte ortaya çıkan bir kavramdır. Eco-tüketim kavramı son zamanlarda yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu yaygınlaşma, eco-tüketim kavramı dahil olma statüsüyle anlam kazanmayı bırakıp dahil olmama utancıyla anlam değiştirmektedir. Bu duruma örnek verecek olursak; Elon Musk' ın sahibi olduğu Tesla, 2008 yılında 100.000 ABD Doları değerinde bir elektrikli süper otomobil olan Roadster'ı piyasaya sürdü. Ayrıca 2016 yılında Adidas, geri dönüştürülmüş okyanus plastiklerinden sınırlı sayıda spor ayakkabı üretimi için Parley for Oceans ile ortaklık kurmuştur (<https://hbrturkiye.com/dergi/2020-de-one-cikan-trendler>).

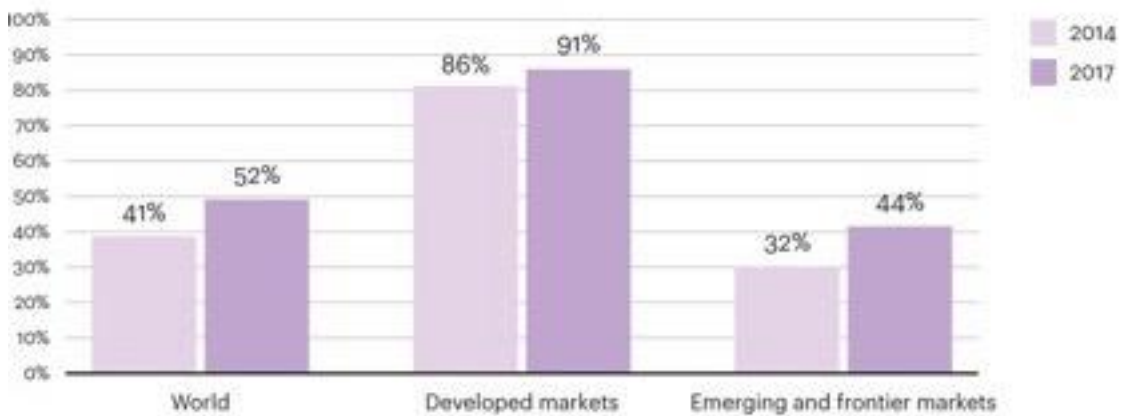
Likit İnsan: Bireylerin değişen toplumsal düzene göre öz eleştiri yaparak kendisini şekillendirebilmesi demektir. Mattel'in cinsiyet ayrımı gözetmeyen oyuncak bebek üretmesi ya da serbest çalışmak, kendi işinin patronu olmak bu tanıma en uygun örneklerdir (<https://trends.fjordnet.com/trends/liquid-people>).

Marka Avatarları: Dördüncü Sanayi Devrimi'nin taleplerini karşılayabilmek için işletmeler markalarının geliştirilmesi için marka avatarlarına yöneldiler. Marka avatarlığı, markaların artık daha güçlü bir form alması olayıdır. Sanal yardımcıların oluşması, sanal yardımcıları sayesinde giyilebilir teknolojilerinin de yaygınlaşması, The Digitals adlı mankenlik ajansının sadece sanal modellerle çalışması bu konuya en uygun örneklerdir. Ayrıca, BBC ise Birleşik Krallık'taki geniş aksan yelpazesine ayak uydurabilecek bir sesli asistan olan Beeb'i piyasaya sürmeyi planlamaktadır (<https://hbrturkiye.com/dergi/2020-de-one-cikan-trendler>).

Yalnızlık ve tükenmişlik salgını: Yaşanan dijital dönüşümün toplumları ve bireyleri yalnızlığa sürüklediği görülmektedir. 1980'li yıllara oranla toplumların yalnızlık ve sosyal izolasyon seviyeleri iki kat artmıştır. Toplumun yalnızlaşması toplumsal sağlığın azalması, işgücü verimliliğin düşmesi ve yavaşlayan ekonomik büyüme demektir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 2019 yılında yalnızlaşmayı ve tükenmişliği mesleki sağlık sorunu olarak tanımlamıştır. Bu durum sonucunda, tükenmişliği önlemek isteyen markalar tükenmişlik gerçeğini kabul edip müşterilerle empati kurmaya

yönelmektedirler. Örneğin; Microsoft, Japonya’da farklı bir sistem denedi. Cuma günleri tatil yapıldı, toplantılar maksimum 30 dakika olacak şekilde ayarlandı ve tam zamanlı olarak çalışanlar özel ücretli izin kullanabilir hale geldi. Bu sistem, çalışma şartlarının çok ağır olduğu Japonya’da başarılı olmuş ve satış oranları %40 civarında artış göstermiştir (<https://hbrturkiye.com/dergi/2020-de-one-cikan-trendler>).

Nakitsiz Yaşam: Bireylerin artık eski usul banka sistemlerine güvenmemesi ve dijital sistemlerin kolaylığından, hızlı olmasından dolayı nakitsiz yaşam tarzı oluşmaktadır. Dünyada nakitsiz yaşama en hızlı adapte olan ülke İsveç’tir. İsveç’te, nakit ödeme tercihi 2010’da %40 iken 2016’da %15’lere düşmüştür. İsveç’in 2023’te “dünyanın ilk nakitsiz toplumu” unvanını taşıması beklenmektedir. Bunun yanı sıra, Kanada’da ise iki belediye vergi ödemeleri için kripto paraları kabul etmeye başlamıştır. Bu gelişmeler tüm toplumları nakitsiz geleceğe sürüklemektedir. Dijital finans ve finansal teknolojinin (fintech) küresel bir biçimde hızla büyümesi, tüketici davranışlarını ve sektörün dna’sını yeniden oluşturuyor. Alipay, WeChat Pay, Venmo ve PayPal gibi dijital ödemelerde pazar liderlerinin mobil cüzdan teklifleri her yerde yaygınlaşmaktadır. Nakitsiz işlemlerin, 2021 yılına kadar gelişmekte olan pazarlarda yıllık %21’den fazla ve gelişmiş pazarlarda %7’den fazla büyüyeceği beklenmektedir (Peterson vd, 2019). Şekil 11’de dünya çapında nakitsiz işlemlerin artışına dair grafik paylaşılmıştır.



Şekil 11. Dünya Çapında Nakitsiz İşlemlerin Artışı

Kaynak: <https://www.kearney.com/web/global-business-policy-council/business-policy/article/?a/resilience-replacement-and-renew-1>

Metamorfik dizaynlar: Değişen tüketim ve dijitalleşme anlayışı markaları farklı arayışlara ve uyum sağlama yöntemlerine itmektedir. Örnek olarak; Shiseido, Optune adlı uygulamasında kullanıcıların çektiği selfieler üzerinden onlara günlük cilt bakımı hizmeti sunuyor. Algoritma sadece selfie üzerinden çalışmıyor; sıcaklık, nem ve uyku düzeni faktörlerini de hesaba katıyor (<https://hbrturkiye.com/dergi/2020-de-one-cikan-trendler>).



BÖLÜM 3

YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİNİN YENİ KURALLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Yapılan bu araştırmanın amacı; Yeni Ekonomi dolayısıyla gelişen entelektüel sermaye yönetiminin yeni kurallarının kullanımının ve yaygınlaşmasının, teknoloji sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin işletme performansını ne düzeyde etkilediğini araştırmak ve ortaya koymaktır. Araştırmada, teknoloji işletmelerinin işletme performansı; yeni ekonominin değerleri, bilgi yönetimi, insan sermayesi, yapısal sermaye, ilişkisel sermaye, bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanma düzeyleri açılarından incelenerek, bu değişkenlerin işletme performansına etkileri değerlendirilmiştir.

Araştırma soruları, İstanbul ilinde teknoloji sektöründe faaliyet gösteren ve Entelektüel sermaye yönetimini benimsemiş işletmeler aracılığı ile sorgulanmıştır. Verilerin toplanma sürecinde yarı-yapılandırılmış derinlemesine mülakat, döküman ve gözlem yöntemleri kullanılmıştır.

Bu araştırma ile aşağıdaki soruların cevaplarını bulmak amaçlanmıştır:

- Teknoloji işletmelerinde, entelektüel sermaye unsurlarından insan sermayesi ile firma performansı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Teknoloji işletmelerinde, entelektüel sermaye unsurlarından yapısal sermaye ile firma performansı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Teknoloji işletmelerinde, entelektüel sermaye unsurlarından ilişkisel sermaye ile firma performansı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Yukarıda yer alan sorulara cevap bulmak amaçlanmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Tüm toplumların içinde olduğu yeni ekonomi ve bilgi toplumu dünyasında, entelektüel sermaye kavramı etkin olarak işletmeler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. İşletme performansı işletmelerin sürdürülebilirliği için önem arz etmektedir. Ekosistemi gereği tüm sektörlerin gelişmesine katkıda bulunmuş olması sebebiyle teknoloji sektörünün gittikçe yaratıcı ve yenilikçi yapısı , dünyadaki diğer sektörleri de etkileyecek potansiyele sahiptir.

Derinlemesine olarak ele alınan bu araştırma, teknoloji sektöründeki işletme performansını entelektüel sermaye yönetiminin yeni ekonomi ve bilgi toplumunda inceleyip, anlamlandırması bakımından özgün bir çalışma olmaktadır. Yeni ekonomi ve bilgi toplumunun getirdiklerinin entelektüel sermayeyle birlikte harmanlanması ile yapılan çalışmalar literatürde sınırlı sayıda bulunmaktadır. Dolayısı ile bu tez çalışmasının literatüre dikkate değer bir fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Entelektüel sermaye yönetiminin teknoloji sektöründeki işletme performansına ilişkisini incelerken literatüre yardımcı olması ve bununla birlikte işletmelere entelektüel sermaye yönetiminin doğru kullanılması yoluyla işletme performanslarına katkıda bulunması bakımından önemli bir çalışma olmaktadır.

3.3.ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Entelektüel sermayenin yeni kurallarının yarattığı etkiler, göreceli olarak yeni ve gelişen bir olgu olması sebebiyle teknoloji sektöründe tam olarak bilinmemektedir. Entelektüel sermayenin, teknoloji sektöründe yarattığı etkileri inceleyen çalışmaların azınlık olması bu çalışmanın oluşmasını sağlamıştır. Entelektüel sermayenin ekosisteminin, teknoloji sektöründe yarattığı yeni bir dna formu içeren çalışmalar gittikçe artış gösteren bir grafiğe sahiptirler.

Bu çalışma, Türkiye’de teknoloji alanında faaliyet gösteren ve entelektüel sermaye yönetiminin etkin olarak kullandığını ifade eden üç teknoloji işletmesi aracılığı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın amacına itaat edecek şekilde veriler elde edebilmek ve doğru kişilerden yeterli ve doğru verileri alabilmek amacıyla örnekleme metotlarından ölçüt durum örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt olarak; bilgi ve iletişim teknoloji departmanına sahip, yeni ekonomi ve bilgi toplumu dünyasında var olan entelektüel sermaye yönetimini kullanan işletmeler baz alınmıştır. Çalışmanın, yeni ekonomi ve bilgi toplumunda var olan entelektüel sermaye yönetimini kullanan işletmelere yönelik yapılmasının sebebi, entelektüel sermayenin tüm bileşenlerini ele alarak tüm değişkenler açısından değerlendirmektir.

Katılımcıların sahip olduğu nitelikler sebebiyle, araştırmanın bilinçli bir biçimde yaptığı seçime, amaçlı örnekleme tekniği denmektedir. Belirli sayıda katılımcıya, temel teorilere ihtiyaç duymayan ve rastgele olmayan bir tekniktir. Dolayısıyla, bu teknikte araştırmacı neyin bilinmesi gerektiğine kendisi karar vererek, elindeki kaynakları en doğru ve verimli bir biçimde değerlendirmek için bilgi yönünden zengin vakaları belirlemek ve seçmek durumundadır. Bu durum, ilgilenilen bir konu ile birlikte yeterli düzeye ve gerekli bilgiye sahip bireylerin veya birey gruplarının tanımlanmasını ve seçilmesini içerir. Farkında olarak yaş, kültür ve kökenlerden oluşan farklı bir kesiti içermekte olan rastgele çalışmalardan farklı olarak, amaçlı örneklemin arkasında yatan fikir, yapılan araştırmayı anlamlandıracak ve yardımcı olabilecek belirli özelliklere sahip bireylere odaklanmaktır (Etikan, Musa ve Alkassim, 2016, s.2).

Bu örnekleme yöntemlerinden, araştırmada kullanılan ölçüt örnekleme yöntemidir. Ölçüt örnekleme; araştırma yapılacak kişi veya kurumların belli kriterlere göre seçilmesidir (Patton, 2002, s. 238).

Çalışmada yer alan işletmeler, teknoloji sektöründe entelektüel sermayenin her bir bileşenini kullanan ve bu doğrultuda hizmet veren piyasada lider konumunda olan şirketlerdir. Bahsedilen bu şirketlere ulaşabilmek için mail ya da telefon vasıtası ile iletişime geçilerek bu alanda çalışmaya yardımcı olacak en yetkin kişilerle yüzyüze görüşme talebi iletilmiştir. Bu talebe yapılan geri dönüşler sonucunda, görüşülen kişiler bilgi ve iletişim departmanlarında, entelektüel sermaye yönetimini belli yıllar üzerinden beri kullanma deneyimine sahip üst ve orta düzey yöneticilerden oluşmaktadır.

Mülakatlar bahsedilen üç işletmenin de merkezlerinde yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Not alma ve ses kaydı kullanılan mülakatlar, 90-180 dakika arası gerçekleştirilmiştir.

3.4.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Veri toplama sürecinde kalitatif araştırma yapılarak yarı-yapılandırılmış derinlemesine mülakat ve gözlem yöntemleri kullanılmıştır. Bu bağlamda veri toplamak için şirket içi dökümanlar, şirketlerin yayınladıkları raporlar, şirketlerin internet sitelerinde yer alan bilgiler ve araştırma kapsamıyla ilgili olarak çeşitli videolarla desteklenerek süreç tamamlanmıştır. Mülakat için hazırlanan sorular hem yabancı hem de ulusal yayınlar kaynak olarak kullanılarak hazırlanmıştır.

Nitel yöntemlerle yapılan çalışmalarda yaygın olarak görülen mülakat tekniği, yanıtlayıcılara kendini derin ve net olarak ifade edebilme imkanı verirken, görüşmeciye de yanıtlayıcıların vizyonlarını, düşüncelerini, deneyimlerini, içinde oldukları özel durumlara ait verdikleri tepkileri, motivasyonlarını yine yanıtlayıcıların ifadeleri ile derinlemesine anlama fırsatı vermektedir (Mc Cracken, 1998, s.9).

Güçlü bir teknik olan mülakat tekniği, görüşmenin daha içtenlikli ve derinlemesine olmasını sağlamaktadır. Görüşmeci, yanıtlayıcının yanıt verme istekliliğini ve görüşme motivasyonunu arttırması için derinlemesine ilişki kurarak görüşmenin bilgi gücünü arttırmaktadır. İnsanların yaşadıkları toplumlar nedeniyle genel tutumlarını aşarak az sayıda olan yanıtlarını arttırarak araştırmanın amacına en uygun yöntem kazandıran tekniktir. Mülakat tekniğinin esnek bir yapısının olması, görüşmeciye inisiyatif ve değişiklik sağlayarak yeni sorularla konuyu harmanlaması sebebiyle bu tekniğe güçlü yönlemsel üstünlükler kazandırmaktadır (Güven, 2001, s.169).

Derinlemesine mülakat, çalışılan konunun tamamını kapsayan tüm değişkenlerin ele alınarak açık uçlu soruların olduğu, cevapların detaylı ve net bir biçimde ifade edildiği sistematik bir veri toplama tekniğidir. Derinlemesine mülakatın kilit özellikleri arasında yüz yüze, bire bir yapılmasının yanı sıra esnek, etkileşimin sınırsız olması ve kavrama özellikleri bu tekniğin önemli olmasını sağlamıştır. Görüşmeci, yanıtlayıcının

duygularını, düşüncelerini, bilgisini, tecrübesini ve yeteneklerini mülakat sırasında elde eder (Tekin, 2006, s.101).

Çalışmada mülakat için oluşturulan sorular literatürden yararlanılarak, uzman kişiler ile görüşülerek geliştirilmiş, çalışmanın önemine ve vurgu yapmak istediği konulara göre bir görüşme formu olarak son halini bulmuştur. Çalışmada kullanılan görüşme formu 8 bölümden, 37 sorudan oluşmaktadır. Görüşme formu;

- Birinci bölüm, mülakat gerçekleştirilen işletmelerin genel bilgileri ile demografik bilgileri hakkındaki sorulardan oluşmaktadır.
- İkinci bölüm, işletmelerin yeni ekonomi dünyasına bakış açısı, dijitalleşme, sanallaşma, inovasyona verdikleri önem, işletmenin yetkinlikleri ile işletme performansı hakkındaki sorulardan oluşmaktadır.
- Üçüncü bölüm, işletmelerin var oldukları bilgi toplumuna bakış açıları, bilgi düzeyleri, bilgi edinme kaynakları ve bilgi paylaşımları hakkındaki sorulardan oluşmaktadır.
- Dördüncü, beşinci ve altıncı bölümler, entelektüel sermayenin bileşenleri (insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi) hakkındaki, çalışmanın ana hattını çizen, sorulardan oluşmaktadır.
- Yedinci bölüm, görüşme yapılan işletmelerin işletme performans düzeyleri ve memnuniyetleri hakkındaki sorulardan oluşmaktadır.
- Sekizinci bölüm, işletmelerin geleceğe bakış açıları ve geleceğe yönelik stratejik planları hakkındaki sorulardan oluşmaktadır.

Bu bölümlerin oluşturulmasındaki amaç, işletmelerin mülakat gerçekleştirilirken detaylı olarak bilgi vermelerini sağlamaktır.

3.5. GÜVENİLİRLİK VE GEÇERLİLİK ANALİZİ

Mülakat formu oluşturulurken, entelektüel sermaye yönetiminin işletme performansı ölçeğini oluşturabilmek adına ulusal ve uluslararası kaynaklardan

yararlanılmıştır. Görüşme formu sorularının güvenilirliğini ve geçerliliğini test etmek amacıyla; ilgili konuyla çalışmış ve çalışan akademisyenler, özel sektör üst düzey yöneticileri ile çalışanları olmak üzere toplam 8 kişiye mülakat formları iletilerek bu formun son halini alabilmesi için soruların açıklayıcılığı, netliği, sadeliği ve yeterliliği ile ilgili geri dönüşler yapmaları talep edilmiştir.

Bu geri dönüşler sonucunda görüşme formu nihai haline getirilerek ölçeğin güvenilirliği sağlanmıştır. Veri bulgularının güvenilirliğini ölçmek amacıyla ise, mülakat sonrasında, işletmelerin mülakat verileri ve kodlar iletilerek alınan bilgilerin doğruluğu teyit edilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen verilerin güvenilirliğini sağlamak amacıyla veriler Kappa istatistiği ile analiz edilmiştir.

Kappa istatistiği; nitel çalışmalarda çok yaygın bir biçimde güvenilirliği ölçmek için kullanılan bir istatistik yöntemidir. Kappa testi; iki veya daha fazla gözlemcinin arasındaki uyumu ölçmektedir. Ayrıca bu istatistik yöntemi; kolay hesaplanılabilir ve yorumlanabilir. Kappa istatistiği bu özelliklerinin yanı sıra gözlemciler arasındaki uyumun tesadüfi olabileceğini de dikkate aldığından iki gözlemci arasındaki yüzde orantı olarak bulunan uyumdan daha güçlü sonuçlar yaratmaktadır (Kılıç, 2015, s.142).

Bu tezde, iki değerleyicinin sonuçları arasındaki uyuşmanın ölçümü için mülakat verileri alanında uzman iki kişiyle paylaşarak bu kişilere kodlama yaptırılmıştır. Bu yapılan analiz sonucunda 0,78 değeri elde edilmiştir.

Tablo 3. Kappa Analizi Ölçüm Tablosu

KAPPA ANALİZİ ÖLÇÜM TABLOSU			
	Değer	Hata Oranı	Approx Sig
Anlaşma Ölçüsü/ Kappa	,784	,090	,000
Geçerli Olguların Sayısı	67		

Elde edilen değer ile görülüyor ki sonuçlar arasında yüksek oranda bir uyum bulunmaktadır.

3.6.ARAŞTIRMA BULGULARI VE VERİ ANALİZİ

Yapılan bu çalışma, ulusal ve uluslararası yayınların literatüre sağladığı bilgilerin uygulama alanlarında ne düzeyde ve etkinlikte işletme performansını etkilediğı ve işletme performansını arttırmaya yönelik kıstasların ne kadarının sağlandığını, teknoloji sektöründe bulunan lider işletmeler açısından değerlendirmektedir.

İŞletme verilerini ve gizliliğini korumak için çalışma yapılan işletmeler X, Y, Z işletmeleri Đeklinde isimlendirilmiŐtir. Mülakat yapılan her işletmenin gözlem, döküman ve mülakat sorularına verdikleri cevaplarından yararlanılarak elde edilen bulgular, karŐılaŐtırmalı bir biçimde aktarılmıŐ ve tablo Đekline getirilmiŐtir.

Veri toplama ve analiz sürecinde çalışmanın amacına uygun olarak, verilerin çözümlenebilmesi için gömülü teori yaklaşımı ile veriler kodlanmıŐtır. Aynı zamanda kodlamanın gerçekleŐtirilebilmesi için Nvivo 12 programından yararlanılmıştır. Çalışmanın verilerinin çözümlenebilmesi ve strateji uygulanması için kullanılan gömülü teori, 1967 yılında Glaser ve Strauss tarafından yayımlanan “The Discovery of Grounded Theory” adlı kitap ile literatüre sokulmuŐtur. Bahsedilen bu teori Glaser ve Strauss tarafından geliŐtirilmiŐtir. Gömülü teori yaklaşımı, elde edilen karmaşık verilerin sistematik bir Đekilde bir araya getirilerek analiz edilmesi ile kavramsal zenginliğe sahip yeni olguların keŐfedilmesi yöntemidir (Glaser ve Strauss, 1967, s.2).

Veriyi toplarken; mülakatlardan, ses kayıtlarından, yazılı dökümanlardan, fotoğraflardan, videolardan ve internet sitelerinden yararlanmak verilerin daha detaylı olmasını ve kodlanabilmesi için kavramsallaŐtırabilmektedir (Berg ve Lune, 2015, s.380).

3.6.1. İŞletmeler Hakkında Genel Bilgiler

Yapılan bu çalışmada mülakat gerçekleştirilen işletmeler X, Y, Z Đeklinde isimlendirilmiŐtir. Bu Đekilde isimlendirilmesinin nedeni işletmelerin gizliliğini ve verilerini korumaktır. Çalışmanın bu aşamasında, bu isimler doğrultusunda işletmeler hakkında bilgiler verilecektir.

X işletmesi, 70 yıldan fazladır teknolojiyi ve dijital dönüşümü iş dünyasının hizmetine sunmaktadır. İşletmenin 1.332 çalışanıyla birlikte telekomünikasyon, yazılım, enerji, dayanıklı tüketim, otomotiv, kamu, sigorta, perakende başta olmak üzere birçok sektörün ihtiyaçlarına yönelik proaktif ürün ve hizmetler sunduğu bilinmektedir. Ortaklık yapısı %100 yerli sermaye üzerine kurulmuştur. X işletmesinin iş dünyasının dijital dönüşümüne katkısı olan IoT (nesnelerin interneti), güvenlik, büyük veri ve analitik, kurumsal bulut, iş çözümleri, kurumsal mobilite, dijital işgücü RPA gibi temel faaliyet alanları mevcuttur. Şirket teknoloji sektöründe bulunduğundan entelektüel sermaye yönetimi uygulamakta zorluk çekmemektedir. Temel faaliyet alanlarının yelpazesini genişletmek ve hizmet verdiği sektörleri çeşitlendirmek amacıyla entelektüel sermaye yönetimi üst düzey şekilde tanımlanmıştır. Şirketin AR-GE ve yenilik merkezi bulunmakla birlikte bu merkezde 100 kişiden fazla çalışanı bulunmaktadır. Ayrıca sadece Türkiye’de değil yurtdışında da AR-GE merkezi bulunmaktadır. Şirketin yaptığı bu stratejik adımın amacı ürün ve hizmetlerini dünyaya yaymaktır. Stratejik hedefler sonucunda işletme cirosu 100 milyon € üzerindedir. İşletmenin son açıklanan büyüme oranı %20’dir.

Y işletmesi, 1911 yılında kurulmakla birlikte Türkiye’de 1938 yılından beridir teknoloji sektöründe birçok yenilikleriyle faaliyetlerini sürdürmektedir. Y işletmesinin ortaklık yapısı %100 yabancı sermaye üzerine kurulmuştur ve dünyada 170’ten fazla ülkede işletme olarak bulunmaktadır. İşletme dünya çapında 410.000’i aşkın, Türkiye’de ise 2000 çalışanı bünyesinde tutmaktadır. İşletme kurulduğu yıldan günümüze kadar telekomünikasyon, dayanıklı tüketim, perakende, yazılım, enerji, bankacılık, otomotiv ve tekstil sektörlerine ürün ve hizmet satmaktadır. Ürün ve hizmet çeşitliliğini sürekli arttırmakla beraber temel faaliyet alanları; bulut, IoT (nesnelerin interneti), BT altyapısı, mobil, güvenlik, temel yazılım sistemleridir. Y işletmesi, günümüzde sadece üstün teknoloji ürün ve hizmet kalitesiyle değil aynı zamanda üniversitelere destek sağlayan, sosyal sorumluluk projelerini de yürüterek katma değerini arttırmaktadır. İşletmenin üst düzey olarak entelektüel sermaye kullandığı belirtilmiştir. AR-GE faaliyetlerini dünyada çok uzun zamandan beri, Türkiye’de ise 80 yılı aşkın 200 çalışanıyla aktif bir şekilde sürdürmektedirler. Y işletmesinin yıllık cirosu 150 milyon € ve son büyüme oranı %18 olarak açıklanmıştır.

Z işletmesi, dünyada 100 yıldır Türkiye’de ise 60 yıldan beridir teknoloji sektöründe yarattığı inovasyonlarla faaliyetlerini sürdürmeye devam etmektedir. Z işletmesinin ortaklık yapısı tamamen yabancı sermayelidir ve Türkiye’de 90 çalışanı bulunmaktadır. AR-GE merkezleri yurtdışında kurulmuş olmasına rağmen Türkiye’de bulunan mühendislerinin bilgi teknolojileri çalışmalarını gerçekleştirmeleri için 2018 yılında laboratuvar oluşturulmuştur. Entelektüel sermaye yönetimini üst düzey olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Z işletmesinin ürün ve hizmetlerini sunduğu temel sektörler telekomünikasyon ve yazılımdır. Temel faaliyet alanları ise; bulut, yüz tanıma, programlanabilir akış ağları, aktarma ağı, BT platformu, büyük veri analizi, akıllı enerji, siber güvenlik çözümleri, kamusal çözümler, SDN çözümleri ve telekomünikasyon olarak belirtilebilir. Z işletmesinin yıllık cirosu 38 milyon € ve büyüme oranı %15’dir. Bu üç işletme hakkındaki genel bilgileri Tablo 4’de görmek mümkündür.

Tablo 4. İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

İŞLETMELER HAKKINDA GENEL BİLGİLER			
KATEGORİLER	X FİRMASI	Y FİRMASI	Z FİRMASI
FAALİYET SÜRESİ	1945'den beri	1938'den beri	1960' dan beri
ORTAKLIK YAPISI	% 100 Yerli	% 100 Yabancı	% 100 Yabancı
SEKTÖRÜ	Teknoloji	Teknoloji	Teknoloji
HİZMET VERDİĞİ SEKTÖRLER	Telekomünikasyon Yazılım Enerji Dayanıklı Tüketim Otomotiv Kamu Sigorta Perakende	Telekomünikasyon Dayanıklı Tüketim Perakende Yazılım Enerji Bankacılık Otomotiv Tekstil	Telekomünikasyon Yazılım Dayanıklı Tüketim
ÇALIŞAN SAYISI	1.332	2000	90
ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİ	Mevcut	Mevcut	Mevcut
ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİM DÜZEYİ	Yüksek	Yüksek	Yüksek
TEMEL FAALİYET ALANLARI	Nesnelerin İnterneti Güvenlik Büyük Veri Ve Analitik Kurumsal Bulut İş Çözümleri Kurumsal Mobilite Dijital İşgücü Rpa	Bulut Nesnelerin İnterneti BT Altyapısı Mobil Güvenlik Temel Yazılım Sistemleri	Bulut Yüz Tanıma Programlanabilir Akış Ağları Aktarma Ağı Bt Platformu Büyük Veri Analizi Akıllı Enerji Siber Güvenlik Çözümleri
CİRO	100 milyon €	150 milyon €	38 milyon €
SON BÜYÜME ORANLARI	20%	18%	15%

3.6.2. Yeni Ekonomi ve Bilgi Toplumunda Entelektüel Sermaye Yönetiminin Firma Performansı Üzerine Etkisi

İşletmelerin Yeni Ekonomi ve Bilgi Toplumu Hakkındaki Düşünceleri

Yüzde yüz yerli sermayeli olan X işletmesinin yapısı, yeni ekonominin getirdiği dijital dönüşümün kaçınılmaz olmasıyla birlikte tecrübeleri doğrultusunda vizyonlarını tedarik zinciri unsurlarından entelektüel sermaye yönetimine kadar tamamen yeni ekonomi ve bilgi toplumu kültürüyle örtüşmektedir. Yeni ekonomi ve bilgi toplumu sonrasında yaşanan değişimleri hızla yakaladıklarını, kolay adapte olabildiklerini ve planlamalarını geniş ölçekli olarak dijitalleşme üzerine yaptıklarını belirtmek gerekmektedir. Varlığını bir sonraki yüzyıllara taşımak isteyen bir işletme olan X işletmesi yeni ekonominin getirdiği dijitalleşmeyi bu anlamda kritik bir element olarak görmektedir. Teknoloji sektörüne direkt etkisi olan dijitalleşme, X işletmesinin gelişimi için domino taşı olma özelliği taşımaktadır. Ayrıca, X işletmesinde rekabet edebilmek, sürdürülebilirliğini devam ettirmek için değer yaratmak ve yaratılan değeri katlamak için yeni ekonominin kurallarına uygun hareket etmenin farkındalığı mevcuttur. Oluşan bu farkındalık X işletmesine yapay zeka, blockchain, akıllı şehirler ve en temel olarak dijital dönüşüm olarak geri dönmüştür. Bu stratejiler doğrultusunda X işletmesi yeni ekonomi ve bilgi toplumunun sunduğu imkanlar doğrultusunda mega trendleri de takip ederek rekabet üstünlüğü sağladığını düşünmektedir.

Türkiye’de 1938 yılından bu yana teknoloji sektöründe faaliyetlerini sürdüren Y işletmesi, çarpıcı bir ivme ile yeni ekonomi ve bilgi toplumu dnasına adapte olmuştur. Şirket bu ivme ile dijital dönüşümünü akıllı işletmeler oluşturmak amacıyla, teknolojiden güç alarak ürün ve hizmetlerini yeniden tasarlayarak gerçekleştirmiştir. Rekabet edebilirliğini arttırmak için de 2020 yılının dünyasında yaşanan Covid krizi ve sonrasını ele alarak yeni çalışma yöntemleri belirlediğini açıklamaktadır. Dijital iş yeri hizmetleri sunması, müşterilerine iş yerlerini sanallaştırma imkanları vermesi, uzaktan işbirliği, uzaktan teknik destek, uzaktan çalışma için bulut tabanlı hizmetlerini arttırması yeni ekonomi dünyasının getirdiği dijital dönüşümü benimsediğini ve hatta yarattığı değeri katlayarak günümüz dünyasında üstünlüğünü korumayı hedeflediğini göstermektedir. Y

işletmesi, yeni ekonomi ve bilgi toplumu unsurlarının, sunduğu çözümler ile zengin müşteri deneyimleri oluşturduğunu belirtmektedir.

Teknoloji sektöründe faaliyetlerini sürdüren Z işletmesi, işletmenin kültürünü yeni ekonomi ve bilgi toplumunda ifade edebilmek için formül geliştirmiştir. Bu formülü dijital dönüşüm ile inovasyonun gücünü kullanarak uygulamaktadırlar. Z işletmesi, yeni ekonomi ve bilgi toplumunun getirileri olarak bilgi ve teknoloji (BİT) uygulamalarını kullanarak sürekli gelişen ve bu şekilde küreselliğe katkıda bulunan bir firma olarak yer edinmiştir. Toplum için çözüm üretmek amacıyla geliştirilen bilgi toplumu uygulamalarıyla dijital iş verimliliğini yakalamayı başarmışlardır.

İşletmelerin Temel Hedefleri

X işletmesinin entelektüel sermaye yönetimine dair temel hedefi; bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkisinin artması, bugünün ve yarının güçlü işletmelerini belirleyen etkili silah haline gelmesi sebebiyle rekabet ortamında ayakta kalabilmek için lider konumunu sürdürülebilir halde tutmaktır. 2000'lerin sonrasında oluşan yeni teknolojilerden bulut devriminin yaratılması teknoloji işletmelerinin rekabet ortamını kızıştırmaya yetmiştir. Bu ortamda ayakta kalabilmek için tüm kaynaklarını ve kriterlerini devrim niteliğinde biçimlendirerek vizyonunu ve temel hedeflerini oluşturmuştur. X işletmesinin, teknoloji sektörünün en alt kısmından en üst kısmına kadar olan tüm işletmelerin uçtan uca yanıt veren stratejik iş ortağı olmak hedeflerinden biridir. Lider konumunu oluşturmak ve bu konumu sürdürülebilir kılmak isteyen X işletmesi, fırsatları değerlendirerek yapılmamış olanı yapmaya, yeni bir fikir oluşturmaya, başarısız olsa dahi bu başarısızlıklarından ders alarak ilerlemeye ve iyi analizler sonucunda yeni pazarlarda sistematik olarak hedeflerine doğru yol almaktadır.

Y işletmesinin, temel hedefleri; önümüzdeki yıllar boyunca daha akıllı bir toplum stratejisi amacıyla hareket ederek iş analitiğini iyi düzeyde sağladıktan sonra büyüyen pazarlarda kendi korunmuş alanını ilerletebilmektir. Y işletmesinin neden daha akıllı bir dünyaya yöneldiği ise net olarak ifade edilirse, şehirlerin tüm dünya enerjisinin yaklaşık % 75'ini tüketmesinden dolayıdır. Teknoloji sektörünün büyümesini devam ettirebilmesi ve küresel ekonomi içerisinde olumlu etkileri oluşturabilmesi bu konuda merkezi

konumda yer alabilmesi için tüm dünyanın daha “akıllı” bir hale gelmesi gerekmektedir. Bundan dolayı Y işletmesi, müşterilerinin ve çalışanlarının ihtiyaçlarına akıllıca cevap verecek, bu ihtiyaçları önceden belirleyecek yeni bilgi ve teknolojiler üretmek hedefini belirlemek zorunda kalmaktadır. Tüm bunların toplamına bakıldığında karlılık, verimlilik, büyüme ve rekabet avantajı sağlayan bir hedef sistemi oluşturmuşlardır.

Z işletmesinin temel hedeflerinin arasında mal ve hizmetlerini daha parlak bir dünya inşa etmek amacıyla gerçekleştirerek toplumsal değer oluşturmak yer almaktadır. İşletme olarak yaratıcı düşünme biçimiyle inovasyon yaratarak hem çalışanlarına hem de müşterilerine katma değerli bir ürün oluşturmak hedefi taşımaktadırlar. Z işletmesi bu şekilde sürdürülebilir dünya yaratmak için liderlik rolünün sosyal değerlerini, üstün teknolojilerini ve uzmanlık zenginliklerini geleceğe taşıyarak iş dünyasına kendilerinin iş yapma sistemini entegre etmektedirler. Z işletmesinin temel hedefleri amacına ulaştığında ise çalışanlarına, müşterilerine ve daha geniş çapta topluma eşit ve kişiselleştirilmiş hizmet sağlanmış olacaktır.

İşletmelerin Yönetimsel Stratejileri

X işletmesi, bulunduğumuz çağda rekabet avantajını sürdürebilmesi için gelecekte de ayakta kalabileceği stratejiler üzerine yönetim biçimini belirlemiştir. Dünyanın önde gelen teknoloji devleriyle stratejik ortaklıklar kurarak yarının sorunlarına bugünden çözüm üretmek en büyük stratejisidir. X işletmesi geleceğe ışık tutan, tüketicilerine değer yaratan ürünlerle pazar odaklı ürün yönetimi yaklaşımı ile yönetimsel stratejiler oluşturmaktadır. Teknoloji tüketicilerinin dijital dönüşüm yolculuğundaki ihtiyaçları doğrultusunda en önemli teknoloji merkezleriyle beraber proje ortaklıkları geliştirirerek efektif bir ekosistem oluşturmak bir diğer temel stratejisidir. Dolayısıyla, diğer teknoloji merkezlerinin de gücünden yararlanmış ve minimum maliyetle maksimum verim alarak ilerlemiş olmaktadır. X işletmesinin oluşturduğu bu yönetimsel stratejiler ile gelecek dünyasında da ayakta kalarak sürdürülebilirliğini devam ettireceği belirtilmiştir.

Y işletmesinin yönetimsel stratejileri, teknoloji sektöründe bulunduğu konumla paralel olarak ilerlemektedir. İşletme, “daha akıllı bir dünya” söylemiyle entegre olarak

yeni ve büyüyen pazarlarda aktif bir strateji oluşturmaktadır. İşletme; müşterileriyle, çalışanlarıyla ve genel anlamda toplumun tüm kesimiyle nasıl inovasyon yapılacağı ve yapılan inovasyonun ne gibi etkiler oluşturacağı hakkında stratejiler belirlemektedir. Pazar odaklı olan Y işletmesi, karlılığını ve verimliliğini arttırmak için kurumsal varlıkları olan verilerinin katma değerini yükseltecek stratejiler oluşturmaktadır. Bu bilgiler ışığında işletmenin, marka değerini katlayacak yönetim stratejileriyle ilerlediği belirlenmiştir.

Z işletmesi, mal ve hizmet üretirken fikir aşamasından, tasarım prototipi ve uygulama sürecine kadar dijital iş dönüşümünün fırsatlarından yararlanacak yönetim stratejileri belirlemektedir. Kritik işlerin çözümü için hızlı uygulamalar ile birden fazla sorunu çözecek stratejilerle ilerlemektedirler. Stratejilerin zemini, hızlı çözümler ile maksimum verimlilik kazanırken minimum maliyet oluşması üzerine oluşturulmuştur. Z işletmesi güvenilirlik, esneklik, hızlı adapte olma stratejileri sayesinde teknoloji sektöründe kendilerine üst düzey bir seviyede yer edinmekte zorlanmamışlardır.

İşletmelerin Entelektüel Sermaye Yönetimi Anlayışına Genel Bir Bakış

X işletmesi, entelektüel sermaye yönetimini yüksek düzeyde bünyesinde bulunduran bir işletmedir. Dijital iş gücü ile dijital dönüşümü hızla yakalayan ve hizmetlerinde yapay zeka kullanımının yüksek olması X işletmesinin entelektüel sermayesine ivme kazandırmıştır. Teknoloji sektörü piyasasında marka değeri yüksek olan X işletmesi IoT (nesnelerin interneti), büyük veri, metaformik dizaynlar, yazılım, bulut, nitelikli iş gücü, inovasyon yaratma konusunda çalışmalarını sürdürebilmek için entelektüel sermaye unsurlarının hepsini iş kültürünün içinde barındırmaktadır. X işletmesi, ürün ve hizmetlerinin katma değerleri yüksek olması nedeniyle müşteri memnuniyeti, sadakatini sağlarken aynı zamanda yeni müşteri kazanmakta da zorlanmamaktadır.

Y işletmesi, dünya genelinde entelektüel sermayesinin en yüksek olduğu kanıtlanan işletmeler arasında ilk beşte yer almaktadır. Bünyesinde bulundurduğu yaratıcı ve yenilikçi çalışanları Y işletmesine büyük oranda entelektüel sermaye değeri katmaktadır. Y işletmesinin piyasa değeri, fiziksel sermayesinin çok üstündedir. Bunun

başlıca sebebi katma değerini oluşturan marka değerinin fazla olmasıdır. Y işletmesinin; bulut, IoT (nesnelerin interneti), büyük veri, yapay zeka kullanımı ve danışmanlığı, iş zekası kullanımı ve danışmanlığı gibi hizmetlerinin bulunması entelektüel sermaye varlıklarının yüksek getirilerde olduğunun en büyük göstergelerinden biridir.

Z işletmesinin, bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yapay zeka kullanarak nitelikli iş gücü ile birlikte hizmet üretmesi entelektüel sermaye yönetimi kullanımı oranının yüksek olduğunu göstermektedir. İşletme, tedarik kaynak zinciri sistemini doğru ve etkin bir şekilde kullanarak müşteri memnuniyetini yüksek düzeyde sağlamaktadır. Z işletmesinin ürünleri arasında bulut, IoT (nesnelerin interneti), telekomünikasyon ve yapay zeka üretiminin bulunmasından dolayı fiziksel sermayesinden ziyade entelektüel varlıklarının yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Genel Anlamda Firma Performansı

İşletmeler, rekabetin üst seviyede olduğu günümüz dünyasında ayakta kalabilmek için performans odaklı hareket etmektedirler. Bu nedenden dolayı işletmeler amaç ve hedeflerine ulaşmak için performans gelişimlerini takip etmeli, planlamalı, hızlı ve etkin bir biçimde ileri boyuta taşınmalıdır.

X işletmesi, büyümesinin sürdürülebilirliğini sağlamak için efektif bir biçimde kurumsal performanslarını arttırmaktadır. Ayrıca X işletmesi, kendi performanslarını ölçmelerinin yanı sıra diğer işletmelere de performanslarını ölçmeleri için danışmanlık hizmetinde bulunmaktadır. İşletmenin karlılık oranının yüksek düzeyde olmasının nedeni etkin verimliliğin sağlanmasıdır.

Y işletmesinin piyasa değeri, teknoloji sektöründe faaliyet gösteren işletmeler açısından bakıldığında üst düzeydedir. Karlılık oranının tatmin edici seviyede olması büyük bir gösterge durumundadır. Y işletmesi, işletme performansının sürekli ölçülmesi ve aktif bir biçimde takip edilmesi gerektiğinin bilincinde olduğundan verimlilik açısından sıkıntı yaşamamaktadır.

Z işletmesinin piyasa değeri tatmin edici seviyededir. Z işletmesi, yaptığı yatırımlarla büyümesine ve piyasa değerini arttırmasına yönelik stratejiler izlemeye devam etmektedir.



Tablo 5. Yeni Ekonomi ve Bilgi Toplumunda Faaliyette Olan Firmaların Entelektüel Sermaye ile Firma Performansı Arasındaki İlişki

YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA FAALİYETTE OLAN FİRMALARIN ENTELEKTÜEL SERMAYE İLE FİRMA PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ			
KATEGORİLER	X FİRMASI	Y FİRMASI	Z FİRMASI
YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMU	Sanallaşma İş Süreçlerinin Tamamen Dijitalleşmesi Dijital ve Nitelikli İş Gücü Dijital Ekonomi Bilgi Temelli Ekonomi Üretici ve Tüketicinin Direkt İletişim Halinde Olması Bilgi Toplumu İhtiyaçlarını Karşılama Daha Akıllı Toplumsal Toplumsal Sorunlara Dijital Çözümler Yapay Zeka ve Arttırılmış Zeka Büyük Veri Hizmet Ağırlıklı Küresel Firma Varlıkların Katma Değer Yaratmasına Öncelik Sürdürülebilir Bir Şekilde Optimizasyon Sağlama Yarının İhtiyaçlarını Bugünden Belirleme	Sanallaşma İş Süreçlerinin Tamamen Dijitalleşmesi Dijital ve Nitelikli İş Gücü Dijital Ekonomi Bilgi Temelli Ekonomi Üretici ve Tüketicinin Direkt İletişim Halinde Olması Bilgi Toplumu Geçiş Sürecini Hızlı Yakalama Bilgi Toplumu İhtiyaçlarını Karşılama Daha Akıllı Toplumsal Toplumsal Sorunlara Dijital Çözümler Yapay Zeka ve Arttırılmış Zeka Büyük Veri Hizmet Ağırlıklı Küresel Firma Varlıkların Katma Değer Yaratmasına Öncelik Sürdürülebilir Bir Şekilde Optimizasyon Sağlama Yarının İhtiyaçlarını Bugünden Belirleme	Sanallaşma İş Süreçlerinin Tamamen Dijitalleşmesi Dijital ve Nitelikli İş Gücü Dijital Ekonomi Üretici ve Tüketicinin Direkt İletişim Halinde Olması Bilgi Toplumu İhtiyaçlarını Karşılama Daha Akıllı Toplumsal Toplumsal Sorunlara Dijital Çözümler Yapay Zeka Büyük Veri Hizmet Ağırlıklı Küresel Firma Varlıkların Katma Değer Yaratmasına Öncelik Sürdürülebilir Bir Şekilde Optimizasyon Sağlama Sektörel Değişimleri Yakalama
TEMEL HEDEFLER	Ar-Ge Çalışmalarına Önem Vermek Müşteri Mennuniyetini Sağlayarak Yeni Müşteri Kazanma İnovasyon Yaratmak Akıllı Şehirler Oluşturmak Marka Değerini Katma Değer Yaratarak Arttırmak Proje Ortaklıkları Sağlayarak Daha Çok Müşteriye ulaşmak Çalışanlara çok yönlü uzmanlık sağlamak Maksimum verim sağlamak	Ar-Ge Çalışmalarına Önem Vermek Müşteri Mennuniyetini Sağlayarak Yeni Müşteri Kazanma İnovasyon Yaratmak Akıllı Şehirler Oluşturmak Marka Değerini Katma Değer Yaratarak Arttırmak Proje Ortaklıkları Sağlayarak Daha Çok Müşteriye ulaşmak Çalışanlara çok yönlü uzmanlık sağlamak Maksimum verim sağlamak	Ar-Ge Çalışmalarına Önem Vermek Müşteri memnuniyetini sağlayarak Yeni Müşteri Kazanma İnovasyon Yaratmak Marka Değerini Katma Değer Yaratarak Arttırmak Çalışanlara çok yönlü uzmanlık sağlamak Maksimum verim sağlamak

Tablo 6. Yeni Ekonomi ve Bilgi Toplumunda Faaliyette Olan Firmaların Entelektüel Sermaye ile Firma Performansı Arasındaki İlişkisi 2

YENİ EKONOMİ VE BİLGİ TOPLUMUNDA FAALİYETTE OLAN FİRMALARIN ENTELEKTÜEL SERMAYE İLE FİRMA PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ			
KATEGORİLER	X FİRMASI	Y FİRMASI	Z FİRMASI
STRATEJİLER	Çözüm odaklı hareket etmek Yatırımların kaynaklarını arttırmak Ar-Ge çalışmalarına hız kazandırmak Sürdürülebilirlik Arttırılmış zeka kullanımını hızlandırmak Yeni nesil iş süreçleri oluşturmak Müşteri memnuniyeti ve sadakatı sağlamak Kriz anlarında hızlı reaksiyon almak Endüstri 4.0 uygulamalarını arttırmak	Çözüm odaklı hareket etmek Yatırımların alanlarını çeşitlendirmek Ar-Ge çalışmalarına hız kazandırmak Sürdürülebilirlik Arttırılmış zeka kullanımını hızlandırmak Yeni nesil iş süreçleri oluşturmak Müşteri memnuniyeti ve sadakatı sağlamak Kriz anlarında hızlı reaksiyon almak	Çözüm odaklı hareket etmek Çalışanların iş performansını arttırma Ar-Ge çalışmalarına hız kazandırmak İnovasyon kültürünü yaygınlaştırmak Sürdürülebilirlik Yapay zeka kullanımını arttırmak Yeni nesil iş süreçleri oluşturma Müşteri memnuniyeti ve sadakatı sağlamak
ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİ	Yaratıcı iş gücü Yeni ürün geliştirme Katma değer yaratma İşe yönelik bilgi ve becerileri arttırıcı eğitimler Kurum içi yapı ve modelleri güncelleme Patent ve telif haklarını oluşturma BİT alt yapısını geliştirme Müşteri değerini hissettirme	Etkin tedarik zinciri Yaratıcı iş gücü Yeni ürün geliştirme Katma değer yaratma İşe yönelik bilgi ve becerileri arttırıcı eğitimler Kurum içi yapı ve modelleri güncelleme Patent ve telif haklarını oluşturma BİT alt yapısını geliştirme Müşteri değerini hissettirme Stratejik proje ortaklıkları	Marka değerini arttırma Yaratıcı iş gücü Yeni ürün geliştirme Katma değer yaratma İşe yönelik bilgi ve becerileri arttırıcı eğitimler Kurum içi yapı ve modelleri güncelleme Müşteriye yönelik ürün geliştirme
FİRMA PERFORMANSI	Karlılık düzeyini yükseltme Verimlilik artışı Piyasa değerini arttırma Ürün ve hizmetlerin kalite artışı	Karlılık düzeyini yükseltme Verimlilik artışı Piyasa değerini arttırma Ürün ve hizmetlerin kalite artışı	Karlılık düzeyini yükseltme Verimlilik artışı Piyasa değerini arttırma Ürün ve hizmetlerin kalite artışı

Bu tez çalışmasında, entelektüel sermaye yönetiminin uygulanmasının teknoloji sektöründe firma performansına etkisi; insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermayenin alt değişkenleri dikkate alınarak 3 başlık şeklinde incelenmektedir.

3.6.2.1. İnsan Sermayesinin Firma Performansı Üzerine Etkisi

Çalışmada, entelektüel sermaye unsurlarından insan sermayesinin firma performansı üzerine etkisi; çalışanların kavramsal bilgi ve becerileri, çalışanların sosyal bilgi ve becerileri, çalışanların verimlilik faktörleri ve yöneticilerin bilgi ve becerileri olarak ana hatlar olmak üzere değerlendirilmiştir.

Çalışanların Kavramsal Bilgi ve Becerileri

Entelektüel sermaye uygulamaları iş yetkinliğinde önemli rol oynamaktadır. Entelektüel sermaye uygulamaları, İş gücünün iş yetkinliğinin artışını büyük oranda sağlayan uygulamalardır. Çalışma yetkinliği ve uzmanlık yelpazeleri geniş olan çalışanlar sayesinde işletmeler, firma performanslarını yüksek oranlarda arttırmışlardır.

X işletmesi iş gücünün, yetkinliklerinin ve uzmanlıklarının belirlenmesinin kritik bir nokta olduğunun farkında olarak iş yapma süreçlerini oluşturan bir işletmedir. Çalışanlarını uzmanlıklarına göre iş süreçlerinin içerisinde yer edindiren X işletmesi bu sayede minimum maliyetle maksimum kar elde etmektedir. X işletmesi, kendi bünyesinde iş gücü olarak kullandığı çalışanları için yetkinlik alt yapılı sistem oluşturan işletme sektöründe yüksek performanslı vizyoner bir işletme olarak adlandırılmaktadır. Yönetici ve çalışanlarının uzmanlık alanlarında sektör tarafından aranan isimler olması X işletmesinin amaç ve hedeflerine ulaşmada yardımcı olmaktadır. X işletmesi çalışanlarının bilgi ve tecrübeleri sayesinde Covid-19 pandemi döneminde uzaktan alt yapılı yönetim sistemini gerçekleştirmiştir. Bu uzaktan alt yapılı sistem sayesinde, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler için danışmanlık hizmetini gerçekleştirmişlerdir. Şirket, pandemi döneminde de bu şekilde verimliliğini yitirmemiş olmaktadır. Şirket içi eğitimler ile çalışanlarına çok yönlü yetkinlik kazandırılmasını sağlayan işletme, dinamik bir yapı oluşturmaktadır. Şirket içinde çalışanlar yetkinlik düzeylerine göre pozisyon veya departman değiştirme şanslarına sahiptirler. Şöyle ki 2019 yılında açık pozisyon atamalarının %87'si şirket içinden gerçekleştirildi. X işletmesinde bulunan her ekibin ve

o ekip içindeki her çalışanın yıllık bütçesi bulunmaktadır. Çalışanlar kendi bilgi ve tecrübelerini arttıracak akademik eğitim, dil eğitimi, seminerler gibi eğitimlerle bütçelerini harcayabilmektedirler.

Y işletmesi, entelektüel sermayesi olan çalışanları, iş yetkinlikleri ve uzmanlıkları sebebiyle teknoloji sektöründe kendilerine yer edinmiş durumdadır. Y işletmesi açık pozisyonlar için kendi yetiştirdiği iş gücüne öncelik tanımaktadır. Kendi yetiştirdiği iş gücü için ise üniversite-sektör işbirliklerinden temin etmektedir. Yeni mezun olan iş gücünü, bilgi ve tecrübelerini kendi şirket içi program ve eğitimleriyle arttırarak, uygun pozisyonlara yerleştirmektedir. Böylece çekirdekten yetiştirdiği yeni mezun iş gücünün şirket içi uzmanlığını da çeşitlendirmektedir. Y işletmesinde, yapay zekayla birlikte arttırılmış zeka uygulamalarının şirket büyümesini hızlandırmasından dolayı çalışanların iş yetkinlikleri genellikle mühendis tabanlıdır. İşletmede, süreç departmanı bulunmaktadır. Bu departman, çalışanların uzmanlıkları ve yetkinliklerine göre hangi pozisyonlarda ne gibi iş tanımlamalarıyla ilerleyeceğini belirlemektedir. Bu şekilde şirket içi dikey ve yatay pozisyon geçişleri de çalışan isteği doğrultusunda gerçekleştirilirken zorluk yaşanmamaktadır. HEADCOUNT sistemi olan işletme, genel merkez onayıyla rotasyonu izin alarak gerçekleştirmektedir. İşletme, yeni pozisyon için “count” oluşturduktan sonra pozisyon yaratmaktadır. Y işletmesi entelektüel varlıkların karlılık ve büyümeyi arttıracığının farkında olan bir işletme olarak entelektüel varlık oluşturabilecek yetkinlikte elemanlarla iş hayatında yer edinmesi gerektiğinin bilincindedir.

Z işletmesi, entelektüel sermaye tarafından geliştirilen yapay zeka uygulamaları yaratmaları nedeniyle çalışanlarının uzmanlıklarının mühendis alt yapılı olduğunu belirtmektedir. İşletme, yapay zeka uygulamalarını gerçekleştirmesi için merkezi alanda laboratuvar kurarak çalışanların bilgi ve tecrübelerini arttırmayı planlamaktadır. Bu uygulamalar sayesinde işletme entelektüel varlıklarını zenginleştirmektedir. Uzaktan çalışma ve bakım yönetimli hizmetleri sistemi ile Covid-19 pandemi döneminde diğer işletmelere danışmanlık ve eğitim vermektedirler. Sektöründe pasolink uygulamasının lideri konumunda olmasını, çalışanlarının bilgi ve beceri düzeylerinin yüksek olmasına bağlamaktadır. Çünkü; şirket bu şekilde katma değer yaratmaktadır. İşletme, efektif

zaman yönetimi için deneyimli çalışanlara öncelik verdiğinden ve bu sayede verimlilik düzeylerinde, haliyle karlılık paylarında artış sağlamıştır. Z işletmesi, şirket içi ve şirket dışı eğitimlerle çalışanlarının yetkinlik yelpazesini çeşitlendirme stratejileri uygulamaktadırlar.

Çalışanların Sosyal Bilgi ve Becerileri

X işletmesi, bünyesindeki çalışanların çeşitli platformlarda verdikleri konferans ve seminerler ile sadece kurum içinde değil kurum dışında da sosyal yetkinliklerini oluşturmuştur. İşletme çalışanları, ulusal ve uluslararası fuarlarda yenilikçi uygulamalarını dünyaya pazarlayarak yetkinlik alanlarını genişletmişlerdir. Bu bağlamda entelektüel sermaye unsurlarının alt etkenlerinden olan sosyal yetkinlikler sebebiyle, yetkinlikleri fazla olan çalışanlar sayesinde işletme sadece yurtiçinde değil yurtdışında da satış gerçekleştirerek piyasa değerini arttırmıştır. Yurtdışına da ürün ve hizmet satışı, danışmanlığı olan işletme, sosyal iletişimini global şekilde sağlamaktadır. Şirket kendi çevrimiçi platformu üzerinden çalışanlarına, müşterilerine, müşteri adaylarına ve alanında yetkinlik kazanmaya çalışanlara sosyal bir ağ oluşturmaktadır. Bu çevrim içi sosyal ağda, çalışanlar ve müşteriler kendi aralarında chat yapabiliyorlar, fotoğraf ve eğlenceli video paylaşımında bulunabiliyorlar ayrıca eğitim videolarını ve seminerlerde yaptıkları konuşmaları platform aracılığı ile bir çok kişi ile paylaşmış oluyorlar. Ayrıca işletme, spor ve sanat gibi alanlarda yetenekleri bulunan çalışanlarına iç sponsorluk uygulaması ile sosyal yetkinliklerine destek olmaktadır. X işletmesi, milli yüzücü olan çalışanını dünya çapındaki yarışmalar dahil olmak üzere hem maddi hem de manevi olarak desteklemiştir.

Y işletmesi, ileri veri analitiği kullanarak yarattığı yeni yazılımlarını hem kendi çevrim içi platformlarında hem de çeşitli platformlarda müşterilerine ve çalışanlarına tanıtmıştır. İşletme yaptığı araştırmalar sonucunda, 2018 yılından bu yana işletmelerin %60'nın bir tedarikçi veya üçüncü kişiler tarafından veri ihlali yaşadığını fark etmiştir. Bundan dolayı işletme, üretici olarak direkt tüketicileri ile sosyal iletişimde bulunmaktadır. Bu durumdan sonra işletme, çalışanlarının sosyal yetkinliklerini arttırdığını gözlemlemiştir. X işletmesi çalışanları, yapay zeka platformları sayesinde web seminerleri düzenleyerek diğer firmaların kendi chatbotunu oluşturmalarını sağlamaktadır.

Z işletmesi çalışanları, uluslararası ürün ve hizmet satışından dolayı sosyal yetkinliklerini üst düzeyde tutmayı başarmıştır. Bir çok kültürle iç içe olan işletme çalışanları diğer kültürlere adapte olmakta zorlanmamış, esnek davranabilme kabiliyeti geliştirmişlerdir. İşletmenin sahip olduğu çevrim içi televizyon kanalı ile çalışanlar, müşterilerine ve diğer çalışanlara kendi yarattıklarını bilgi ve teknoloji alt yapılı ürünleri tanıtmaktadırlar. Ayrıca çalışanlar, hem yurt içinde hem yurt dışında bulunan fuarlara katılarak ve ürünlerini orada tanıtmaya fırsatıyla gerekli sosyal yetkinlikleri kazanmışlardır. Z işletmesi, çalışanlarına kendi yarattıkları ürün ve hizmetlerin danışmanlıklarını verme kararı ile çalışanların sorumluluk bilincini yükseltmektedir.

Çalışanların Verimlilik Faktörleri

X işletmesi, Y işletmesi ve Z işletmesi yaşadığımız bilgi toplumunun yüksek rekabet ortamı dolayısıyla çalışan motivasyonunun işletme performansına etkisinin kritik noktada olduğunun bilincinde olan işletmelerdir. Bundan dolayı çalışmaya konu olan işletmeler, çalışan motivasyonunu artırıcı politikaları kendilerine misyon edinmişlerdir.

X işletmesi, çalışanlarının iş süreçlerini gerçekleştirirken yeterli kaynak ve ekipmanları ayırarak iş tatmini sağlarken zorluk çekmemektedir. Şirket üst düzey yöneticilerinin her ay canlı yayında şirket hedeflerinden ve başarılarından bahsederek aslında çalışanlarına hem iş tatmini hem de çalışma motivasyonu kazandırmaktadır. Çünkü bu şekilde şirket çalışanı kendini ait hissetmekte zorlanmamakta ve başarıya ortak olduğunu hissetmektedir. X işletmesi, çalışanlarına ortak hedef belirleyerek ekip motivasyonunu artırırken çalışanını da ortada kalmış hissiyatından uzaklaştırmaktadır. Ortak hedef X işletmesi gibi şirketler için önemli motivasyon kaynaklarından. Çalışana iş tanımını yaratırken aynı zamanda iş süreçlerine hakim olma imkanı da sunmaktadır. 2000’li yıllardan günümüze kadar yaygınlaşan gönüllülük esasıyla ve Birleşmiş Milletler raporunda yayınlanan Küresel İlkeler Sözleşmesini benimseyen X işletmesi; insan hakları, çalışma koşulları, çalışan motivasyonu ve kuruma bağlılık gibi ilkelerle perspektifini genişletmiştir. Bu ilkeleri benimseyen işletme, çalışan motivasyonunu arttırmıştır.

Y işletmesinde, çalışma standartlarının yüksek olmasından dolayı çalışanların motivasyonu yüksek düzeydedir. Şirket içinde hedeflerine ulaşan veya kendi uzmanlıkları ile ilgili eğitimlerini tamamlayan çalışanlara POİNT sistemiyle maddi teşvikler uygulanmaktadır. Y işletmesinin, şirket içi çevrim içi eğitimleri çalışanlara iş tatmini sağlamakta yararlı olmaktadır. Çalışanlarına haftada bir olacak şekilde evden çalışma imkanı sunan işletme motivasyonu arttırmayı planlamaktadır. Şirket çalışanlarının akademik gelişimlerini destekleyici eylemlerde bulunulması önemli bir motivasyon kaynağı oluşturmaktadır. Y işletmesi çalışanları, ekiple veya bireysel olarak yaptıkları ürün ve hizmetlerinin tanıtımını kendilerinin yapmasının çalışanlar açısından başarıya katılım hissini yaşamaktadırlar.

Z işletmesi, öncelikli olarak çalışanların iş tatmini yaşamaları ve kuruma bağımlılığını arttırmaları için iç rotasyon isteklerine olumlu cevap vermektedirler. Eğer çalışan iş tanımını gerçekleştiremiyor veya mutlu bir biçimde çalışmıyorsa motivasyonu düşük olacaktır. Bu durum da verimlilik azalmasına neden olmaktadır. Şirket bu durumlarda çalışanını işten çıkarma yerine iç rotasyona yöneltmektedir. İç rotasyon isteği olumlu karşılanan çalışan, işini daha çok benimsediği için verimlilik artışı ve motivasyon artışını da paralel olarak gerçekleştirir. Z işletmesi, yıllık hedeflerine ulaşan ve hedeflerini de geçen çalışanlarına BONUS sistemi ile performans ödemesi gerçekleştirerek, iş tatminin yanı sıra çalışma motivasyonunu da yükseltmektedir.

Yöneticilerin Bilgi ve Becerileri

X, Y ve Z işletmelerinin üst ve orta düzey yöneticilerinin, çalışanlarını yönetme beceri düzeylerinin yüksek olduğu kişilerden oluştuğunu belirtebiliriz. Çalışmaya konu olan işletmelerin yöneticileri, çalışanlarını 180 derece izleme ve takip yöntemi uygulamaktadır.

X işletmesi yöneticileri, iyi eğitilmiş ve liderlik alt yapılarını tamamlayan çalışanlardan oluşmaları nedeniyle çalışanlarını yönetirken, yönlendirirken zorlanmamaktadırlar. X işletmesi yöneticilerine, ekipleri için harcanması gereken bütçeyi yönetme imkanı sunulmaktadır. Yönetici, takımında bulunan kişinin uzmanlık alanı veya akademik kariyeri ile ilgili alması gereken eğitimlere yönlendirilmesine destek olur.

Y işletmesi içerisinde bulunan BANT sisteminde orta ve üst düzey yöneticilerin bant seviyeleri en yüksektir. Yöneticilerin bant seviyelerinin yüksek olmasının sebebi liderlik yetkinliklerinden kaynaklanmaktadır. Y işletmesi yöneticileri veri stratejisini, iş stratejisiyle birleştirerek iş yapma süreçlerinde çalışanlarını yönlendirmektedir.

Z işletmesi yöneticileri, çalışanlarını şeffaf davranarak yönetmektedirler. Yöneticiler çalışanlarının iş hayatlarında yöneticileri olmaktan çok, yolculuklarının ortağı olarak iş hayatlarını yönlendirme becerileri kazanmışlardır.



Tablo 7. İnsan Sermayesi ile İşletme Performansı Arasındaki İlişkisi

İNSAN SERMAYESİ İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ			
KATEGORİLER	X İŞLETMESİ	Y İŞLETMESİ	Z İŞLETMESİ
ÇALIŞANLARIN KAVRAMSAL BİLGİ VE BECERİLERİ	Teknik düşünme becerisi Yabancı dil seviyesi yüksek çalışanlar Yurtdışı iş tecrübesi yüksek çalışanlar Yabancı uyruklu çalışanlar Üniversite-Sektör iş birlikleri İleri veri programlama yetkinliği Yapay zeka ve artırılmış zeka yaratma Girişimci ve yenilikçi İthalat-İhracat yetkinliği Danışmanlık verebilme	Teknik düşünme becerisi Yabancı dil seviyesi yüksek çalışanlar Yurtdışı iş tecrübesi yüksek çalışanlar Yabancı uyruklu çalışanlar Üniversite-Sektör iş birlikleri İleri veri programlama yetkinliği Yapay zeka ve artırılmış zeka yaratma Girişimci ve yenilikçi İhracat yetkinliği Danışmanlık verebilme	Teknik düşünme becerisi Yabancı dil seviyesi yüksek çalışanlar Yurtdışı iş tecrübesi yüksek çalışanlar Yabancı uyruklu çalışanlar İleri veri programlama yetkinliği Yapay zeka ve artırılmış zeka yaratma Girişimci ve yenilikçi İhracat yetkinliği Danışmanlık verebilme
ÇALIŞANLARIN SOSYAL BİLGİ VE BECERİLERİ	Kurum içi sosyal ağ kullanımı Yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılım Global İletişim TEDX’ de konuşma	Kurum içi sosyal ağ kullanımı Yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılım Global İletişim Farklı müşteri kültürlerine hızlı adapte olma	Kurum içi sosyal ağ kullanımı Yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılım Global İletişim Farklı müşteri kültürlerine hızlı adapte olma Kurum TV kanalında eğitim verme
ÇALIŞANLARIN VERİMLİLİK FAKTÖRLERİ	Esnek Çalışma İç Sponsorluk Yeterli düzeyde kaynaklara sahip olma Performansa göre prim İç rotasyon imkanı Yemek ve etkinlik organizasyonları	DAKİKA avans sistemi CODE 42 yazılım destekleme sistemi NEW RELIC performans izleme Esnek Çalışma İç Sponsorluk Yeterli düzeyde kaynaklara sahip olma Performansa göre prim Yemek ve etkinlik organizasyonları	Esnek Çalışma Yeterli düzeyde kaynaklara sahip olma BONUS sistemi İç rotasyon imkanı Yemek ve etkinlik organizasyonları
YÖNETİCİLERİN BİLGİ VE BECERİLERİ	180 derece izleme ve takip Şeffaflık Öngörme yeteneği	180 derece izleme ve takip JIRA hata izleme sistemi BANT sistemi Şeffaflık Öngörme yeteneği	180 derece izleme ve takip Şeffaflık Öngörme yeteneği

3.6.2.2. Yapısal Sermayenin Firma Performansı Üzerine Etkisi

Çalışmanın bu içeriğinde, entelektüel sermaye unsurlarından yapısal sermayenin firma performansı üzerine etkisi; işletmenin yapısı, bilgi aktarımı ve paylaşımı, fiziki alt yapı ve araçlar olarak ana hatlar üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

İşletmenin Yapısı

X işletmesinin kültürü, uluslararası şirket kültürü izlerini taşımaktadır. Vizyon ve misyonunu güncel tutmaktadır. Çalışma ortamı esnek bir şekilde ve bilgi aktarımı konusunda hiyerarşiden uzak bir şekilde kültür oluşturulmuştur. X işletmesinin kurum kültürü açık inovasyon ve esneklik tekniğine dayanmaktadır. Kurum içi çalışanların hata ve başarısızlık durumunda geliştirilmesi gereken alanları belirtilerek, çözüm için ayrıntılı öneri tabloları sunulur. Kurumun kültürü, çalışanların motivasyon ve verimliliği sağlanarak, müşteri memnuniyetini arttırmak üzerinedir.

Y işletmesinin kültüründen dolayı çalışma ortamı, dijital dönüşüme hız verecek bir şekilde oluşturulmuştur. İşletme kültüründe en önemli nokta düşünmektir ve düşünmeyle ilgili stratejilerini 12 farklı ülkede çeşitli etkinlikler ile çalışanlarına sunmuştur. Kurum kültürünün yenilikçi mirasını “düşünmek” temasına borçludur. Kurumun kültürünün iş performansına, iş gelişimine ve refaha etkilerinin farkında olan işletme, çalışanlarının hata ve başarılarında geribildirimlerini verirken bunları dikkate almaktadır. Bir çalışanı hataya düştüğünde ve başarısız olduğunda çalışanına hangi alanlarda yetkinliklerini arttırması gerektiğini ya da davranışlarını hangi eylemlerle ifade etmesi gerektiğinden bahseden kart sistemi oluşturulmuştur. Y işletmesi çalışanları, kanun ve işletme kurallarına uyma noktasında sıkıntı yaşar ise katı bir şekilde uyarı alarak ikinci kez gerçekleştiğinde işten atılma durumu ile karşı karşıya kalma noktasına gelmektedir.

Z işletmesi uluslararası bir işletme olduğundan kültürü uluslararası seviyededir. İşletmenin vizyon, misyon, strateji ve yatırımları yurt dışı kültürüne entegre bir şekildedir. Bilgi aktarımı ve paylaşımının üst düzey olduğu bir kültür sisteminde faaliyet gösteren işletme karlılık düzeylerinde bunların etkisini net bir şekilde görmektedir. Z işletmesi planlama ve anlık reflekslere önem veren bir işletme olduğundan çalışma

ortamını ve iş süreçlerini bu şekilde dizayn etmektedir. Şirket, çalışanların kanun ve kurallara uyma noktasında katı olduğunu açık bir şekilde ifade eden bir kültüre sahiptir.

Bilgi Aktarımı ve Bilgi Paylaşımı

X, Y ve Z işletmeleri bilgi yaratımının önemini faaliyet gösterdiği sektör bakımından hızlı bir şekilde kavramışlardır. Bu durumda, bilgi yaratan firmalar olarak bilgi aktarım ve paylaşım seviyelerinin en ileri seviyede gerçekleştirilmesini sağlayacak politikalar uygulamışlardır. Bilgi aktarım ve paylaşımının önemini kavrayan işletmeler, sadece çalışanlarıyla değil tedarikçileri ve proje ortaklarıyla da bilgi aktarımı ve paylaşımı gerçekleştirmektedirler. Entelektüel sermaye yönetiminin kritik noktalarından olan bilgi yaratma, aktarma ve paylaşma sürecine önem veren işletmeler olarak faaliyet göstermeleri işletme performansını arttıracak eylemler oluşturmalarına katkı sağlamaktadır. Çalışmaya konu olan bu firmalar, yaşanan Covid-19 pandemi döneminde bilgi aktarım ve paylaşım düzeylerinin azalmasına neden olmamak için çevrim içi platformlarla destek sistemi oluşturmuşlardır. İşletmeler, uzaktan çalışma döneminde bilgi aktarım hızının artış gösterdiğini ve çalışanların özellikle üst düzey yöneticilerle daha hızlı iletişime geçebildiğinden bilgi paylaşımlarının arttığını belirtmişlerdir.

Yeni ekonomi ve bilgi toplumunda bulunan X işletmesinin bilgi aktarımı ve paylaşım düzeyini yüksek tutmalarının nedeni, çalışanlar arasında aktarım ve paylaşım gerçekleştiğinde uzun vadede şirketin karlılık düzeyinin artacağını ölçmesinden dolayıdır. Bu bağlamda işletme, hiyerarşik sistemi yıkararak çalışanların kurum içi olarak iş birliği yapmasını teşvik etmektedir. İşletme eğitim, konferans, kurumsal yayınlar ve bilgi iletişim teknolojileri araçlarını kullanarak kurum içi bilgi paylaşım düzeyini arttırmaktadır.

Y işletmesi; çevrim içi eğitimler, yayınlar, konferanslar ve bilgi iletişim teknolojileri araçları ile bilgi aktarımını ve paylaşımını gerçekleştirmektedir. Şirketin kendi blogunun olması ve çevrim içi sosyal ağlarının bulunması bilgi aktarımının hızlı bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Ayrıca şirketin çağrı merkezinin olması, müşteriler ile hızlı ve etkin bir şekilde bilgi paylaşımında bulunmasını sağlamaktadır. Bu

şekilde satış oranlarını arttırarak işletme verimliliğine ve karlılığına ciddi bir seviyede katkı yaratmaktadırlar.

Z işletmesi de X ve Y işletmeleri gibi eğitimler, konferanslar, oryantasyon, bilgi iletişim teknolojisi araçlarıyla, ulusal ve uluslararası yayınlarla bilgi aktarımını ve paylaşımını efektif bir şekilde gerçekleştirmektedirler. İşletme yeni bir ürün veya hizmet yarattığında, diğer çalışanların da ürün veya hizmete hakim olması için bilgi paylaşımında bulunulmasına özen göstermektedir. Böyle bir durumda gerek görülürse yurt dışında bulunan çalışanlar yurt içine getirilerek yüz yüze eğitim gerçekleştirilmektedir.

Fiziki Alt Yapı ve Araçlar

X işletmesi, işletmenin temel amaç ve hedefleri doğrultusunda karar verme sürecinde şeffaflık ilkesiyle hareket etmektedir. Bu yüzden şeffaflık ilkesi gereğince iki ayrı ve bağımsız denetim firması ile çalışmaktadırlar. İşletme sürekli olarak denetime tabi tutulmakla birlikte aylık, üç aylık ve yıllık olarak raporlama dönemleri mevcuttur. Şirketin ana sözleşmesi şirket politika, strateji ve kaynaklarını açıkca belirtmektedir. X işletmesinin mülkiyet hakkı elinde olan birçok alt markası bulunmaktadır. Kendi markası ve alt markalarından dolayı patentlerini de elinde bulundurmaktadır. Şirket bilgi ve teknoloji yaratan, satan ve danışmanlığını veren bir işletme olmasından dolayı yönetime katkısı olan bir çok yazılıma sahiptir. Entelektüel sermaye uygulamalarının en başında gelen marka, patent, mülkiyet hakkı gibi konulara önem vererek yönetime katkıda bulunmasını sağlayan işletme, firma performansını arttıracak şekilde bir sistem dizayn ettirmiştir.

Y işletmesi, entelektüel sermaye uygulamaları sayesinde dijital dönüşümde temel yapı taşı rolünü üstlenmiştir. Bu durum, yenilik yaratıcı olmalarından dolayı pazarında piyasa değeri yüksek olan ilk 5 işletmeden birisi olmalarını sağlamıştır. Y işletmesinin entelektüel sermaye varlıkları marka, patent, bilgi iletişim teknolojileri, yazılımları mevcuttur. Bunlar sayesinde yönetime etkisi olan araçları etkin bir şekilde kullanabilmektedir. Karar alma sürecinde şeffaf ve esnek olan işletme, kalite sisteminden ödün vermemektedir. İşletme aylık, üç aylık ve yıllık olarak raporlama yapmaktadır.

Şeffaflık ilkesi gereği iki ayrı bağımsız denetim işletmesi tarafından denetlenmektedirler. Bunlar sonucunda işletme piyasa değerini ve yıllık karlılık oranını ölçmekte, nereyi iyileştirmesi gerektiğini keşfetmektedir.

Z işletmesinin işletme performansını arttırarak piyasa değerinin yükselmesine katkı sağlayan yönetsel araçlardan en önemlileri entelektüel sermaye varlıklarıdır. Markası için katma değer yaratma, patentlerini arttırma, yapay zeka donanımıyla yazılımlar yaratma gibi uygulamaları olan bir işletmedir. Şirketin ana sözleşmesinde yazdığı şekilde insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermayesini yöneten bir firma olarak karar alma sürecinde de bu unsurları dikkate almaktadır. İşletme, belirli dönemlerde raporlama yapmaktadır. Bu raporları oluşturabilmek için bağımsız denetim firmasıyla çalışmaktadır. Kalite yönetim sistemleri hem iç hem de dış müşterilerinin beklentilerini karşılayacak şekilde (kurumun iklim, kültür, stratejilerine göre) düzenlenmiştir.

Tablo 8. Yapısal Sermaye ile İşletme Performansı Arasındaki İlişki

YAPISAL SERMAYE İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ			
KATEGORİLER	X İŞLETMESİ	Y İŞLETMESİ	Z İŞLETMESİ
İŞLETMENİN YAPISI	Uluslararası işletme kültürü BULUT içerik yönetimi Esnek çalışma Dijital ve sanal ortam	Uluslararası işletme kültürü Esnek çalışma Dijital ve sanal ortam BULUT içerik yönetimi ENGAGE SUPPORT sözleşme kültürü	Uluslararası işletme kültürü Esnek çalışma Dijital ve sanal ortam BULUT içerik yönetimi
BİLGİ AKTARIMI VE PAYLAŞIMI	Çevrim içi platformlar Eğitim Konferans Toplantılar Kurumsal yayınlar BT araçları SERVICE NOW sistemi MICROSOFT TEAMS bilgi aktarım sistemi CyberArk bilgi güvenlik sistemi	Çevrim içi platformlar Eğitim Konferans Toplantılar Kurumsal yayınlar BT araçları WORK DAY bilgi aktarım sistemi SLACK haberleşme sistemi WEBEX MEETINGS sistemi BOX bilgi paylaşım sistemi	Çevrim içi platformlar Eğitim Konferans Toplantılar Kurumsal yayınlar BT araçları
FİZİKİ ALT YAPI VE ARAÇLAR	Veri merkezleri Bayiler Şirketin ana sözleşmesi İç denetim Bağımsız denetim Marka değeri Patentler Bilgi ve teknoloji alt yapı yazılımlar IFRS raporlama SAP sistemi ile veri kaydetme ve saklama	Veri merkezleri Şirketin ana sözleşmesi İç denetim Bağımsız denetim Marka değeri Patentler Bilgi ve teknoloji alt yapı yazılımlar IFRS raporlama SAP sistemi ile veri kaydetme ve saklama TRELLO proje yönetim sistemi ACE donanım sistemi	Bayiler Laboratuvar Şirketin ana sözleşmesi Bağımsız denetim Marka değeri Patentler Bilgi ve teknoloji alt yapı yazılımlar IFRS raporlama SAP sistemi ile veri kaydetme ve saklama

3.6.2.3. İlişkisel Sermayenin Firma Performansı Üzerine Etkisi

Çalışmanın bu aşamasında entelektüel sermaye unsurlarından ilişkisel sermayenin işletme performansı üzerine etkisi; müşteri ilişkileri ve dış paydaş ilişkileri olarak incelenmektedir.

Müşteri İlişkileri

X, Y ve Z işletmeleri yeni ekonomi ve bilgi toplumunun getirdiği yeni düzende ayakta kalabilmek ve rekabet gücünü arttırmak için entelektüel sermaye unsuru olan müşteri sermayesinin önemini keşfetmiş işletmelerdir. Bu nedenle bu işletmelerin tamamen tüm strateji ve politikaları müşteri odaklıdır. Var olan müşteri memnuniyetini arttırarak aynı zamanda yeni müşteri kazanma taktikleri geliştirmişlerdir.

X işletmesi, teknoloji sektöründe tutunabilmek adına müşteri memnuniyetini arttırmak için analitik düşünerek hızlı reaksiyonlar almak zorunda olduğunun bilincindedir. İşletme; müşteri profili, alışkanlıkları, beklentileri, konum ve bölge gibi her müşteriyi tek tek analiz edebilecek sistemlere sahiptir. Müşteriye verilen teklifler, aldığı hizmetler, müşterinin siparişleri, aldığı hizmetlerden memnuniyet derecesi ve müşterinin hizmetlerini yenileme periyodundan müşteri belirli bir zaman hareket görmediği durumlarda yapılması gereken pazarlama taktiğine kadar her türlü müşteri memnuniyeti uygulamaları mevcuttur. Bu bağlamda X işletmesi, deneyimli CRM kadrosu ile bayi yönetimi, servis yönetimi, çağrı merkezi uygulamaları satış ve satış sonrası uygulamalarını geliştirmiştir. Çünkü işletme bu sayede müşteri ilişkilerini güçlendirerek işletme performansını arttırmaktadır. 2019 yılında işletmenin %30 farkla pazar lideri olmasını müşteri ilişkileri yönetiminin etkin ve verimli olmasına bağlamaktadırlar.

Y işletmesi, müşteri memnuniyet ve sadakatını sağlayarak karlılık düzeylerini arttırmaktadır. Daha düşük maliyetle stratejiler uygulayarak daha iyi müşterileri çekmeye ve elde tutmaya yardımcı olacak etkileşim modelleri oluşturmaktadır. Hatta müşterilerine bu etkileşim modellerini satarak onların da müşteri memnuniyeti sağlamasını ve yeni müşterileri kendi pazarına çekmeyi başarmaktadır. Müşterilerinin bugünlerinde ve

yarınlarında nelere ihtiyaç duyduğunu, neleri isteyeceğini keşfeden firma müşteri sadakatı sağlarken zorlanmamaktadır. Bu anlayışla ilerleyen Y işletmesi, bu nedenle ürünleri ve hizmetleri hep tercih edilmektedir. İşletme, 2019 yılı için müşteri memnuniyetinin % 95' lerde olmasının en büyük sebebini, müşterinin tercihini öngörebilmeye bağlamaktadır. Müşterilerine yarınlarında da yanında olacağı hissiyatını yaratarak sadakat kazandığından işletme performansı yüksek düzeyde olmaktadır. Ayrıca işletme SERRVICE LEVEL sistemini kurmuştur. Bu sisteme göre, müşterilerle yapılan sözleşmelere maddeler eklenir ve bu maddelerde müşteri memnuniyet oranı en az %85 olarak belirlenir. Yıl sonunda sözleşmede belirlenen müşteri memnuniyet oranının altında kalınır ise müşterinin işletmeye ceza kesme hakkı doğmaktadır. Bunun yanı sıra işletme, çağrı merkezi sistemi ile müşterilerinin taleplerini, isteklerini ve sorunlarına anında çözüm üreterek hızlı reaksiyon verebileceğini kanıtlamaktadır.

Z işletmesi, özellikle proje bazlı işlerde müşterilerin talep ve istekleri doğrultusunda inovasyon yarattığından müşteri memnuniyeti yüksek düzeyde olan bir işletmedir. Müşteri ilişkileri güçlü olan işletme, bu sayede piyasa değerini de arttırmaktadır. TICKET adlı sisteme sahip olan Z işletmesi, müşterilerin taleplerine, ürün ve hizmet sonrası yaşanan problemlerine bu sistem üzerinden ulaşmaktadır. TICKET sistemi bu sayede işletmeye memnuniyet getirmektedir. Müşteriler sistem üzerinden istedikleri ürün ve hizmet hakkında teknik detaylardan, fiziksel dizaynlardan ya da ücret konusunda isteklerini çok rahat ifade edebilmektedir. Projelerinin çoğunluğu müşterilerinin istekleri doğrultusunda oluşmasından dolayı Z işletmesinin rekabet edilebilirliğini ve tercih edilme durumunu arttırmaktadır. Bu durum da işletmeye müşteri ilişkileri gücü kazandırarak karlılık olarak geri dönmektedir.

Dış Paydaşlarla İlişkiler

X, Y ve Z firmaları uluslararasılaşma süreçlerinde en çok entelektüel sermaye unsurlarından yararlanmışlardır. Bu işletmeler proje bazlı olarak ortaklık kurdukları yabancı işletmelerle insan sermayesini, yapısal sermayesini ve ilişkisel sermayesini güçlendirmişlerdir. Ortaklıklarını genellikle yurtdışı işletmelerinden seçen X, Y ve Z işletmeleri bu sayede kurum kültürünü, çalışanların sosyal yetkinliklerini, iş yetkinliklerini, yönetime etkisi olan araçlarını, müşteri memnuniyetini, müşteri

sadakatını olumlu yönde değiştirerek ortaklık ilişkisi kurmuştur. Bu ortaklıklar gün sonunda işletmelere orta ve uzun vadede marka değeri yaratmalarına katkıda bulunmuşlardır. Partnerlerini seçerken bilgi toplumunun ve entelektüel sermaye varlıklarının getirisi olarak yapay zeka, arttırılmış zeka, ileri veri tekniği kullanan işletmelere yönelerek katma değer yaratmışlardır.



Tablo 9. İlişkisel Sermaye ile İşletme Performansı Arasındaki İlişkisi

İLİŞKİSEL SERMAYE İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ			
KATEGORİLER	X İŞLETMESİ	Y İŞLETMESİ	Z İŞLETMESİ
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ	CRM uygulamaları CRM kadrosu Müşteri proje yöneticileri Müşteri memnuniyeti Müşteri sadakati Yeni müşteri kazanma stratejileri Çağrı merkezi bulundurma Müşteri TALEP sistemi Bayi yönetimi Servis yönetimi Satış ve satış sonrası destek	CRM uygulamaları Müşteri memnuniyeti Müşteri sadakati Müşteri proje yöneticileri SERVICE LEVEL sistemi TICKET sistemi TOOL sistemi PAGERDUTY olay müdahale F5 ACCESS LEGACY sistemi Yeni müşteri kazanma stratejileri Çağrı merkezi bulundurma Bayi yönetimi Servis yönetimi Satış ve satış sonrası destek Satış ekibiyle anında çevrim içi iletişim	CRM uygulamaları Müşteri memnuniyeti Müşteri sadakati Müşteri proje yöneticileri Müşteri TALEP sistemi Yeni müşteri kazanma stratejileri Bayi yönetimi Servis yönetimi Satış ve satış sonrası destek
DIŞ PAYDAŞLARLA İLİŞKİLER	Proje ortaklıkları Partnerler Yabancı yatırımcılarla anlaşma Yurtdışına yatırım yaparak yabancı ülkelerde iş ortağı edinme Yüksek tedarik zinciri gücü	Proje ortaklıkları Partnerler Yüksek tedarik zinciri gücü	Proje ortaklıkları Partnerler Yabancı yatırımcılarla anlaşma Yurtdışına yatırım yaparak yabancı ülkelerde iş ortağı edinme Yüksek tedarik zinciri gücü

3.6.3. İşletmelerin Geleceğe Bakış Açısı ve Stratejileri

Yeni ekonomi ve bilgi toplumunun ekosisteminde varlığını sürdüren teknoloji işletmeleri rekabet edilebilirliğini arttırmak, bulunduğumuz dünyada yer edinebilmek için entelektüel sermaye varlıklarını kullanarak ilerlemeleri gerektiğinin bilincinde olarak büyüme stratejileri uygulamaktadırlar. Toplum 5.0 'ın, Endüstri 4.0 'ın teknoloji işletmeleri olan X, Y ve Z işletmeleri yapay zeka, artırılmış zeka, IoT (nesnelerin interneti) ve büyük veri data teknolojileri kullanarak maddi olan ve maddi olmayan kaynaklarını arttırarak işletme performansı yükseltmekte amacını taşımaktadırlar.

Dünyanın önde gelen işletmelerinden olan Elon Musk'ın kurduğu SpaceX işletmesi, yakın zamanda uzaya astronot yollamasıyla büyük bir başarı elde etmiştir. Bu başarının en büyük kaynağının entelektüel sermaye varlıkları olduğu aşıkardır. Bunun gibi örnekleri yaşayan ve bilen X, Y ve Z işletmeleri katma değer yaratmak için entelektüel sermaye varlıklarını arttırıcı politikalar uygulamaktadır. Bu nedenle işletmeler, büyük bir dijital dönüşüm yaşamaları gerektiğinin farkındadırlar. Dijital dönüşüm sayesinde işletmeler sürdürülebilirliğini devam ettirebilecektir. Yeni ekonomi dünyasında dijital dönüşümünü tamamlayıp, fark yaratmak isteyen işletmeler dijital iş gücünü kullanarak ilerlemelidirler. Bu dijital iş gücü işletmelere katma değer yaratacaktır. Çünkü; bu dijital iş gücü işletmeyi akıllı şehirler, blockchain teknolojisi, yapay zeka gibi yaratıcı ve getirisi yüksek alanlara doğru sürükleyecektir.

Türkiye' de entelektüel sermaye varlıklarına yatırımın önemi gittikçe artmaktadır. İşletmeler nitelikli iş gücünün, çalışan motivasyonunun, markanın, patentlerin, ar-ge çalışmalarının, müşteri sadakatının ne kadar değerli olduğunu keşfettikten sonra bu konularla ilgili AR-GE çalışmalarına ayırdıkları yatırım bütçesine büyük bir pay ayırmaktadırlar. Hatta yaşadığımız bilgi toplumunda maddi olan varlıklardan ziyade maddi olmayan varlıklara olan önem daha fazladır. Bu bağlamda işletmeler artık üretim faktörlerinin içine entelektüel sermaye varlıklarını da koymaktadırlar.

X işletmesi, pazarında bulunduğu konumunun sürdürülebilirliğini devam ettirmek için entelektüel sermaye varlıklarını arttırarak, ileri veri tekniği olan inovasyon yaratmaya devam edecektir. İnsan sermayesinin yetkinliği ile akıllı şehirler kurarak daha akıllı

toplumlar inşa edecektir. Böylece yarının sorunlarına bugünden çözüm üreterek yenilikçi ve yaratıcı özelliklerini korumaya devam edecektir. Blockchain teknolojisi yaratacak bilgi ve teknoloji alt yapısını oluşturmaya devam ederek, verimlilik sağlayacaktır. X işletmesi, covid-19 pandemi sürecinde uzaktan çalışma sistemine geçiş yaptıklarında performans kaybının oluşmadığını gördüklerinden, esnek çalışma koşullarını arttıracak stratejiler oluşturacaklarını belirtmektedirler. Türkiye perspektifinden bakıldığında; toplum olarak teknolojik sistemlere geç adapte olmamızdan, teknolojik aletlere gerektiği önemi vermememizden ve teknolojik aletlerin efektif kullanımı tam olarak gerçekleşmemesinden dolayı bu konuyla ilgili algı yönetimi yapacak stratejiler geliştirmektedirler.

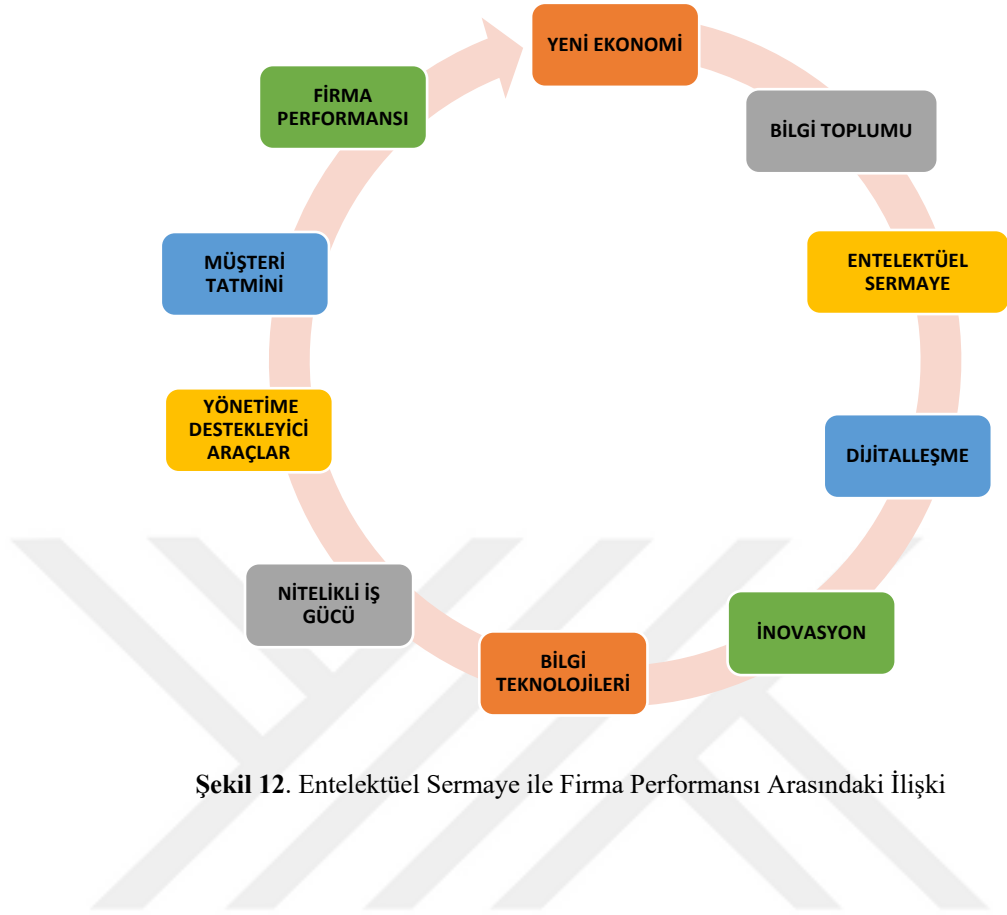
Y işletmesi, gelecekte entelektüel sermayenin artışıyla beraber teknolojinin daha çok gelişeceğine ve gelişen teknoloji sayesinde pazar paylarının artacağına inanmaktadır. İşletmenin bu inançlarını destekleyecek ileri veri tekniği ile hazırlanmış siber güvenlik, yapay zeka, blockchain, sanal gerçeklik gibi teknoloji uygulamaları mevcuttur. İşletme, genç beyinleri bünyelerinde bulundurarak geleceğe daha dinamik bakacakları stratejilerle devam etmektedir. Y işletmesi, Türkiye’de teknoloji olan güven algısının değişmesi gerektiğinin bilincinde olduğundan bu konuyla ilgili uygulayacak stratejiler belirlemişlerdir. Y işletmesi, teknolojiye olan yatırım daha fazla artması gerektiğini düşünmektedir. Bunun için akıllı şehirler projesini uygulamaya sokmuşlardır. Çünkü; bu sayede akıllı toplumlar oluşacaktır ve teknoloji şirketleri toplumun sorunlarına hızlı çözümler üretecektir.

Z işletmesi; alt yapılara, insanlara ve teknolojik araçlara olan yatırımın her zaman işletmeyi olumlu yöne çekeceğinden söz etmektedir. AR-GE yatırımlarına ve inovasyona verdikleri önemi arttıran işletme; akıllı enerji, yüz tanıma sistemi, programlanabilir akış ağları gibi uygulamaları hayata geçirmişlerdir. Geleceğe yönelik bir çok stratejisi olan işletme, BT çözümleri ile ilgili çalışmalara başlamışlardır.

Entelektüel sermaye yönetimi uygulamalarının teknoloji işletmelerinde kullanımının işletme performansına getirdiği etkileri ölçerken veriler, açık kodlama ve eksenel kodlama yöntemleri ile kodlandıktan sonra seçici kodlama yapılarak gömülü teori oluşturulmuştur.

Dijital dönüşümle birlikte iş süreçleri kolaylaşmakta ama rekabet artmaktadır. İşletmeler, rekabetin en büyük silahı olan entelektüel sermaye ile katma değer yaratarak ilerlemenin önemini kavramışlardır. Yeni ekonomi ve bilgi toplumu ekosisteminde bulunan işletmeler dijitalliğin getirdiği uygulamaları yaratıp, satıp ve danışmanlık verebilme becerisine sahip olmalıdırlar. İşletmelerin bunları yapabilmeleri için entelektüel sermaye yönetimine sahip olmaları ve etkin bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Çünkü; entelektüel sermayeyle birlikte işletmeler yapay zeka, artırılmış zeka, akıllı şehirler, blockchain, sanal gerçeklik, bulut gibi teknoloji uygulamaları yaratabilmektedirler. İşletmeler bu şekilde hem kaynak optimizasyonu hem de verimlilik optimizasyonu sağlamaktadırlar.

Entelektüel sermaye yönetimini etkin kullanan işletmeler, marka değeri yüksek, patent sayıları yüksek, telif hakları değerli, nitelikli iş gücü yüksek, çalışanların sosyal becerileri ve motivasyonu yüksek, liderlerin kapasiteleri üst düzey, kurum kültürü net çizgilerle belli, bilgi paylaşım düzeyi yüksek, nesilden nesile bilgi aktarılan, müşteri ilişkileri ve sadakati yüksek olan işletmelerdir. Bunun yanı sıra entelektüel sermaye uygulamaları; tüm süreçleri birbirine entegre eden, sistemleri standardize eden, verimlilik sağlayan, performansı yükselten uygulamalardır. Şekil 12' de Entelektüel Sermaye ile İşletme Performansı arasındaki ilişki gösterilmektedir.



Şekil 12. Entelektüel Sermaye ile Firma Performansı Arasındaki İlişki

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu tez çalışmasının amacı; Yeni ekonomi ve bilgi toplumu dünyasında bulunan teknoloji işletmelerinin entelektüel sermaye yönetiminin, işletme performansını insan sermayesi, yapısal sermaye ve ilişkisel sermaye unsurları açısından değerlendirmektir. Çalışmaya konu olan mülakat soruları, İstanbul ilinde faaliyet gösteren kendi pazarında lider 3 firma ile sorgulanmıştır. Veriler; eksenel kodlama, açık kodlama ve seçici kodlama yöntemleri ile kodlanarak gömülü teori elde edilmiştir. Bu araştırmanın verileri derinlemesine mülakat, gözlem, işletmelerin elektronik ortamları ve döküman inceleme yöntemlerinden yararlanılarak toplanmıştır.

Bir işletmenin üstün performansı ve rekabet gücü bazı özel, eşsiz ve taklit edilemez stratejik maddi olmayan kaynaklardan gelmektedir. Bu maddi olmayan kaynaklar etkin ve verimli bir şekilde yönetildiğinde işletmenin verimliliği, karlılığı, pazar payı artmakta buna bağlı olarak firma performansı da yükselmektedir. Bir işletmenin bilgi dayalı kaynakları olmadığı sürece Endüstri 4.0'ın yaşandığı dünyada sürdürülebilirliğini koruması neredeyse imkansızdır.

İşletmeler vizyon, misyon, amaç, hedef, strateji ve politikalarını entelektüel sermaye yönetimine göre belirlemektedir. Bu şekilde belirlemeyen işletmeler büyümelerini gerçekleştiremediği gibi küçülmeye gidebilir, pazar paylarını kaybedebilir ve son aşama da yok olabilirler.

Toplum 5.0 ve Endüstri 4.0'ın yaşandığı ekonomilerde entelektüel sermaye daha önemli hale gelmiştir. Küreselleşen dünyada, teknoloji sektörü en önemli sektör konumuna gelmiştir. Dünyanın en iyi markaları teknoloji markaları olmaktadır. Bu bağlamda teknoloji sektörünün gelişimi esas olarak entelektüel sermayenin en önemli parçası olan inovasyona dayanmaktadır.

Ulusal veya uluslararası literatürde entelektüel sermaye yönetimi çalışmanın en önemli amacı firmaların performanslarını en yüksek seviyeye çıkarmaktır. Bu tez çalışmasında, işletmelere entelektüel sermayenin tükenmez bir şekilde yenilik kaynağı olduğunu ispat edilmiştir. Entelektüel sermaye, işletmelere çalışanların bilgi ve tecrübelerinin, fiziki ve teknik alt yapılarının, AR-GE çalışmalarının, metaformik

dizaynların, yapay zekanın, marka değerinin, telif haklarının ve müşteri ilişkilerinin karlılığını ne kadar fazla etkilediğini bu çalışma yoluyla açıklamaktadır.

Entelektüel sermaye unsurlarından insan sermayesinin firma performansı incelendiğinde, çalışanların performansa ne kadar etkili olduğu ortaya çıkmıştır. İşletme, çalışanlarının motivasyonunu sağlayamazsa verimlilik düştüğü gibi karlılık azalacaktır. Maddi motivasyonların yanı sıra manevi motivasyonların etkisi de açıkça gözlemlenmiştir. Çalışanların kuruma ait hissedilmesi, başarılarının takdir edilmesi gibi yollar ile motivasyon sağlanmaktadır. İşletmeler, bilgi ve tecrübeleri yüksek olan çalışanlarını elde tutmalıdır. Teknoloji şirketlerinde çalışan uzmanlar inovasyon yarattıklarında, çalıştıkları işletmeye önemli ölçüde karlılık sağlamaktadır. Yaratılan inovasyon işletmenin marka değerini arttırdığı gibi patent ve telif haklarından da karlılık sağlayacaktır. Çalışanlarının sosyal becerilerinin yüksek olmasına önem gösteren işletmeler, katma değer yaratırken zorlanmamaktadır. Çalışanın çeşitli platformlarda konuşma yapması veya fuarlara katılması marka değerini arttırmaktadır.

Entelektüel sermaye unsurlarından yapısal sermayenin firma performansı incelendiğinde; işletmeler karar verme süreçlerini etkileyen araçlara sahip olduklarında firma performansını olumlu olarak etkilediği gözlemlenmiştir. Bir işletmenin, kalite yönetim sistemlerini kullanması, denetlenebilir olması, ileri veri tekniği kullanarak yazılım geliştirmesi, standartlarını yüksek tutması o işletmenin verimliliği ve paralel olarak performansını etkilemektedir.

Entelektüel sermaye unsurlarından ilişkisel sermaye incelendiğinde müşteri ilişkilerinin ve dış paydaşlarla olan ilişkilerinin firma performansı üzerine olumlu etkileri keşfedilmiştir. İlişkisel sermaye yönünden bakıldığında müşteri sermayesi sayesinde işletme, yeni ürün geliştirme ve elinde olan ürünlerin yenileşmesine sebep olmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında müşteri sermayesi sayesinde firma kendini güncel tutmakta ve içinde bulunduğumuz dünyada ayakta durmakta zorlanmamaktadır. Teknoloji sektörü rekabetin yoğun olduğu sektörlerden biri olduğundan işletmeler müşteri memnuniyetine önem göstermek zorunda kalmaktadır. İşletmeler müşteri ilişkilerini güçlü tutmayı misyon olarak görmektedir. Dış paydaşlarla olan ilişkiler bağlamında bakıldığında, dış paydaş ilişkilerinin güçlü olması teknoloji işletmelerine etkin bir iş süreci ve hızlı tedarik

zinciri kazandırmaktadır. Teknoloji işletmeleri, proje ortaklıkları sayesinde yeni pazarlara açılmakta ve pazar payını büyötmektedir. Her iki durum açısından da bakıldığında işletmeler yeni müşteriler kazanmaktadır.

Entelektüel sermaye kullanımı işletmelerin rekabet edilebilirliğini arttırdığından, orta ve uzun vadede olumlu getiri sağlayacağı açıktır. Çünkü; entelektüel sermayeyle birlikte işletmeler katma değeri yaratmayı keşfetmişlerdir. İşletmeler strateji, amaç ve hedeflerini oluştururken entelektüel sermaye ciddi bir şekilde dikkate almalıdırlar. Ancak katma değeri yaratan uygulamaların maliyetli olduğu algısı sebebiyle işletmeler geleneksel uygulamalarla ilerlemektedir. Bu şekilde ilerlemeyi seçen işletmelerin, sürdürülebilirliğinin olmadığını gözlemlemekteyiz. İşletmelerden yeni zenginlik kaynağının entelektüel sermaye olduğunu keşfedenler, marka değerini arttırarak pazarında konumunu sağlamlaştırmaktadır. Bu bağlamda, inovasyon uygulamalarının maliyetli olur algısı yıkıldığında ve yeni bir fikirle yola çıkıldığında ilerlemek daha kolay olacaktır.

Toplum 5.0'ın ve Endüstri 4.0'ın yaşandığı günümüz dünyasında işletmelerin yeniliklerden kaçması imkansızdır. Yönetim vizyon ve misyonunu bu şekilde ortaya koyan işletmeler güçlü olacak işletmelerdir. Bu durumun yanında yöneticilerin de entelektüel sermaye uygulamalarını destekler fikirlere sahip olması hem iş süreçlerini hızlandırmaktadır hem de insan sermayesini olumlu yönde etkilemektedir.

Yapılan tez çalışmasına, ulusal ve uluslararası çalışmalara göre; teknoloji işletmelerinin entelektüel sermaye varlıklarını arttırmaları dijital dönüşümü yakalamalarına ve rekabet gücünü arttırmalarına paralel olarak işletme performansını da arttırdığı açıklanmıştır. Tek bir sektör üstünden yapılan bu çalışma, sadece teknoloji sektörünün değil diğer sektörlerinde entelektüel sermaye uygulamalarını incelemenin etkili olacağını önermektedir. Bundan sonraki yapılacak araştırmalarda, teknoloji sektörünün entelektüel sermaye uygulamalarını arttırmaya yönelik çalışma yapılması uygun olacaktır. Ayrıca, bu çalışmanın diğer sektörlerle doğru genişletmenin gelecekteki araştırma fırsatlarını arttıracığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Akın, H.B. (2005). Yeni Ekonomi, Strateji, Rekabet, Küreselleşme. 2.Basım, Konya: Çizgi Kitap Evi.

Barutçugil, İ. (2002). Bilgi Yönetimi. 2.Basım, İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Berg B.L. ve H. Lune. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. H. Aydın (çev.). Konya: Eğitim Yayınevi.

Blankenburg, K. (2018). Intellectual capital in German non-profit organisations:an empirical study. Hamburg: Springer International Publishing.

Castro, G.M, M.D. Verde, P.L. Saez ve J.E.N. Lopez. (2010). Technological Innovation: An Intellectual Capital Based View. 1. Baskı. UK : Palgrave Macmillan UK

Dura, C ve H. Atık. (2002). Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye. 1.Basım. İstanbul: Literatür Yayınları.

Economides, N. (2006). Competition Policy in Network Industries: An Introduction. D. Jansen (Ed.). The New Economy and Beyond Past, Present and Future Kitabı içinde. ABD: Edward Elgar Publishing, 96-121.

Friedman, T. (2000). The Lexus and The Olive Tree. 2.Basım, New York: Farrar Straus Giroux.

Güven, S. (2001). Toplum Biliminde Araştırma Yöntemleri. 2. Baskı. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Mc Cracken, Grant. (1988). The Long Interview. 13.Baskı. Londra: Sage Publications.

Patton, M.Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3. Baskı. Londra: Sage Publications.

Pirtini, S. (2004). Pazarlama Yönetimi Açısından Entelektüel Sermaye. 1.Basım, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Söylemez, S.A. (2001). Yeni Ekonomi. 1.Basım, İstanbul:Boyut Kitapları.

Steger, M. (2013). Globalization a Very Short Introduction. 3.Basım, Oxford: Oxford University Press.

Szelągowski, M. (2019). Dynamic Business Process Management in the Knowledge Economy: Creating Value from Intellectual Capital. Warsaw: Springer International Publishing.

Terzi, N. (2012). Yeni Ekonomi. 1.Basım, İstanbul: Beta Yayınları.

Webster, F. (2006). Theories of the Information Society. 3.Basım, New York USA: Routledge Press.

Wu, X. and Gereffi, G. (2018). Amazon and Alibaba: Internet Governance, Business Models, and Internationalization Strategies. Van Tulder, R., Verbeke, A. ve Piscitello, L. (Ed.). International Business the Information and Digital Age Kitabı içinde. Melbourne: Emerald Publishing Limited Yayınları, 327-356.

Sürekli Yayınlar

Makaleler

Aino, K., J. Saenz ve N. Aramburu. (2017). Knowledge-Based Human Resource Management Practices, Intellectual Capital And Innovation. Journal of Business Research. 81, 11-20.

Akgemci, Y. (2014). Sanayi Ötesi Toplum ve Öğrenen Organizasyonlar, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi. 01.02, 59-72.

Aktan, C.C., M. Tunç ve S. Yay. (2017). İnsan Sermayesi ve Sosyal Sermaye Arasındaki İlişki ve Tamamlayıcılık Rolü Üzerine. Ekonomi Bilimleri Dergisi. 9.1, 81-103.

Alkış, G., S. Pirtini ve A.V. Ertemel. (2020). Lojistik Sektöründe Endüstri 4.0 Uygulamalarının Operasyonel Verimliliğe Etkisi. 8.1, 371-395.

Al-Hakim, L., A.Yousif ve S. Hassan. (2012). Critical success factors of knowledge management and organizational performance: An empirical study of the Iraqi mobile telecommunication sector. British Journal of Economics, Finance and Management Sciences. 4-1, 31-49.

Amit, R. and C. Zott. (2001). Value Creation in E-Business. Strategic Management Journal. 22, 493–520.

Bannany, Magdi. (2008). A study of determinants of intellectual capital performance in banks: the UK case, Journal of Intellectual Capital. 9-3, 487-498.

Barışık, S. ve O. Yirmibeşçik. (2006). Türkiye’de Yeni Ekonominin Oluşum Sürecini Hızlandırmaya Yönelik Uyum Çabaları. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. 2-4, 39.

Başaran, Y.K., (2017). Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı, The Journal of Academic Social Sciene. 5.47, 480-495.

Bayraktar, Y. ve H.B. Kaya. (2016). Küreselleşme Sürecinde Yeni Ekonomi ve İktisat Politikaları. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi.11-1, 89-106.

Bontis, N. (2001). Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, *International Journal of Management Reviews*. 3, 41-61.

Bölükbaşı, Y. (2015). Entelektüel Sermayenin İşletme Bazında Ölçülmesinde Kullanılan Yöntemler ve Sigorta Sektöründe Bir Araştırma, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*. 36.1, 425-447.

Brennan, N. (2001). Reporting intellectual capital in annual reports: evidence from Ireland, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 14-4, 423-36.

Brown, A., Susan, R.A. Dennis, D. Burley ve P. Arling. (2013). Knowledge sharing and knowledge management system avoidance: The role of knowledge type and the social network in bypassing and organizational knowledge management system. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 64-10, 2-18.

Bulunmaz, B. (2013). Basın İşletmeleri İçin Yeni Ekonomi Kavramının Anlamı ve Yarattığı Etkiler, *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*. 3.1, 37-46.

Carson, E., R. Ranzijn, A. H. Winefield ve H. Marsden. (2004). Intellectual Capital: Mapping Employee and Work Group Attributes. *Journal of Intellectual Capital*. 5-3, 443-463.

Coşkun, C. A. ve İ. Vural. (2016). Bilgi Toplumu, Yeni Temel Teknolojiler ve Yeni Ekonomi. *Yeni Türkiye Dergisi Bilim ve Teknoloji Özel Sayısı*. 88-1, 1-37.

Çağıl, G. ve K. Ergün. (2008). Geleneksel İşletme Anlayışından E-İşletme Anlayışına Geçişte Yaşanan Problemler. *Akademik Bilişim Dergisi*. 545-553.

Çakıroğlu, K.I., S.Pirtini ve Ç.Özgür. (2020). Covid-19 Sürecinde ve Post-Pandemi Döneminde Yaşam Tarzı Açısından Tüketici Davranışlarının Değişen Eğilimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 19-37, 81-103.

Çetin, A. (2014). Entelektüel Sermaye ve Ölçülmesi, Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. 20.1, 359-378.

Dashti, J. A., R. Aleemi ve M. Tariq. (2016). Effects of Intellectual Capital Information Disclosure on Market Capitalization: Evidence From Pakistan. City University Research Journal. 6-1, 191-203.

Demirel, Y. ve Z. Seçkin. (2008). Bilgi ve Bilgi Paylaşımının Yenilikçilik Üzerine Etkileri. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 17-1, 189- 202.

Dilek, S. (2016). Enformasyon ve Bilgiye Dayalı Yeni Ekonomi, Kastamonu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi.11, 87-91.

Etikan, İ., S.A. Musa ve R.S. Alkassim. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. American Journal of Theoretical and Applied Statistics. 5.1, <http://www.sciencepublishinggroup.com/j/ajtas> (15 Mayıs 2019).

Godin, B. (2008). The Knowledge Economy: Fritz Machlup's Construction of a Synthetic Concept, Project on the History and Sociology of S&T Statistics Working Paper. 37, 1-33.

Göksel, A.B. ve E. P. Baytekin. (2012). Bilgi Toplumunda İşletmeler Açısından Önemli Bir Zenginlik: Entelektüel Sermaye- Halkla İlişkiler Perspektifinden Bir Değerlendirme. İletişim Fakültesi Dergisi. 81-98.

Grimaldi, M., L. Cricelli ve F. Rogo. (2012). A Methodology To Assess Value Creation In Communities Of İnnovation. Journal of Intellectual Capital. 13-3, 305-330.

Lasova, G.N., D. Matic ve S. Mitrovic. (2015). The influence of demographic and organizational factors on knowledge sharing among employees in organizations. Tehnicki vjesnik.22-4, 1005-1010.

Herman, A. (2010). Intellectual Capital And Its Measurements, Economics and Business Administration Journal. 2, 7-17.

Hiranya, K. N. (2017). The Information Society, Space and Culture Journal. 4.3, 19-28.

Işık, C. ve G. Keskin. (2013). Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturulması Açısından İnovasyonun Önemi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. 27-1, 41-57.

Kaçar, A. ve V. Yakın. (2018). Paylaşım Ekonomisi ve Değer Yaratmak: Kanvas İş Modeli Örneği. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi. 3, 724-729.

Karacan, S. (2004). Entelektüel Sermaye ve Yönetimi, Mali Çözüm Dergisi, İSMMMO Yayın Organı. 69,177-199.

Karami, M., S. M. Alvani, H. Zare ve M. Kheirandish. (2015). Determination of critical success factors for knowledge management implementation, using qualitative and quantitative tools. Iranian Journal of Management Studies. 8-2, 181-201.

Kılıç, S. (2015). Kappa Testi, Journal of Mood Disorders. 5.3, 142-145.

Kumar, A., M.D. Naresh ve A. Islam. (2014). Knowledge management implementation in a library. VINE. 44-3, 322- 344.

Kweh, Q. L., Chan Y. C. ve Ting I. W. K. (2015). Intellectual capital efficiency and its determinants. Kajian Malaysia. 33-1, 105–124.

Marr, B. ve G. Schiuma. (2003). Business performance measurement – past, present and future. Management Decision. 41-8, 680-687.

Martinez, I. ve E. Garcia-Meca. (2005). Assessing the quality of disclosure on intangibles in the Spanish capital market. European Business Review. 17-4, 305-13.

Mavridis, G. D. (2005). Intellectual capital performance drivers in the Greek banking sector, Management Research News. 28-5, 43-62.

Nordhaus, W. (2001). Productivity Growth and the New Economy, Nber Working Papers Series. 8096, 2-48.

OECD. (2001). Firms, workers and changing workplace: considerations for the old and the new economy.

Ölçer, Y. ve M. Şanal. (2007). İşletmelerde Entelektüel Sermaye Yönetimi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 16.1, 479-500.

Özer, P.S., Ö. Özmen. ve Ö. Saatçioğlu. (2004). Bilgi Yönetiminin Etkililiğinde Kilit Bir Faktör Olarak Bilgi İşçileri ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Farklılaşan Özellikleri. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 6-1, 254-275.

Paulin, Dan ve K.Suneson. (2012). Knowledge transfer, knowledge sharing and knowledge barriers: Three blurry terms in KM. Electronic Journal of Knowledge Management.10-1, 81-91.

Pearson, James, D. Pitfield ve T. Ryley. (2015). Intangible resources of competitive advantage: analysis of 49 Asian airlines across three business models. Journal of Air Transport Management. 47, 179-189.

Piatkowski, M. (2002). The ‘New Economy’ and Economic Growth in Transition Economies - The Relevance of Institutional Infrastructure, Discussion Paper. 62, 1-23.

Reenen, V. J. (2001). The New Economy: Reality and Policy, Fiscal Studies. 22.3, 307-336.

Sabri, Alia. (2014). Applying DeLone and McLean IS success model on socio-techno knowledge management system, IJCSI International Journal of Computer Science. 11-6, 160-166.

Sağır, M. ve A. Gönülölmez. (2019). Yapısal Sermaye ve İnsan Sermayesinin İşletme Performansına Etkileri: Örgütsel Çevikliğin Aracılık Rolü. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi SBE Dergisi. 11-27, 58-77.

Savrul, B. ve C. Kılıç. (2011). Eski Ekonomiden Yeni Ekonomiye Yaşanan Yapısal Dönüşümün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. Sosyal bilimler dergisi. 2, 26-38.

Seethanaik, D. (2014). New Dimensions of Knowledge Management, International Journal in Management and Social Science. 02.04, 37-43.

Seleim, A., A. S., ve Khalil, O. E. M. (2011). Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship: a two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital*. 12.4, 586-614.

Shakina, E. ve Barajas, A. (2012). The relationship between intellectual capital quality and corporate performance: an empirical study of Russian and European companies. *Economic Annals*. 57.192, 79-97.

Şahin, N., N. Tuna ve S.İ. Tütüncü. (2014). Yeni Ekonomi Sürecinde Bilgi İletişim Teknolojileri (Bit) Tabanlı Reklam Uygulamalarına Yönelik Bir İnceleme. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.1-25.

Tekin, H.H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Yöntemi Olarak Derinlemesine Görüşme, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3.13, 101-116. Vale, J., M. C. Branco ve R. João. (2016). Individual intellectual capital versus collective intellectual capital in a meta-organization. *Journal of Intellectual Capital; Bradford*. 17.2, 279-297.

Yaseen, G. S., D. Dajani ve Y. Hasan. (2016). The impact of intellectual capital on the competitive advantage: Applied study in Jordanian telecommunication companies. *Computers in Human Behavior*. 62, 168-175.

Yeloğlu, H.0. (2009). Bilgi Ekonomisi Değişkenlerine Yönelik İlk İzlenimler: Türkiye-OECD Ülkeleri Karşılaştırmaları (1995-1999), *Bilgi Dünyası Dergisi*. 10.2, 245.

Yumuşak, İ.G. ve A. Özgür. (2007). Yeni Ekonominin İktisadi Etkileri ve İktisat Politikası Üzerine Yansımaları. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*. 2-2, 18-55.

Seminerler

Büyükgöze, S., ve Dereli, E. (2019). Toplum 5.0 ve Dijital Sağlık. VI. Uluslararası Bilimsel ve Mesleki Çalışmalar Kongresi-Fen ve Sağlık. Ankara, 07-10.

Evans, D.S. ve Schmalense R. (2001). Some Economic Aspects of Antitrust Analysis in Dynamically Competitive Industries. NBER conference on Innovation Policy and the Economy. Washington, 1-49.

Lachapelle, M. D. (2017). New Economy a New Work Dynamic?. Cawls Annual Conference. Toronto, 1-8.

Miklosik, A. ve Stefan Z. (2015). Framework For Effective Removal Of Knowledge Management Implementation Barriers. 3. Economics & Finance Conference.513-521.

İnternet Kaynakları

Bloomberg, J. (2018), Digitization, Digitalization, and Digital Transformation: Confuse Them at Your Peril, recieved from.

Brandz. (2019). The World's Most Valuable Brandz 2019.

Furr, N. ve Shipilov, A.V. (2019). Dijital Dönüşüm Yıkıcı Olmak Zorunda Değil. <https://hbrturkiye.com/dergi/dijital-donusum-yikici-olmak-zorunda-degil>. (12 Kasım 2019).

Gürdoğan, N. (2013). Küre Dünyanın Kare Dünyaya Dönüşmesi ve Yeni Vizyon. Arayışları. <https://hbrturkiye.com/dergi/kure-dunyanin-kare-dunyaya-donusmesi-veyeni-vizyon-arayislar> (20 Şubat 2020).

Kahraman, Fatma. (2019). Toplum 5.0: Toplum İçin Teknoloji. <https://hbrturkiye.com/blog/toplum-5-0-toplum-icin-teknoloji> (11 Kasım 2019).

Lansiti, M. Lakhani, R. K. Guy, E. (2020). Yapay Zeka Çağında Rekabet. <https://hbrturkiye.com/dergi/yapay-zeka-caginda-rekabet> (16 Mayıs 2020).

Mann, C. (2002). Globalization and shared prosperity, opportunities and Challenges of the New Economy. Dialogue on Globalization and Shared Prosperity, Merida, Mexico.

Mattin, D. (2020). 5 Trends For 2020. <https://trendwatching.com/quarterly/2019-11/5-trends-2020/> (5 Kasım 2019).

Okay, H. Entelektüel Sermaye. <https://hakanokay.com/entelektuel-sermaye/> (25 Kasım 2019).

Peterson, E.R., Laudicina, P.A., Lohmeyer, R. (2019). Resilince, Replacement and Renewal. <https://www.kearney.com/web/global-business-policy-council/year-ahead-predictions/2019> (26 Aralık 2019).

Ramaswamy, S. Koller, T. ve Dobbs, R. (2015). Gelecek ve Gelecekte Ayakta Kalabilmek. <https://hbrturkiye.com/dergi/gelecek-ve-gelecekte-ayakta-kalabilmek> (3 Haziran 2020).

Garvin, D.A., A.C. Edmondson. and F. Gino. (2008). ‘‘Is Yours a Learning Organization?’’. <https://hbr.org/2008/03/is-yours-a-learning-organization> (17 mart 2020).



Tezler

Alexander, S. (2018). A Correlation Between Intellectual Capital and Organizational Performance In The U.S. Airline Industry. Doktora Tezi. Arizona: Phoenix Üniversitesi.

Alexander, S. (2018). Intellectual Capital And The Future Of Luxembourg. Doktora Tezi. Kaliforniya: Fielding Graduate University.

Erdoğan, B. B. (2010). Yeni Ekonomi Kapsamında Entegrasyona Geçiş Sürecinde E-Ticaret, Bir Türkiye Örneği. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

Genç, A.K. (2018). Entelektüel Sermaye ve Büyük Ölçekli İşletmelerin Katma Değerine Etkisi: Türkiye’de Bir Araştırma. Doktora Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.

Merlo, T.R. (2016). Factors Influencing Knowledge Management Use In Technology Enterprises With Headquarters In The Southern United States. Doktora Tezi. Minneapolis: Capella University.

Meyer, C.R. (2012). More Than Just The Smartest Guys In The Room: Intellectual Capital Assets In Knowledge-Intensive Firms. Doktora Tezi. ABD: University of Massachusetts.

Nguyen, T.L. (2016). Assessing Knowledge Management Values By Using Intellectual Capital to Measure Organizational Performance. Doktora Tezi. Fort Lauderdale: College of Engineering and Computing Nova Southeastern University.

Özdemir, N. (2017). Uluslararasılaşma Stratejisinde Entelektüel Sermaye Yönetimi. Yüksek Lisans Tezi, Tobb Ekonomi Ve Teknoloji Üniversitesi, SBE, Ankara.

Seçilmiş, N. (2012). Yeni Ekonomi Çerçevesinde Yapılan Ar-Ge Faaliyetlerinin Büyümeye Katkısı: Gaziantep Örneği, Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.

Ulusoy, Gamze. (2019). Endüstri 4.0 Uygulamalarının Lojistik Sektöründe Operasyonel Verimlilikle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

EKLER

GÖRÜŞME FORMU

1. İşletmenin Demografik Bilgileri

- 1.1. İşletmenizin faaliyet alanları nelerdir?
- 1.2. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir ve ortaklık yapısı nasıldır?
- 1.3. İşletmenizde toplam çalışan sayısı ne kadardır?
- 1.4. AR-GE Merkezi ne zaman kuruldu, faaliyet süresi ve bu merkezde çalışan sayısı ne kadardır?
- 1.5. İşletmenizin son bir yıllık ortalama cirosu ne kadardır?

2. Yeni Ekonominin Firma Performansına Etkileri

- 2.1. Sanallaşma ve dijital dönüşüm hakkında ne düşünüyorsunuz? Dijital dönüşümleri takip ediyor musunuz?
- 2.2. Dijital dönüşümün ve sanallaşmanın artışı işletmenizin yapısında ne gibi bir değişiklik sağlamıştır? İşletmenizin dijitalleşme ve sanallaşma düzeyini nasıl tanımlamaktasınız?
- 2.3. İşletmeniz inovasyona ne kadar önem vermektedir? İnovasyon uygulamalarınızın kısa ve uzun vadedeki amaçları/hedefleri nelerdir?
- 2.4. Mal ve hizmetlerinizi tüketicilere en kısa zamanda ulaştırmak için hangi yenilikçi uygulamalarla ilerliyorsunuz? Tedarik zincirinizde ne gibi yenilikçi uygulamaları takip ediyorsunuz?
- 2.5. Piyasanın uzun, orta ve kısa vadeli tüketicilerin reflekslerine hangi stratejilerle uyum sağlıyorsunuz?
- 2.6. Yeni ekonominin işletme kültürünüz ve organizasyon yapısı üzerindeki etkisi nedir? (çatışma)
- 2.7 İşletmenizin yetkinlikleri ve kültürü dijital ekonominin yeni kuralları ile nasıl dengelenmektedir? (e-ticaret ya da elektronik iş yaratan ekipleriniz var mı?)

3. Bilgi Toplumunun Firma Performansına Etkileri

- 3.1. İşletmeniz, hangi kanallardan bilgi edinmektedir?

3.2. Bilgi yönetme yapısına sahip olduğunuza dair somut yeterlilikleriniz mevcut mudur? Bunlar nelerdir?

3.3. İşletmenizde gerçekleşen bilgi paylaşım düzeyini nasıl görüyorsunuz ve bilgi paylaşımının yarattığı verimlilik etkileri nelerdir?

3.4. İşletmenizin bilgi ve teknoloji kullanım düzeylerini arttırmaya yönelik faaliyetleriniz nelerdir?

4. Entelektüel Sermaye Unsurlarından “İnsan Sermayesi” nin Firma Performansına Etkileri

4.1. Çalışanlarınızın bilgi ve yetenekleri işletmenin faaliyet alanıyla ne kadar ilişkilidir, çalışanlarınızı işe almada ne gibi kriterler dikkate alınmaktadır?

4.2. Çalışanlarınız yaratıcı ve yenilikçi midir? Çalışanlarınızın yaratıcı ve yenilikçi olduğuna dair örnek verebilir misiniz? Verimliliklerini arttırmak için ne tür destekleyici faaliyetler uygulanmaktadır? (eğitim, seminer, akademik çalışma, dil eğitimi vb.)

4.3. Çalışanlarınızın çalışma becerileri ve hızları rekabet düzeyinizi arttırmakta mıdır? Rakipleriniz tarafından bu yetkinlikler ve iş süreçleri kopyalanıp, çoğaltılabilirler mi?

4.4. Çalışanlarınızın bilgi, beceri ve yetkinlikleri belirlenmiş amaç ve hedeflere kısa ve uzun vadede ulaşmak için yeterli midir? Çalışanlarınızın performans düzeylerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

5. Entelektüel Sermaye Unsurlarından “Yapısal Sermaye”nin Firma Performansına Etkileri

5.1. İşletmenizde firma performansını arttıracak yeterli düzeyde fiziki altyapı mevcut mudur?

5.2. İşletmenizde operasyonel işlem maliyetlerini azaltmak için izlediğiniz yöntemler nelerdir?

5.3. İşletmeniz telif ve lisans hakları durumlarını korumak için ne yapmaktadır?

5.4. İşletmeniz çalışanları bilgi ve becerilerini kullanabilecekleri çalışma koşullarına ve ekipmana sahipler mi? Var olan bu sistemlerinizi kullanabilecek düzeydeler mi?

5.5. İşletmenizin kilit personelleri işten ayrılrsa bile mevcut süreci aksatmayacak donanıma sahip misiniz?

5.6. İşletmeniz gelecek döneme ait hedeflerinin süreçlerini gerçekleştirecek iş yönetimi ve özel araçlara (tesisler, bilgi teknolojisi ve ekipman gibi) sahip midir?

6. Entelektüel Sermaye Unsurlarından “Müşteri Sermayesi” nin Firma Performansına Etkileri

6.1. İşletmeniz, müşteri memnuniyetini ne düzeyde sağlamaktadır? Memnuniyetin artırılması için ne tür çalışmalar yapılmaktadır?

6.2. Müşterilerinizin sadakatini arttırmak için yapılan çalışmalar nelerdir?

6.3. İşletmeniz ürün ve hizmetleri ile ilgili bir sorunu çözerken müşterilerin talep ve isteklerini dikkate almakta mıdır? Örnek verebilir misiniz?

6.4. İşletmenizin ürün ve hizmetlerinde müşteri değerini arttıracak uygulamalar mevcut mudur?

7. Firma Performansı

7.1. İşletmeniz entelektüel sermaye sonrasında oluşan kâr marjı durumundan memnun mudur?

7.2. İşletmenizin pazar payı artış eğiliminde midir? Pazar payına ilişkin büyüme hedefleri nelerdir?

7.3. Kurumunuzun maddi ve maddi olmayan kaynakları firma performansınızı arttırmak için yeterli midir?

7.4. Kurumunuzun mevcut ya da yeni yatırım planları var mıdır? Bu yatırımlardan ne gibi getiriler elde edileceği ön görülmektedir?

8. İşletmenin Geleceğe Bakışı ve Stratejileri

8.1. Türkiye ve dünya perspektifinden bakıldığında entelektüel sermaye yönetiminin teknoloji sektörünü nasıl etkileyeceğini düşünüyorsunuz?

8.2. Türkiye’de ve dünyada entelektüel sermayenin gelişim seyrine bakıldığında Türkiye’nin teknolojik açıdan önündeki engeller ve kısıtlar nelerdir?

8.3. Stratejik olarak kaynaklarınızı yönetmek için uygulamayı planladığınız farklı entelektüel sermaye uygulamaları var mı?





