

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**ENTELEKTÜEL SERMAYENİN FİRMA
YENİLİKÇİLİĞİ VE FİRMA PERFORMANSINA
ETKİSİ:
SAĞLIK İŞLETMELERİNE YÖNELİK BİR
UYGULAMA**

(Doktora Tezi)

Tezi Hazırlayan:
Esra Çiğdem CEZLAN

İstanbul, 2014

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**ENTELEKTÜEL SERMAYENİN FİRMA
YENİLİKÇİLİĞİ VE FİRMA PERFORMANSINA
ETKİSİ:
SAĞLIK İŞLETMELERİNE YÖNELİK BİR
UYGULAMA**

(Doktora Tezi)

Tezi Hazırlayan:
Esra Çiğdem CEZLAN

Öğrenci No:
080781001

Danışman:
Prof. Dr. Halit KESKİN

İstanbul, 2014

YEMİN METNİ

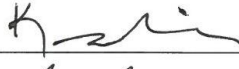


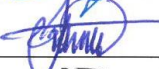

Doktora Tezi olarak sunduğum” Entelektüel Sermayenin Firma Yenilikçiliği ve Firma Performansına Etkisi: Sağlık İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullandıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 21/5/2014

Aday: Esra Çiğdem CEZLAN



TEZ ONAYI

Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Doktora öğrencisi 080781001 no'lu Esra Çiğdem CEZLAN'ın hazırladığı "Entelektüel Sermayenin Firma Yenilikçiliği ve Firma Performansına Etkisi: Sağlık İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama" konulu DOKTORA TEZİ ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI Lisansüstü Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca 21/05/2014 günü saat 13:00'da yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonucunda adayın tezinin *Kabulü*.....'ne OYBİRLİĞİ/~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI	İMZA
Prof.Dr.Halit KESKİN (Danışman)	BAŞARILI	
Prof. Dr. Sudi APAK	BAŞARILI	
Prof.Dr. Hüseyin İNCE	BAŞARILI	
Prof.Dr. Salih Zeki İMAMOĞLU	BAŞARILI	
Prof.Dr. Turgut ÖZKAN	BAŞARILI	

Adı ve Soyadı :Esra iğdem CEZLAN
Danışmanı :Prof. Dr. Halit KESKİN
Türü ve Tarihi :Doktora, 2014
Alanı :İşletme
Anahtar Kelimeler :Entelektüel Sermaye, Sağlık Sektörü,
Firma Yenilikçiliği, Firma Performansı

ÖZ

ENTELEKTÜEL SERMAYENİN FİRMA YENİLİKÇİLİĞİ VE FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: SAĞLIK İŞLETMELERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Entelektüel sermaye, işletmenin stratejik dinamiği olan bilgi yönetimi başlığı altında incelenen ve günümüzde hem akademik hem de iş hayatında ilgi gören bir alandır. Entelektüel sermaye kavramı insan sermayesi organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi olmak üzere üç boyuttan meydana gelmektedir. Bu çalışma, sağlık kuruluşlarında entelektüel sermayenin firma yenilikçiliği ve firma performansına etkisini inceleyen bir kavramsal model önermektedir. Bu model, kamu ve özel hastanelerin insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi kriterlerinin belirlenmesi, bu bileşenlerinin firma yenilikçiliği ve firma performansına etkisi esasına dayanmaktadır. İstanbul'da faaliyette bulunan sağlık kurumları üzerine yapılan araştırma sonucunda; sağlık işletmelerinde insan sermayesi ve ilişki sermayesinin firma yenilikçiliği üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Organizasyonel sermayenin ve firma yenilikçiliğinin firma performansını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuçlar entelektüel sermayenin firma yenilikçiliği ve firma performansı ile ilişkisini ve firma yenilikçiliğinin firma performansı üzerindeki önemini ve etkisini vurgulamaktadır.

Name and Surname :Esra iğdem CEZLAN
Advisor :Prof. Dr. Halit KESKİN
Type and Date :PhD, 2014
Area :Business and Management
Key words :Intellectual Capital, Health Sector
Firm Inovativeness, Firm Performance

ABSTRACT

THE EFFECT OF INTELLECTUAL CAPITAL ON FIRM INNOVATIVENESS AND FIRM PERFORMANCE: A STUDY IN HEALTHCARE

Intellectual capital is a topic studied under information management, which is the strategic dynamic of business and management; and it is a currently popular topic both for academy and business life. The concept of intellectual capital has three primary components which are human capital, structural capital and relational capital. This work proposes a conceptual model that examines the effects of intellectual capital on firm innovativeness and firm performance in health institutions. This model is based on determining the criteria of human capital, structural capital and relational capital for public and private hospitals, and the effects of these components on firm innovativeness and firm performance. As a result of the research on the health institutions that are currently active in Istanbul, it is concluded that human capital and relational capital have a positive effect on firm innovativeness in health institutions. This research also shows that firm performance is positively affected by structural capital and firm innovativeness. These results emphasize intellectual capital's relations with firm innovativeness and firm performance; and the effect and importance of firm innovativeness on firm performance.

TEŞEKKÜR

Doktora tezimin oluŐmasında emeği olan herkese teşekkür etmek isterim. Öncelikle doktora eğitimimin her aŐamasında bana yol gösteren, tecrübesiyle destek olan, akademik birikimiyle beni yönlendiren değerli tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Halit KESKİN'e saygı ve Őukranlarımı sunarım. Ayrıca, tez jürimde bulunan Sayın Prof. Dr. Hüseyin İNCE'ye tezimle ilgili yorumları, değerli tavsiyeleri ve yönlendirmelerinden dolayı teşekkür ederim. Akademik bilgileri ışığında tezime destek olan ve güler yüzüyle bana umut veren Sn. Dr. İpek KOÇOĞLU'na teŐekkürlerimi sunarım.

Tezimin literatür araştırma sürecine destek veren Sayın Prof. Dr. Gülçin BÜYÜKÖZKAN FEYZİOĞLU'na, anket uygulaması aŐamasında desteğini esirgemeyen Sayın Prof. Dr. A.CoŐkun YORULMAZ'a tezime katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Bir başka teŐekkürü bana her zaman destek olan sevgili annem Mesude CEZLAN, canım babam Dt. Ahmet CEZLAN, değerli kardeŐlerim Dt. Esat C.CEZLAN ve İnŐ. Müh. Eser K.CEZLAN, adaŐım Esra ONURLU CEZLAN, neŐe kaynağım olan yeğenim Ahmet M.CEZLAN ve varlığıyla her daim destek olan manevi kız kardeŐim Elif HECE ÖZTÜRK'e sunarım. Aileme, bana verdikleri sevgi ve duydukları güven için teşekkür ederim.

Tezimi “ incir ağacım” a ithaf ediyorum.

Saygılarımla,

Esra Çiğdem CEZLAN

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

YEMİN METNİ

DOKTORA SINAV TUTANAĞI

ÖZ

ABSTRACT

TEŞEKKÜR

İÇİNDEKİLER	i
TABLolar LİSTESİ.....	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	v
KISALTMALAR LİSTESİ.....	vi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ENTELEKTÜEL SERMAYE KAVRAMI

1.1. Sermaye Kavramı	6
1.2. Entelektüel Sermaye Kavramının Doğuşu ve Gelişimi	8
1.3. Entelektüel Sermaye Modelleri	16
1.4. Entelektüel Sermaye Unsurları	19
1.4.1. İnsan Sermayesi Kavramının Tanımı ve Kapsamı	23
1.4.2. Organizasyonel Sermaye Kavramının Tanımı ve Kapsamı.....	27
1.4.3. İlişki Sermayesi Kavramının Tanımı ve Kapsamı.....	29
1.5. Sağlık İşletmelerinde Entelektüel Sermaye Kavramı	31

İKİNCİ BÖLÜM

FİRMA YENİLİKÇİLİĞİ

2.1. Yenilik Kavramı ve Tanımı	36
2.2. Yeniliğin Sınıflandırılması	41
2.2.1. Radikal ve Kademeli Yenilik.....	42
2.2.2. Ürün ve Hizmet Yeniliği.....	43
2.2.3. Süreç Yeniliği	44

2.3. Firma Yenilikçiliği Kavramı ve Tanımı	45
2.4. Sağlık İşletmelerinde Yenilikçilik Kavramı	47
2.4.1. Türkiye’deki Sağlık İşletmelerinde Yenilikçilik Kavramı.....	50

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ

3.1. Araştırma Modeli	53
3.2. Araştırma Hipotezleri	53
3.2.1. İnsan Sermayesi ve Firma Yenilikçiliği Arasındaki İlişki	53
3.2.2. Organizasyonel Sermaye ile Firma Yenilikçiliği Arasındaki İlişki	58
3.2.3. İlişki Sermayesi ve Firma Yenilikçiliği Arasındaki İlişki	64
3.2.4. İnsan Sermayesi ile Firma Performansı Arasındaki İlişki	69
3.2.5. Organizasyonel Sermaye ile Performans Arasındaki İlişki	75
3.2.6. İlişki Sermayesi ile Firma Performansı Arasındaki İlişki.....	81
3.2.7. Firma Yenilikçiliği ile Firma Performansı Arasındaki İlişki	86
3.2.8. Firma Yenilikçiliğinin Ara Değişken Etkisi	86

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	99
4.2. Araştırmanın Metodolojisi ve Tasarımı	101
4.2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	101
4.2.2. Araştırma Kısıtları	102
4.2.3. Araştırmanın Varsayımları	103
4.2.4. Araştırmada Kullanılan Ölçekler	103
4.2.4.1. İnsan Sermayesi Ölçeği.....	103
4.2.4.2. Organizasyonel Sermaye Ölçeği.....	104
4.2.4.3. İlişki Sermayesi Ölçeği	104
4.2.4.4. Firma Yenilikçiliği Ölçeği	104
4.2.4.5. Firma Performansı Ölçeği.....	104
4.2.5. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler	105
4.3. Araştırma Bulguları Metodolojisi ve Tasarımı.....	105

4.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	106
4.3.1.1. Katılımcıların Çalıştıkları Kurum	108
4.3.1.2. Katılımcıların Kurumdaki Ünvanı	108
4.3.1.3. Katılımcıların Cinsiyet Durumu	108
4.3.1.4. Katılımcıların Eğitim Durumu	109
4.3.1.5. Katılımcıların Yaşları.....	110
4.3.1.6. Katılımcıların Kurumda Çalışma Süreleri	110
4.3.2. Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi	111
4.3.3. Araştırma Hipotezlerinin Testi	119
4.3.4. Firma Yenilikçiliğinin Ara Değişken Etkisinin Analizi	119

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

5.1. Araştırma Bulgularının Yorumlanması	131
5.1.1. Entelektüel Sermaye Unsurlarının Firma Yenilikçiliğine Etkisi	131
5.1.2. Entelektüel Sermaye Unsurlarının Firma Performansına Etkisi	133
5.1.3. Firma Yenilikçiliğinin Firma Performansına Etkisi	134
5.2. Araştırmanın Önerileri	135
5.2.1. Sağlık İşletmelerine Yönelik Öneriler	135
5.2.2. İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler.....	140
KAYNAKÇA.....	142
EKLER.....	167

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Entelektüel Sermayenin Dönüm Noktaları	16
Tablo 2. Entelektüel Sermayenin Kabul Görmüş Unsurları.....	20
Tablo 3. Entelektüel Sermaye Unsurlarının Sınıflandırılması	21
Tablo 4. İnsan Sermayesi Unsurları	25
Tablo 5. Demografik Özellikler Tablosu.....	107
Tablo 6. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	114
Tablo 7. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları	117
Tablo 8. Korelasyon Katsayıları ve Tasviri İstatistikler.....	120
Tablo 9. Firma Yenilikçiliği İle İlgili Regresyon Analizi Sonuçları (H ₁ , H ₂ , H ₃ , Hipotezleri için)	121
Tablo 10. Firma Performansı İle İlgili Regresyon Analizi Sonuçları (H ₄ , H ₅ , H ₆ , H ₇ Hipotezleri için)	123
Tablo 11. Yenilikçiliğin Ara Değişken Etkisinin Regresyon Sonuçları (H ₈ , H ₉ , H ₁₀ Hipotezleri için).....	127
Tablo 12. Araştırma Hipotezleri Test Sonuçları	129

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Entelektüel Sermayenin Gelişim Boyutları.....	14
Şekil 2. Brooking'e Göre Entelektüel Sermaye Sınıflandırması.....	16
Şekil 3. Skandia Klavuzu.....	17
Şekil 4. Danimarka Ticari Sendikalar Birliğinin Entelektüel Sermaye Modeli	18
Şekil 5. Gelişmekte Olan Ülkelerde Sağlık Sektörünün Desteklenmesi.....	52
Şekil 6. Araştırma Modeli: Entelektüel Sermayenin Firma Yenilikçiliği ve Firma Performansına Etkisi	98
Şekil 7. Ara Değişken Etkisi.....	126

KISALTMALAR LİSTESİ

AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
AVE	: Average Variance Extracted (Ortalama Çıkarılan Varyans)
BSC	: Dengeli Sonuç Kartı (Balance Scorecard)
CR	: Composite Reliability (Kompozit Güvenirlilik)
CFI	: Comperative Fit Index (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)
DCTU	: Danimarka Ticari Sendikalar Birliği
EKK	: En Küçük Kareler
IFI	: Incremental Fit Index (Artımsal Uyum İndeksi)
JCI	: Joint Commission International (Uluslararası Ortak Komisyonu)
OECD	: Organisation for Economic Cooperation and Devolopment (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
MERITUM	: Measuring Intangibles To Understand and Improve Innovation Management
NNFI	: Non-Normed Fit Index (Normlandırılmamış Basitlik Uyum İndeksi)
RMSEA	: Root Mean Square Error Of Approximation (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
VIF	: Variance Inflation Factors (Varyans Etki Faktörleri)

GİRİŞ

Küreselleşme sonucunda işletmelerin yönetim anlayışı zaman içerisinde değişere bazı kavramların önemi artmıştır. Örneğin 80’li yıllardan önce maliyet, 80’lerde kalite, 90’lı yıllarda kalite ve maliyet unsurlarına ek olarak; pazara hızlı nüfuz etme kavramları öne çıkmıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde bütün bu unsurlara ek olarak mal ve hizmet süreçlerinde farklılık oluşturacak yenilikçilik ve sürdürülebilirlik unsurları etkili olmuştur. Bütün bu unsurlar işletme performansına pozitif yönde etki ederek işletmenin rekabet üstünlüğü kazanmalarını sağlamaktadır.

2000’li yıllardan itibaren sermayenin maddi varlıklar dışında maddi olmayan varlıkları da içeren bir kavram olduğu birçok bilim adamı tarafından dile getirilmiştir. Doğal kaynaklar, işgücü ve sermayenin yerini bilginin alması, işletmelerin muhasebe sistemine “entelektüel sermaye”nin dâhil olmasını sağlamıştır. İşletmenin varlıkları arasında bilginin “değer” olarak kabul edilmesi sonucunda bilgi yönetimi ile ilişkilendirilen kavramlar işletme yönetimi literatüründe yer almaya başlamıştır. Bu kavramlar arasında yer alan bilgi yönetimin başlığı altında incelenen entelektüel sermaye, akademik ve entelektüel çevrelerde ortak bir dil haline gelmiştir. Günümüzde işletme varlıklarının değeri bilgi yönetiminin etkin kullanılma oranıyla ölçülmektedir. İşletmelerin bilgi yönetimi kabiliyetleri ve proaktif davranma yetenekleri onları rekabet ölçüğünde avantajlı kılmaktadır (Meeus ve Oerlemans, 2000).

Bilgi yönetimi; işletmenin entelektüel sermayesinin belirlenmesi, ölçülmesi, değerlendirilip yönetilmesi sürecinde önemli yer tutmaktadır. Bilgi yönetiminin ölçülebilir nitelikte olması işletmelerdeki faydasının ölçülebilmesi ile mümkündür. Entelektüel sermayenin üretim faktörü olarak kullanıldığı üretim süreçlerinde, süreç girdisi “bilgi”, süreç çıktısı “bilgi ürünü” dür. Dolayısıyla entelektüel sermaye, “ölçülebilir ve hesaplanabilir” bir kavramdır. Ancak entelektüel sermaye, maddi olmayan bir varlıktır. Bu nedenle ölçülebilmesi ve değerlendirilebilmesi, işletmenin maddi olan ve ölçülebilen fiziksel sermayesi ve

(stoklar, makineler, teçhizat) ile finansal sermayesinden (nakit, alacaklar, yatırım) daha zor olmaktadır (Stewart, 1991).

Entelektüel Sermaye (insan sermayesi, organizasyonel sermaye, ilişki sermayesi), bilgi yönetimi, öğrenen örgütler, bilgi teknolojileri, bilgi sistemleri, sosyal sermaye gibi kavramlar işletmenin örgüt ve çalışan düzeyindeki süreçlerinde yer almaya başlamıştır. Bu tanımların içerisindeki eylemler işletmelerin iş yapış şekillerini belirlemektedir. Bilgi yönetimi, işletmelerin entelektüel sermayesi ile ilişkilendirilen değerlendirme, ölçüm ve süreç ile ilgilidir. Bilgi yönetimi, işletmenin sürdürülebilirliğine katkı sağlamakta, işletmeyi stratejik olarak güçlendirmekte ve gelişimine ivme kazandırmaktadır. İşletmeler, çalışan motivasyonunu artırmak yoluyla çalışan memnuniyeti ve bağlılığı sağlamaktadırlar. Dolayısıyla memnun ve işletmeye bağlı çalışanların varlığı hizmet yeniliğini teşvik etmektedir. İş süreçlerinde meydana gelen bu yenilik işletmenin ilişki içerisinde olduğu tüm müşterilerle ilişkilerinde memnuniyet ve sadakati sağlamaktadır. İşletmenin hedefi, yenilik yaratmak yoluyla sektörde öncü olmak, karlılık ve sürdürülebilirlik sağlamak yani firma performansını arttırmaktır. Firma yenilikçiliği; örgüt düzeyinde yenilikçi davranışın teşvik edilmesi, çalışanların ve müşterilerin işletme içerisinde oluşan yenilikçilik iklimine uyum sağlamasıdır (Guthrie, 2002).

Entelektüel sermaye bileşenlerinden olan insan sermayesi işletme çalışanlarının sahip olduğu bilgi ve yeteneklerin toplamıdır. Organizasyonel sermaye; işletme tarafından ortaya çıkarılan, çalışanlar açısından ise temel teşkil eden, veri tabanı, network ağı, Ar-Ge, patent, telif hakları, entelektüel mülkiyet, marka, örgüt kültürü, misyon, vizyon, donanım, yazılım, amblem gibi işletmeyi diğerlerinden farklılaştıran değerlerdir. İlişki sermayesi ise, işletmenin iç ve dış müşterileri ile ilişkilerinden oluşan sermayedir. Bu sermayenin bileşenleri, müşteri, lojistik ve dağıtım kanalları, müşteri segmenti, müşteri tüketim algısı ve alışkanlıkları, müşteri sadakati, tedarikçiden oluşmaktadır (Arıkboğa, 2003).

Hizmet sektörünün ana amacı insan ihtiyacını karşılamaktır. İşletmeler bu hedefi gerçekleştirirken sürekli gelişme gösterme, yenilikçi uygulamaları artırma, dolayısıyla sürdürülebilirliklerini sağlama yoluyla rekabet avantajı sağlamaktadır.

Hizmet sektörü içerisinde yer alan sağlık sektörünü diğer sektörlerden ayıran en önemli özellik toplumun sağlığa olan zorunlu ihtiyacıdır. Sağlık işletmelerinde hizmetin her sürecinde bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. İşletmelerin sağlık hizmetini en hızlı, en doğru ve en kaliteli şekilde vermesi için sağlık çalışanlarının bilgi birikimlerini ve uzmanlıklarını takım arkadaşlarıyla etkin olarak paylaşması gerekmektedir. Bu şartların sağlanmasının yanında verilen hizmetin çıktısının insan sağlığı olması nedeniyle “sıfır hata” ile hizmet verilme zorunluluğu bulunmaktadır (Hayran ve Uz, 1998). Bu nedenle en önemli kaynağı “insan” olan sağlık sektöründe entelektüel sermaye işletmenin stratejik yönetiminde önemlidir.

Sağlık sektöründe çalışanlar, yaratıcılıklarını ve bilgi birikimlerini işletmenin alt yapısı aracılığıyla hizmet süreçlerine dâhil etmektedir. Verilen hizmette oluşan yenilik müşteri memnuniyeti ve bağlılığı sağlar. Böylece sadık müşteri işletme performansını pozitif olarak etkilemektedir. Sağlık işletmelerinde entelektüel sermayenin firma yenilikçiliği ve firma performansı ile ilişkisinin ölçümü ve yönetimi, işletmenin tüm kaynaklarının kullanımını gerektirmektedir. Çalışanlar, işletme alt yapısı ve müşterilerin süreçlere dâhil olması sonucunda yenilikçilik oluşmakta ve verilen hizmette farklılık oluşturarak firma performansını etkilemektedir. Bu nedenle, entelektüel sermaye unsurları sağlık işletmesinin performansı açısından önemlidir. Sağlık sektörü gibi insan odaklı çalışan bir sektörde yapılan entelektüel sermaye, yenilik ve performans ilişkisine yönelik çalışmaların sayıca çoğalması ve süreçlerde uygulanmasının sektördeki yenilikçiliği ve performansı artıracaktır.

Bu çalışmanın temel amacı; işletmelerde bilgi kaynağı olarak ele alınan entelektüel sermayenin insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi unsurlarının firma yenilikçiliği ve firma performansı düzeyine etkisini tespit etmektir. Araştırmanın yapıldığı sektör uygulamanın diğer sektörlerle göre sayıca daha az olduğu sağlık sektörü olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın ilk bölümünde; sermaye ve entelektüel sermaye kavramları açıklanmıştır. Entelektüel sermayenin tanımı, gelişimi, modelleri ve entelektüel sermaye alt unsurları literatür açısından ayrıntılı olarak incelenmiştir. Sonrasında sağlık sektöründe entelektüel sermayeye ilişkin yaklaşımlar

irdelenmiştir. **İkinci bölümde**; yeniliğin tanımı yapılarak unsurları ve boyutları açıklanmış ve firma yenilikçiliği kavramı açıklanarak sağlık sektöründe yenilikçilik incelenmiştir. **Üçüncü** bölümde; araştırma modeli ve geliştirilen hipotezler açıklanmıştır. **Dördüncü bölümde**; araştırmanın metodolojisi açıklanmıştır. **Beşinci bölümde**; sonuç yorumlanmış ve öneriler geliştirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ENTELEKTÜEL SERMAYE KAVRAMI

Günümüzde bilgi alanındaki ilerlemeler işletme yönetimini de etkilemiştir. İşletme yönetimi, meydana gelen ilerlemeler ışığında bilgi yönetimi, entelektüel sermaye gibi farklı kavramları iş süreçlerine dâhil etmeye başlamıştır. Önceleri sadece maddi karşılığı olan sermayeden sözedilirken bilgi alanındaki değişim sonrasında entelektüel sermaye kavramı işletmenin stratejik süreçlerine katılan kavramlardan biri haline gelmiştir.

Entelektüel sermaye özellikle 2000’li yılların başında hak ettiği önemi kazanmaya başlamıştır. Akademik alanda entelektüel sermaye ile ilgili araştırmalar çoğalmaya başlamış ve endüstride uygulamalar yapılmıştır. Entelektüel sermaye kavramının işletme yönetiminin süreçlerine dâhil olması örgüt düzeyinde bazı değişikliklere yol açmıştır. Ortaya çıkan en belirgin değişiklik; işletmenin sahip olduğu en önemli kaynaklardan birinin çalışan olduğu bilinci ile örgüt düzeyinde kararların alınmasıdır (Arıkboğa, 2003).

Entelektüel sermaye unsurları olan insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi; işletmenin değerlerini, rekabet üstünlüğünü ve sürdürülebilirliğini belirleyen temel unsurlar arasında yerlerini almıştır. Bu çerçevede, çalışan, altyapı ve müşteri arasındaki ilişkinin güçlenmesi için adımlar atılmış ve yöneticilerin yönetim anlayışında farklılıklar meydana gelmiştir.

Tez çalışmasının ilk bölümünde işletme yönetiminde meydana gelen bu değişiklikler çerçevesinde sermaye kavramı açıklanacaktır. Sonrasında araştırmanın en temel kavramı olan entelektüel sermaye kavramı ve unsurları detaylı bir şekilde incelenecektir. Araştırma uygulama alanı olan sağlık işletmelerinde entelektüel sermaye ve yapılan akademik çalışmalar açıklanacaktır.

1.1. Sermaye Kavramı

Sermaye, üretimde kullanılan kendisi de üretilmiş olan mal ve değerdir. Sermaye, zaman aralığı belli olan bir boyutta edinilmiş gelirin ve/veya malın karşılığı olarak tanımlanmaktadır. Sermaye kavramı; yatırılmış para, yatırımdan kazanılan gelir ve varlıkların parasal değeri anlamında da kullanılmaktadır.

Sermaye, geçmişten günümüze iktisat teorisyenlerinin üzerinde ortak bir tanım yapmakta zorlandığı kavram olarak üretim faktörleri arasında toprak, doğa ve emekten sonra üçüncü sırada yer almaktadır. Sermaye, zaman aralığı belli olan bir boyutta edinilmiş gelirin ve/veya malın karşılığı olarak tanımlanmaktadır. Her türlü maddi ve maddi olmayan; politik, örgütsel, çevresel, entelektüel, kültürel, beşeri, bilimsel, teknolojik ve sosyal unsurlar sermaye olarak kabul edilmektedir (Berber, 2004:139).

Toplumun geçirdiği tarihsel süreçler incelendiğinde, toplumu şekillendiren, topluma yön veren üç önemli farklılaşma döneminden söz edilebilmektedir. Bu dönemler; ilkel toplumdaki yerleşik (tarım) topluma, tarım toplumundan sanayi toplumuna ve sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş dönemleri olarak tanımlanabilmektedir.

“Sermaye” terimi Roma ve Yunan medeniyetlerine kadar uzanmaktadır. Sermayenin literatürde genel olarak somut varlıklar envanterinden oluşmakta olduğu; geçmiş üretimin bir sonucu olarak edinildiği; üretim sürecinde kullanıma geçirildiği; dolayısıyla da zamanla ürün ve hizmet akışı yarattığı görüşünün ağır bastığı görülmektedir (Akgün vd., 2009:211).

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş 18. yüzyıl sonlarında sanayi devrimi ile başlamış, buhar makinesinin bulunuşu ve sanayide kullanılmaya başlanması ile ekonomik faaliyetler hızlanmıştır. Bu hızlanma sonucunda toplumda sosyal ve ekonomik alanlarda değişim başlamıştır. Değişimlerin yaşandığı dönemlerde klasik iktisat teorilerisyenleri üretim faktörlerini emek, sermaye, doğal kaynaklar ve müteşebbis olmak üzere dört ayrı faktör olarak tanımlamıştır. Para, ekonomik faaliyetler için araç olarak belirlenmiştir. Klasik

iktisat teorisinde sermaye kavramı, makine, teçhizat ve diğer ekipmanlar başlığı altında tanımlanmıştır. Klasik iktisat düşüncesi ile yönetilen işletmelerde bilgi yönetimi, çalışan odaklı yönetim gibi kavramların örgüt düzeyine taşınmaması işletme ve iktisat biliminde insan sermayesi kavramının öneminin anlaşılmasını geciktirmiştir. Klasik iktisat teorisyenlerinin önde gelen isimleri; Adam Smith, Alfred Marshall ve John S.Mill iktisat literatüründe beşeri(insan) sermayesine dikkat çeken ilk iktisatçılar olmalarına rağmen “beşeri sermayenin ekonomik büyüme için gerekli olmadığı” düşüncesini çalışmalarında işlemişlerdir (Kibritçioğlu, 1998:223).

Klasik yönetim teorisinin eksiklerini gidermek ve onu geliştirmek için yapılan çalışmalar sonucunda Neo-Klasik iktisad teorisi gelişmiştir. Neo-Klasik teorisinin içeriğinde psikoloji, sosyoloji alanlarında akademik çalışmalar yapan Hawthorne, Elton Mayo, McGregor, Maslow, Rensis Likert, Chester Barnard gibi bilim adamlarının katkıları bulunmaktadır (Arıkboğa, 2003:3). Neo-Klasik iktisadın dönüm noktası, marjinal fayda kavramı, genel eşitlik ve kısmi denklik teorisidir. Genel denkliğin temel varsayımı, sermayenin takas edilebilir homojen birimlere indirgenebileceği yönündedir. Dolayısı ile sermaye parasal ya da finansal bir yapıda olabileceği gibi değer formunda da ortaya çıkabilmektedir. (Akgün vd., 2009:212) Artık en güçlü işletmeler, en büyük maddi ve finansal varlıklara sahip işletmeler değil, entelektüel sermayelerini güçlendirebilen ve bu sermayeyi en etkin şekilde yönetebilen ve kullanabilen işletmelerdir (Stewart,1991).

İşletme bilimi açısından insan sermayesinin işletmenin başarısı için gerekli olmadığı düşüncesi 1950’li yılların ikinci yarısından itibaren hızla değişmiş ve işletme yönetim anlayışı farklılaşmıştır. Bu değişimi tetikleyen, geleneksel yönetim yapısını değişimine zorlayan pazar-müşteri-yönetim üçgenindeki insan sermayesinin öneminin anlaşılmasıdır. Bu konuda çalışmalar yapan Shultz ve Denison insan sermayesi verimli olan işletmelerin farklılaşmasına ve rekabette üstünlük sağladığına dikkat çekmişlerdir (Stewart, 1991). Sonraki dönemlerde fiziki emeğinin yerini makine gücü almaya başlamış ve makine gücü bilgi teknolojisi ile birleşerek bilgi “değer” haline gelmiştir. Bilginin değer haline

gelmesi yönetim kavramlarına da etki etmiş ve “bilgi ekonomisi”, “bilgi toplumu”, “bilgi yönetimi” “entelektüel sermaye” gibi kavramlar ortaya çıkmıştır.

20. yüzyılın ortalarına kadar üretim için önem derecesi birinci planda olan emek, sermaye ve doğal kaynakların artık kolay ulaşılabilir olmaları nedeniyle ikinci planda kaldıklarını belirten Drucker, günümüzde en önemli kaynağın bilgi olduğunu ifade etmektedir (Drucker, 1999:119). Yirminci yüzyılın sonlarına doğru sermaye kavramında anlam ve içerik bakımında farklılıklar meydana gelmiştir. İktisat biliminde sermaye somut bir değerken soyut değerler arasında da tanımlanmaya başlamış, bireysel kavramdan kolektif bir perspektife doğru genişlemiştir. Bu gelişmelerle birlikte sermaye kavramı üzerinde gerçekleştirilen çalışmalar; sosyoloji, antropoloji, politika ve psikoloji gibi alanlarda da yer almıştır. Bilgi yönetimi, entelektüel sermaye ve sosyal sermaye gibi kavramlar bu genişlemeye örnek gösterilebilmektedir. Yoğun rekabet ve enformasyon teknolojilerinin her yere yayılması sonucunda entelektüel sermaye kavramının tüm süreçlere etki ettiğini görmek mümkün hale gelmiştir. Bilgi temelli yeni ekonomik yaklaşımda temel değer entelektüel sermayedir. (Akgün vd.,2009:212). Bilgi yönetimi ve entelektüel sermaye gibi kavramlar işletmelerin örgüt düzeyinde etkili olmaktadır.

1.2. Entelektüel Sermaye Kavramının Doğuşu ve Gelişimi

Entelektüel sermaye kavramı yapılan birçok araştırma ile açıklanmaya çalışılmıştır. 1960’lı yıllarda yapılan bilimsel çalışmalar sonucunda entelektüel sermayenin kavramı oluşturulmuştur.

Stewart, 1997 yılında yayınlanan “Entelektüel Sermaye: Örgütlerin Yeni Zenginliği” adlı kitabında entelektüel sermayeyi, “elde edilmiş kullanılmış bilgi” olarak tanımaktadır. Stewart’a göre Entelektüel sermaye, zenginlik yaratmak üzere kullanıma sokulabilecek olan entelektüel malzemedir, yani enformasyon, entelektüel mülkiyet ve deneyimidir (Arıkboğa, 2003:41). Entelektüel sermaye, örgütün süreçleri, teknolojileri, patentleri, iş görenlerinin becerileri, müşteriler, tedarikçiler ve diğer ilişkili taraflar hakkındaki bilgileri içermektedir. İlk profesyonel entelektüel sermaye yöneticisi olarak bilinen, konunun bir başka öncü

ismi Leif Edvinsson'a göre entelektüel sermaye, değere dönüştürülebilir bilgidir. Edvinsson, işletmelerin insan sermayesi ve örgütsel (yapısal) sermaye olmak üzere iki temel görünmeyen varlığı olduğunu ve entelektüel sermayenin bunların toplamını ifade ettiğini belirtmektedir (Arıkboğa, 2003:74). Konuyla ilgili detaylı araştırmalar yapan bir diğer araştırmacı olan Annie Brooking (1997), entelektüel sermayeyi "bir işletmenin defter değeri ile bu değere ödenilmeye hazır olunan değer arasındaki fark" olarak açıklamaktadır. Bu tanım daha çok geleneksel muhasebede yer alan ve yabancı literatürde "good will" olarak ifade edilen "şerefiye" tanımını yansıtmaktadır (Arıkboğa, 2003:74).

Grafsan ve Leif Edvinsson entelektüel sermayeyi; "insan perspektifinden geleceğin değerlerini yaratmada yardımcı olabilecek kazanılmış anlayışların toplamıyla birlikte ilişkileri de kapsayan bir kavram olarak tanımlamıştır (Arıkboğa, 2003:74). Büyüközkan (2010), entellektuel sermayeyi, bir organizasyonun bilgi değeri veya hissedilmeyen ve görülmeyen varlıklar olarak bir işletmenin sahip olduğu kayıtlı bilgiler ve işletmedeki çalışanların bilgi, beceri ve deneyimleri şeklinde ifade etmektedir (Büyüközkan, 2010:77). Günümüzde özellikle hizmet sektöründeki işletmelere bakıldığında bilançolarındaki varlıkları ile piyasadaki değerleri arasında önemli bir fark görülmektedir. Buradan yola çıkarak, 'entellektuel sermaye maddi olmayan varlıklardır' ve 'entellektuel sermaye, işletmenin defter değeri ile piyasa değeri arasındaki farktır' şeklinde tanımlamak mümkündür (Büyüközkan, 2002). Tüm bu tanımlara bakıldığında entelektüel sermayenin, işletmenin içindeki veya dışındaki her seviyedeki bilgilerin toplamı olduğu ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için bu bilgilerin kullanılması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır (Youndt, 2004:337).

Entelektüel Sermaye kavramını ilk kez 1969 yılında John Keenth Galbraith statik, maddi olmayan değer ötesinde zihinsel bir hareket olarak tanımlamıştır (Stewart, 1991). İşletme yönetimi biliminin öncülerinden Drucker, "post-kapitalist toplum" tanımlanmasında entellektuel sermaye kavramını daha ayrıntılı incelemiştir. Hiroyuki Itami, 1980 yılında maddi olmayan varlığın tanımını yapan ilk bilim adamlarından biridir. Entelektüel sermaye ile ilgili ilk bilimsel çalışmanın 1980 yılında Itami tarafından Japonca yazılan ve 1987 yılında

İngilizceye çevrilen “Görünmeyen Aktifleri Harekete Geçirmek” (Mobilizing Invisible Assets) adlı kitap olduğu kabul edilmektedir (Harrison ve Sullivan, 2000: 32). Itami, yaptığı çalışmada Japonya’daki işletmeleri performansları açısından karşılaştırmıştır. İşletmelerin aralarındaki performans farklılıklarına değinmiş ve işletmelerde görünmeyen aktiflerin veya soyut varlıkların yönetiminin etkilerini ortaya koyarak bu alanda bilimsel anlamda çığır açmıştır (Harrison ve Sullivan, 2000: 33). Itami, teknoloji, müşteri güveni, marka bilinirliği, şirket itibarı, kültürü ve yönetim becerilerini kapsayan enformasyon temelli görüş olarak tanımladığı “görünmeyen varlık” (invisible assets) kavramını ortaya koymuştur. Itami’ye göre görünmeyen varlıkların aynı zamanda farklı faaliyet alanlarında kullanılabilir olma özellikleri, bu varlıkları işletme için uzun dönemli karlılık ve başarı için en önemli kaynak durumuna getirmektedir (Harrison ve Sullivan, 2000:33).

1986’da bir İsveç yayınevi sahibi ve yöneticisi olan Karl-Erik Sveiby’nin yazdığı ve soyut varlıkların nasıl yönetilmesi gerektiğini açıklayan Bilgi Şirketleri “The Knowledge Company” isimli kitap entelektüel varlıklar ile ilgili yazılmış ilk kitaptır. Sveiby’nin bu yayını entelektüel sermaye ölçümü konusunda yapılmış ilk çalışmadır. Sveiby, çalışmasında entelektüel sermayeyi insan sermayesi boyutuyla açıklamıştır. İşletmenin değerinin belirlenmesinde çalışanların bilgi ve yeteneklerinin çok büyük katkısı olduğunu dile getirmiştir. Bu çalışma ile birlikte entelektüel sermaye farklı bir boyut kazanmıştır (Elitaş ve Demirel, 2008: 116). 1986 yılında, Berkeley Üniversitesi’nde işletme profesörü olan David Teece Teknolojik Yeniliklerden Sağlanan Karlar (Profiting From Technological Innovation) isimli makalesini yayınlamıştır (Teece, 2000) Bu çalışmada yeniliklerden sağlanan değer için gerekli olan adımları belirlemiştir. Bu adımları, firmanın değerini maksimize etmeye yönelik yeniliklerin ilk başta yöneticiler tarafından öğrenilip sonra personele öğretilmesi olarak açıklamıştır (Teece, 2000). 1989 yılında David Aaker varlıklar ve becerilerin rekabetin temeli olduğunu vurgulamıştır (Stewart, 1991). 1990 yılında Sveiby’nin “Bilgi Yönetimi” adlı makalesi yayımlanmıştır. 1991 ve 1992’de Thomas Steward firmaların entelektüel sermayelerini tartıştığı ” Beyin gücü” isimli Fortune Dergisi’nde iki makalesi yayımlanmıştır. Steward, makalelerinde çalışanlarla çok daha yüksek başarı ve

karlılığa ulaşılabilirdiğinden bahsetmiştir. 1991 yılında ilk entelektüel sermaye ofisi Skandia AFS tarafından kurulmuş ve ofise asbaşkan olan Leif Edvinsson'ın ismi verilmiştir. Edvinsson'ın amacı; diğerlerinin entelektüel sermayeyi nasıl yönettiğini ve nasıl karlılık sağlamak için kullanıldığının anlaşılmasıydı (Sullivan, 2000). 1992 yılında Richard Hall “entelektüel varlık”, daha sonra “maddi olmayan varlık” kavramlarını literatüre kazandırmıştır (Marr ve Ross, 2005). 1992 yılında Kaplan ve Norton'ın “Balanced Scorecard”(BSC), ile ilgili ilk makaleleri Harvard Business Review dergisinde yayınlanmıştır (Arıkboğa, 2003). 1993 yılında Patrick H. Sullivan, Gordon Petrash ve Leif Edvinson, firmaların entelektüel sermayelerinden kar sağlayan resmi olmayan bir şirket ağı yaratmıştır. Bu durum entelektüel sermaye yönetiminin başlangıcını oluşturmuştur (Uzay ve Savaş, 2003). 1994 yılında Stewart “Entelektüel Sermaye” adlı makalesini yayınlanmıştır. Yine aynı yıl Celemi Danışmanlık Şirketi'nin entelektüel sermayenin hesaplanmasında kullanılan “Tango Simülasyonu”, geniş yankı uyandırmış ve “Skandia Yıllık Entelektüel Sermaye Raporu” yayınlanmıştır (Arıkboğa, 2003). Klein ve Pursak 1994 yılında yaptıkları çalışma ile entelektüel sermaye ile entelektüel malzemeyi ayırmış ve entelektüel sermayeyi, daha değerli bir malzeme üretmek için formelleştirerek “entelektüel malzeme” olarak tanımlamışlardır. Tanımdaki en önemli nokta malzeme ile entelektüel sermayenin ayrışmasıdır (Stewart, 1997). Edvinsson ve Malone (1997), entelektüel sermaye, bir örgüt için değerli olan, insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi olarak sınıflandırmıştır (Uzay ve Savaş, 2003). Böylece 90'lı yılların ortalarına kadar yapılan çalışmaların sonucunda denilebilir ki; entelektüel sermaye ile ilgili iki farklı yaklaşımın ortaya çıkmıştır. Birinci yaklaşım; Steward(1991), Edvinsson(1993), Svebly(1986) ve diğerlerinin de bahsettiği gibi firmanın bilgi düzeyinin genişletilip artırılmasını yönelik bilgi ve beyin gücüne dayanmaktadır. İkinci yol ise Itami(1980), Teece(1986), Sullivan(1993) ve diğerlerinin de bahsettiği gibi; firmanın entelektüel ve soyut varlıklarının benzersiz bileşiminden nasıl karlılık sağlanabileceğine odaklanan kaynağı etkin kullanmayı temel alan yaklaşımdır (Sullivan, 2000: 13-16).

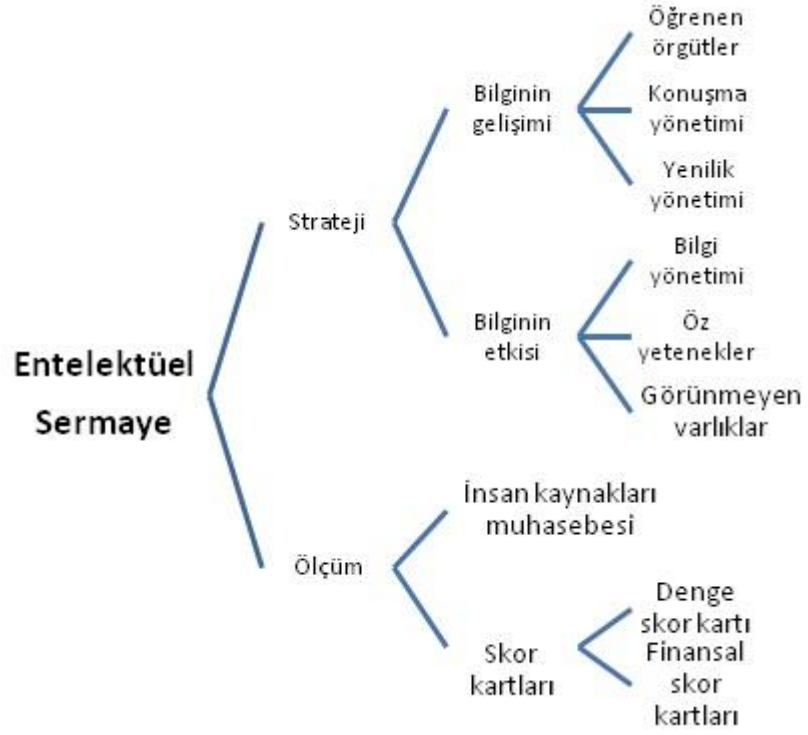
1995 yılında Nokata ve Takeuchi, “Bilgi Yaratan Şirketler”, adlı kitabı yayınlamış ve kitap büyük yankı uyandırmıştır (Arıkboğa, 2003). 1996 yılında

Kaplan ve Norton tarafından ilk kez 1992 yılında makalesi yayımlanan “Balanced Scocard” kitabı yayınlanmıştır (Stewart, 1997). Skandia şirketi; 1996 yılında şirket raporuna entelektüel sermayeyi kalem olarak ekleyerek entelektüel sermayeyi şirketin değeri olarak hesaplamıştır (Arıkboğa, 2003). 1997 yılında Sveiby'nin “Yeni Organizasyonel Zenginlik”, adlı kitabı, Edvinsson ve Melon'un “Entelektüel Sermaye” kitabı, Stewart'ın “Entelektüel Sermaye” kitabı yayınlanmıştır (Uzay ve Savaş, 2003). 1998'de Sullivan'ın “Entelektüel Sermaye Karlılığı”, adlı kitabı ve Entelektüel Sermaye (Journal of Intellectual Capital) adlı dergi yayınlanmıştır (Arıkboğa, 2003). Yine aynı yıl Sveibly tarafından yapılan bir çalışmada Dow Jones Endüstri Endeksine dâhil işletmelerin tümüne ilişkin veriler kullanılarak yapılan bir araştırmanın sonucunda işletmelerin maddi olmayan varlıklarını defter değeri ile karşılaştırmış ve piyasanın hiçbir döneminde görünmeyen varlıkların defter değerine oranının bu kadar yüksek olmadığı saptanmıştır (Sveibly, 1998). 1998 Kasım-2001 Nisan tarihleri arasında Avrupa Birliği tarafından finanse edilen Meritum Projesi gerçekleştirilmiştir. “İnovasyon Yönetimini Anlamak ve İyileştirmek İçin Maddi Olmayan Varlıkların Ölçümü”, (Measuring Intangibles To Understand and Improve Innovation Management) başlığının kısaltması olan MERITUM PROJESİ'nin amacı; Avrupa Birliği'nde özellikle yenilik temelli bilim ve teknoloji alanında yeniliklerin iyileştirilmesi için maddi olmayan varlıklara yapılan yatırımların ölçülmesi olarak belirlenmiştir. (Büyüközkan, 2010:77). Meritum Projesi'nde entelektüel sermaye insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişkisel sermaye olarak boyutlandırılmıştır (MERITUM, 2002). Baruch Lev'in 2001 yılında yaptığı bir çalışmada firma performansının fiziksel, finansal ve fiziksel olmayan varlıklara dayandığı sonucuna varmıştır. Performans = (fiziksel varlıklar) + (finansal varlıklar) + (fiziksel olmayan varlıklar) şeklinde bir formül geliştirilerek ($P = \alpha + \beta + \delta$) firma performansını bu üç değişkene bağlı olarak belirlemeye çalışmıştır (Arıkboğa, 2003).

IV. Dünya Entelektüel Sermaye Yönetimi Kongresi'nde entelektüel sermayeyi “maddi olmayan varlık” olarak tanımlayan Daniel Andriessen, bu varlıkları Beceriler ve gizli bilgi, Kolektif değerler ve normlar, Teknoloji ve açık bilgi, Ana ve yönetim süreçleri, Doğuştan gelen özel yetenekler olmak üzere beş

kategoriye ayırmıştır (Andriessen, 2001:11). Bu kategorileri açıklayacak olursak; Beceriler ve gizli bilgi: Yetenekleri ve teknik bilgileri başta olmak üzere, kişilerin içerisinde bulunan yetenektir. Kolektif değerler ve normlar: “Burada işleri böyle yaparız” şeklinde yansıtılan, bir örgütün kurumsal kültürüdür. Örgütün neyi önemli olarak gördüğünü (örn. müşteri odaklılık, güvenilirlik, kalite) tanımlar ve genellikle başarı için çok önemli bir faktördür. Teknoloji ve açık bilgi: Prosedürler ve ayrıca patentler ve ticari sırlar gibi fikri mülkiyetleri içermektedir. Ana ve yönetim süreçleri: Aslında, örgütün ana süreçleri içerisinde bulunan bilgi ve yönetim için kullanılan süreçlerdir. Doğuştan gelen özel yetenekler: Marka ve imaj, tedarikçi ağları, kurulmuş olan müşteri temeli, yetenek ağı ve standartların sahipliği başta olmak üzere şirketin geçmişten getirdikleridir (Andriessen, 2001:12).

Roos (1997) Şekil 1’de görüleceği üzere entelektüel sermayenin özellikle iki farklı teorik alana sahip olduğunu, bu alanların stratejik alan ve ölçüm alanı olarak adlandırıldığını belirtmiştir. Stratejik alan, bilginin yaratılması ve kullanılmasıyla bilgi ve katma değer yaratmak arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır. Ölçüm alanı ise bir bilgi sistemi geliştirilmesi ve bilgi yönetimi gerekliliği, maddi olmayan, soyut varlıkların ölçümü konuları üzerine odaklanmaktadır (Martenson, 2000: 204)



Şekil.1.Entelektüel Sermayenin Gelişim Boyutları

Kaynak: Martensson, M., “A Critical Review of Knowledge Management as a Management Tool”, *Journal of Knowledge Management*, Volume 4, Number 3, 2000, p. 206.

Tablo 1’de Entelektüel Sermaye’nin 80’lerin başından itibaren başlayan ve 2000’lerin sonlarına kadar olan dönüm noktaları gösterilmektedir.

Tablo.1. Entelektüel Sermayenin Dönüm Noktaları

Tarih	Süreç
1980’lerin başı	<ul style="list-style-type: none"> Maddi olmayan varlıklar düşüncesi (genellikle ticari itibar olarak düşünülüyordu)
1980’lerin ortası	<ul style="list-style-type: none"> Bilgi çağının ortaya çıkışı İşletmelerin Pazar değeri ile bilanço değeri arasındaki farka dikkat çekmeleri
1980’lerin sonu	<ul style="list-style-type: none"> Bazı danışmanların entelektüel sermayeyi ifade etmek için yapı oluşturmaları ve ölçüm metotları tanımlamaları (Sveiby, 1988)
1990’ların başı	<ul style="list-style-type: none"> Girişimler sonucunda entelektüel sermayenin sistematik ölçülmesine ve raporlanmasına ilişkin çalışmalar başlamıştır.(Celemi ve Skandia, 1995) 1900 yılında Leif Edvinson, Skandia’da entelektüel sermayeden sorumlu idareci olarak çalışmaya başladı. İlk defa bir yönetici bu konuda idareci olarak resmi bir göreve başlamıştı. İşletmenin geleceği ile ilgili kararlarda etkili olabiliyordu. Kaplan ve Norton, Denge Skor Kartı modelini ortaya koydular(1992). Skor kartı, “ölçmek istediğiniz şey elde etmek istediğinizdir” kavramı çerçevesinde gelişme gösterdi.
1990’ların ortası	<ul style="list-style-type: none"> Nonoka ve Takeuchi (1995) “Bilgi Yaratan Şirket” adlı etkili çalışmalarını sundular. Her ne kadar çalışma bilgi konusunda bir çalışma ise de bilgi ve entelektüel sermaye arasındaki ayrımı orta koymuştu. Buna rağmen entelektüel sermaye konusu ikinci planda idi. Celemi’nin Tango adlı simülasyon aracı ortaya çıktı. Bu araç ilk defa işletmelere, maddi olmayan varlıklar konusunda yöneticilere eğitim imkanı sağlamaktaydı. 1994’de Skandia şirketinin entelektüel sermaye stokumu açıklayan yıllık raporu yayımlandı. Entelektüel sermayeyi görünür yapma, işletmeler tarafından ilgi ile karşılandı. Celemi şirketi 1995 yılında “bilgi denetimi” aracını kullanarak işletmenin entelektüel sermayesini değerlendirmeye başladı. Entelektüel sermaye öncüleri konu hakkında en iyi satan kitaplarını piyasaya çıkarttılar (Kaplan ve Norton, 1996, Edvinsson ve Malone, 1997, Sveiby, 1997). Özellikle Edvinsson ve Malone’nun çalışmaları entelektüel sermayenin nasıl ölçüleceği ve süreçleriyle ilgiliydi.
1990’ların sonu	<ul style="list-style-type: none"> Entelektüel sermaye konusu araştırmacılar, akademik konferanslar, çalışma sayfaları ve yayınlarla popüler bir konu oldu. Entelektüel sermaye konusunda birçok proje çalışması başladı (Örneğin MERITUM Projesi, Danimarka Rehberi). 1999 yılında OCED Amsterdam’da entelektüel sermaye konulu bir sempozyum düzenledi.
2000’lerin başı	<ul style="list-style-type: none"> Entelektüel sermayenin önemi küresel çapta anlaşılmaya başlanmıştır. Dünyanın birçok farklı bölgesinde entelektüel sermayenin ölçülmesine, raporlanmasına ve yönetilmesine ilişkin birçok araştırma ve çalışma yapılmıştır.
2000’lerin sonu	<ul style="list-style-type: none"> Entelektüel sermayenin tanımı, boyutları, kamuda entelektüel sermaye ve ölçüm karmaşasına yönelik araştırmaların yanı sıra “örgüt kültürü, risk yönetimi, strateji vb.” gibi işletme yönetimi alanındaki kavramlarla entelektüel sermayenin ilişkisi incelenmeye devam etmektedir.

Kaynak: Petty, R., Guthrie, J., “Intellectual Capital Literature Review Measurement, Reporting and Management”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1, No. 2, 2000, p.7.

1.3. Entelektüel Sermaye Modelleri

Entelektüel sermaye ile ilgili yapılan literatür araştırması sonucunda; entelektüel sermayenin üç boyut ile tanımladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmalar sonucunda bugüne kadar oluşturulan nerdeyse tüm entelektüel sermaye ölçüm modellerinde, entelektüel sermayenin birbirine benzer özelliklere tanımlanmaya çalışıldığı benzer özelliklere sahip üç boyuttan sözedilmektedir. Bu boyutlar” insan sermayesi”, “yapısal (organizyonel) sermaye” ve “iliski sermayesi”dir (Stewart, 1997). Edvinson ve Sullivan entelektüel sermayeyi insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi olarak sınıflandırmaktadır (Petrash, 1996:369).

Şekil 2’de Brooking’in Entelektüel Sermaye sınıflandırması gösterilmektedir. Brooking; Entelektüel Sermayeyi İnsan merkezli, Altyapı, Pazar ve Entelektüel Mal varlıkları olarak sınıflandırmaktadır.



Şekil.2. Brooking’e göre Entelektüel Sermaye Sınıflandırması

Kaynak: Büyüközkan, G., Dinçmen, M., (Ed.), “Bilgi Yönetimi ve Uygulamaları”, Papatya Yayınevi, İstanbul, 2010, s.74.

Skandia şirketi, 1996 yılında şirket raporuna entelektüel sermayeyi kalem olarak ekleyerek entelektüel sermayeyi şirketin değeri olarak hesaplamıştır. Şekil 3'te Skandia Klavuzun'da bulunan Entelektüel Sermaye'nin sınıflandırılması gösterilmektedir.

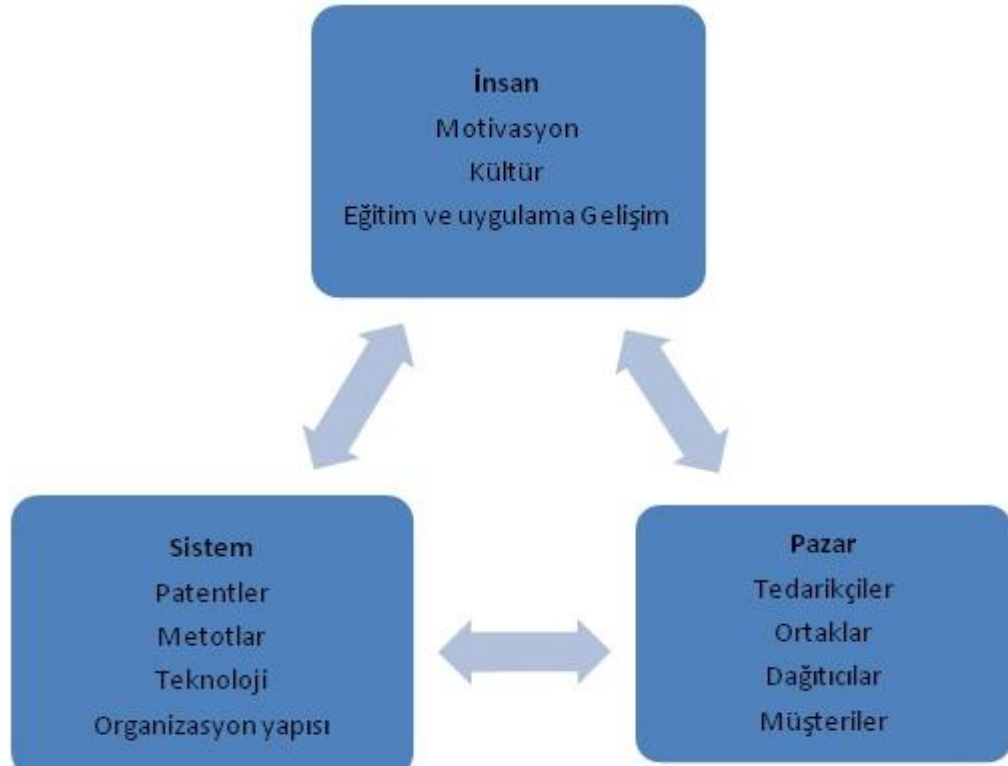


Şekil.3.Skandia Klavuzu (1996)

Kaynak: Büyüközkan, G., Dinçmen, M., (Ed.), “Bilgi Yönetimi ve Uygulamaları”, Papatya Yayınevi, İstanbul, 2010, s.75.

Danimarka tarafından geniş bir platformda yapılmış araştırma ve uygulamalar sonucunda oluşturulan Danimarka Entelektüel Sermaye Projesi oluşturulmuştur. Bu proje hem değer yaratmaya yönelik bir yönetim aracı, hem de çalışanlara, müşterilere, ortaklara ve yatırımcılara firmanın değer yaratma mekanizmalarını gösteren bir iletişim aracı olarak üretilmiştir. Danimarka projesinde kabul edilen teorik yaklaşım, işletmenin bilgi tabanlı bir sistem olduğudur (Palacios vd.,2007). Şekil 4, Danimarka Projesinin entelektüel sermaye sınıflandırmasını göstermektedir. Danimarka projesi entelektüel sermayeyi “çalışanlar, müşteriler, süreçler ve teknoloji” şeklinde dört boyutta ele alınmaktadır (Palacios vd.,2007). İlk boyut olan çalışanlar, örgüt çalışanlarının yetenekleri ve kabiliyetleri, tecrübeleri, eğitim durumlarının birleşimi, motivasyonu, bağımlılığı gibi konular ele alınmaktadır. Müşteri boyutunda,

müşteri karması, müşteriler ve kullanıcılar, müşteri tatmini, müşteri bağımlılığı, müşteri ve kullanıcıyı anlama, ürün ve hizmet geliştirilmesi sürecinde müşterilerle işbirliği gibi konuları içermektedir. Üçüncü boyut olan süreçler bilginin işletme içindeki durumudur. Başka bir ifadeyle bilginin istikrarlı olarak prosedürlerde, iş yapma ve çalışma usullerinde mevcudiyetiyle ilgilidir. Bunlar buluşlar ve kalite kontrol süreçleri, yönetim ve kontrol süreçleri, bilgi elde etme ve paylaşma süreçleri gibi konulardır. Dördüncü boyut ise teknolojidir. Bilgi kaynakları yönetimini destekleyen teknolojik konulardır. Bu unsurun içerisinde örgütün bilgi teknolojisi alt yapısı intranet, bilgi teknolojisi yoğunluğu, bilgi teknolojisi kullanımı, bilgi teknolojisi yetenekleri gibi konular bulunmaktadır (Büyüközkan, 2010:77).



Şekil.4.Danimarka Ticari Sendikalar Birliğinin Entelektüel Sermaye Modeli (DCTU,1999)

Kaynak: Büyüközkan, G., Dinçmen M., (ed) “Bilgi Yönetimi ve Uygulamaları”, Papatya Yayınevi, Bölüm.3, İstanbul, 2010, s.77.

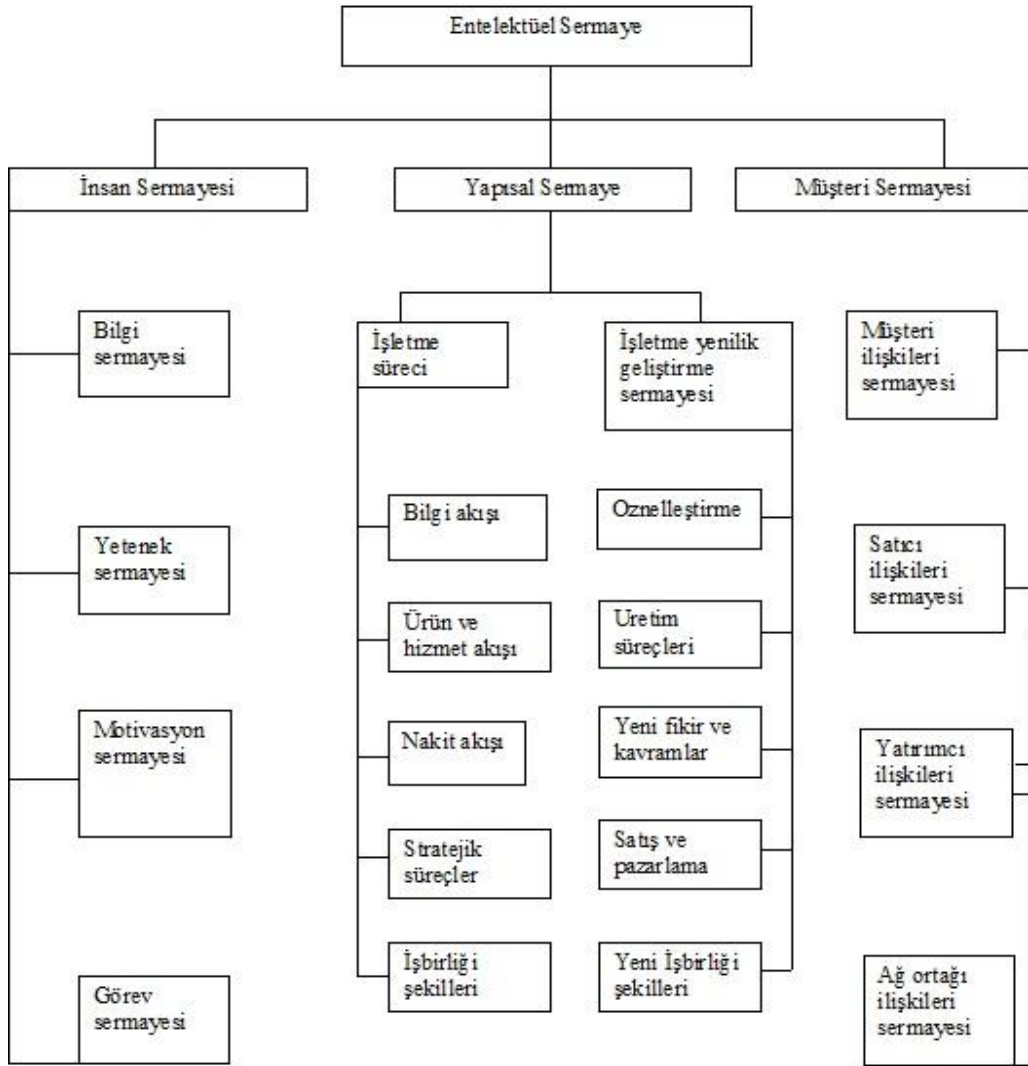
1.4. Entelektüel Sermaye Unsurları

Entelektüel sermayeyi anlayabilmek, bulabilmek ve kullanabilmek için bu sermayeyi yaratan unsuru tanımlamak gerekmektedir (Stewart,1997:111). Yapılan literatür incelemesi sonucunda entelektüel sermayenin insan sermayesi, ilişki sermayesi ve organizasyon sermayesi olarak ayrıldığı görülmektedir. Tüm bu unsurların altındaki fikir bilginin firma tarafından yaratılması ve daha sonra yaratılan bu bilginin insan, organizasyonel ve ilişki sermayesine dönüştürülmesidir (Tsan, vd. 2005:285). Entelektüel sermayeyi oluşturan unsurların bu şekilde sınıflandırılması, elle tutulamayan ve şirketin bilgi varlıklarını yansıtan faktörlerin yöneticiler tarafından kullanılmasını sağlamaktadır (Bozbura, 2003).

İnsan sermayesi, çalışanın sahip olduğu bilgi, beceri, yetenek ve deneyimlerin (eğitim düzeyi, tatmini, tutumu, değerleri, örgüte bağlılığı, motivasyonu, zekâsı, yaratıcılığı, ekip çalışması, sorun çözme ve iletişim yeteneği, özgüveni, bilgi paylaşma isteği, girişimcilik ve liderlik yeteneği, yenilikçilik vb.) toplamıdır. (Arikboğa, 2003). Organizasyonel sermaye, işletme tarafından oluşturulan ve gerçekten işletmeye ait olan, işletmenin ürün ve hizmetlerinin üretilip dağıtılmasını ve işgörenlerin çalışmalarını sağlayan varlıkların (örgüt stratejisi, kültürü, misyonu, yönetim felsefesi, süreçler, bilgi teknolojisi/sistemleri, patentler, telif hakları, ticari marka/sırlar, amblemler, veri tabanları, ar-ge, yenilik vb.) bir bütünüdür (Bozbura, 2004). İlişki sermayesi, işletmenin, katma değer yaratabilecek tüm taraflarla (müşteriler, ortaklar, yatırımcılar, tedarikçiler, dağıtıcılar, devlet vb.) olan ilişkilerini (müşteri ilişkileri, müşteri bağlılığı/tatmini, işletme tanınırlığı, dağıtım kanalları, marka değeri, işbirlikleri, lisans anlaşmaları vb.) kapsamaktadır (Das vd., 2003).

Tablo 2, Roos'un kabul görmüş entelektüel sermaye unsurlarını göstermektedir. Ross, entelektüel sermaye unsurlarını insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi olarak ele almıştır.

Tablo.2.Entelektüel Sermayenin Kabul Görmüş Unsuları



Kaynak: Göran Ross, Johan Ross, Measuring Your Companies Intellectual Performance, *Long Range Planning*, Vol.30, No.3, 1997, p.416.

Tablo 3, entelektüel sermaye unsurları ile ilgili 1996 yılından 2004 yılına kadar yapılan çalışmaları göstermektedir. 2004 yılından günümüze ise, Chu, Lin, Hsiung ve Liu (2006) entelektüel sermaye bileşenlerini insan sermayesi, organizasyonel sermaye, ilişkisel sermaye olarak, Tan, Plowman ve Hancock (2008) ise entelektüel sermayeyi insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi olarak üç temel alt bileşen olarak kabul etmektedir (Büyüközkan, 2010:77).

Tablo.3. Entelektüel Sermaye Unsurlarının Sınıflandırması

Entelektüel Sermaye Unsurlarının Sınıflandırması	
Entelektüel Sermaye Unsurlarını Geliştiren	Sınıflandırılan Entelektüel Sermaye Unsurları
Broking (1996)	Pazar varlıkları, İnsan merkezli varlıkları alt yapı varlıkları, Entelektüel mülkiyet
Petrash (1996)	İnsan sermayesi, Örgütsel sermaye ve Müşteri sermayesi
Edvinson ve Sullivan (1997)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye, Müşteri sermayesi
Ross (1997)	İnsan sermayesi (düşünen varlıklar), Yapısal (düşünmeyen varlıklar)
Sveiby (1997)	İçsel yapı, Dışsal yapı, Bireysel yetenekler
Stewart (1997)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye, Müşteri sermayesi
Haanes ve Lowendahl (1997)	Maddi ve maddi olmayan unsurlar
Edvinson ve Malone (1997)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye
Granstrand (1999)	Yaratıcılık, bilgi, Bireylerin nitelikleri
Bontis, Dragonetti, Jacobsen ve Roos (1999)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye

Michalisin, Kline ve Smith (2000)	İşletme itibarı, Know-How, Örgüt kültürü
Brennan ve Connel (2000)	İçsel yapı, Dışsal yapı, İnsan sermayesi
Harrison ve Sullivan (2000)	İnsan sermayesi, Entelektüel varlıklar, Entelektüel mülkiyet
Danimarka Rehberi (2000)	Çalışanlar, Müşteriler, Süreçler, Teknoloji
Sanchez, Charminade ve Olea (2000)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye, İlişkisel sermaye
Andriessen ve Tissen (2001)	Yetenekler ve ortaya konmamış bilgi, Ortak değerler ve normlar, Teknoloji ve açıkta bulunan bilgi, Özel yetenekler, Yönetim süreçleri
Kaplan ve Norton (2001)	Finans boyutu, Müşteri boyutu, Süreç boyutu, Öğrenme, Büyüme boyutu
Meritum Rehberi (2001)	İnsan sermayesi, yapısal sermaye, ilişkisel sermaye
Lev (2001)	Keşif, örgütsel uygulamalar, insan kaynakları
Schmalenbach Topluluğu, Maddi Olmayan Varlıklar Çalışma Grubu, Almanya (2001)	Buluşçuluk sermayesi, İnsan sermayesi, Müşteri sermayesi, Tedarikçi sermayesi, Yatırımcı sermayesi, Süreç sermayesi, Konum sermayesi
Günther (2001)	İçsel yapı, Dışsal yapı, Çalışan yetenekleri
Pablos(2002)	Örgütün genel altyapısı, Müşteri desteği, İdari süreçler, Yenilikçilik, Kalite faaliyetleri Bilgi tabanlı alt yapı
Mc Elroy (2002)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye, sosyal sermaye, (dahili sosyal sermaye, harici sosyal sermaye, sosyal yenilikçilik sermayesi)

Mouritsen, Bukh, Larsen ve Johansen, (2002)	İnsan sermayesi, Örgütsel sermaye, Müşteri sermayesi
Petty Ve Guthrie (2002)	Örgütsel sermaye (yapısal sermaye), İnsan sermayesi
Marr (2003)	Paydaş kaynakları ve Yapısal kaynaklar
Pablos (2003)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye, İlişki sermayesi
Seetharaman, Low ve Saravanan (2004)	İnsan sermayesi, Yapısal sermaye, İlişki sermayesi

Kaynak: Petty, R., Guthrie. J., “Intellectual Capital Literature Review Measurement, Reporting and Management”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.1 No. 2, 2000, s.161.

1.4.1. İnsan Sermayesi Kavramının Tanımı ve Kapsamı

Bilginin işletmeler için giderek önem kazandığı günümüzde işletmelerin değerinin belirlenmesinde çalışan bilgisi, uzmanlığı, kalitesi ve yeteneği önemli bir yer tutmaktadır. Örgütler için makinelerden, teçhizatlardan, donanımlardan, sandalyelerden, masalardan, banka hesaplarından, stoklardan, binalardan önce en önemli sermaye çalışanlarından dolayı sahip olduğu sermaye insan sermayesidir. İnsan sermayesi işletmeleri diğer işletmelerden ayıran, farklılaştıran ve stratejik rekabet gücünü barındıran sermayedir. Bu nedenle, insan sermayesi işletmeler için giderek vazgeçilmez bir unsur halini almıştır.

İnsan sermayesi, işletme çalışanın sahip olduğu bilgilerin yetenekleri ve deneyimlerin toplamıdır (Stewart, 1997). İnsan sermayesi; organizasyonel yenilik ve yenileme sürecine kaynaklık eder. Bilgi, işletmelerde örtük halde bulunmaktadır. Entelektüel sermaye, örgütlerin bilgi depoları ise insan sermayeleri de en basit tanımıyla örgüt üyelerinin sahip oldukları örtülü (tacit) bilgilerin toplamıdır (Bontis ve Serenko, 2009). Çalışanlar, bilgiyi oluşturmak ve anlaşılır kılmak için teknolojiyi seçmek, bir araya getirmek ve sürece dâhil etmek zorundadır (Lueg, 2002:5).

Theodore W. Schultz(1971)'a göre insan sermayesi artık ‘isgücü, toprak ya da sermaye, fakir insanların refahını arttıracak temel üretim faktörü değil, üretim ve hizmet prosesi içerisinde tüm çalışanların yaşam kalitesinin belli bir standarda ulaşması ve bilginin geliştirilmesi ön plana çıkmıştır. “Bu yöndeki gelişmeler ancak insan sermayesine yapılacak yatırımlarla gerçekliğe kavuşacaktır” ifadesini vurgulamıştır (Teixeria, 2002). İnsan sermayesi; bir örgütün çalışanlarına ait bilgi, beceri, kabiliyet, deneyim ve tüm diğer bilgi stokları olarak tanımlanmaktadır (Brooking 1996; Edvinsson ve Malone 1997; Ross vd.,1998; Sveiby, 1997). Stewart 1997 yılında yayınladığı “Entelektüel Sermaye, Kuruluşların Yeni Zenginliği” adlı kitabında, insan sermayesini, bütün merdivenlerin başladığı yer, buluşçuluğun kaynağı ve kavrayışın pınarı olarak kabul etmiş ve entelektüel sermayenin iskeletini insan sermayesinin oluşturduğunu belirtmiştir (Stewart,1997). Stewart, entelektüel sermayenin çalışan yeterliliği, işe tutum ve entelektüel çeviklik (agility) sonucunda oluştuğunu savunmaktadır. Yetenekler ve eğitim, yetkinliği içerir ve bireyin işle ilgili davranışları da tutumu göstermektedir. Entelektüel çeviklik ise çalışanlara yaptıkları işi değiştirme ve problemlere yenilikçi çözümler getirme olanağı tanımaktadır (Ross, vd.,1998). İnsan sermayesi, çalışan yeteneği motivasyon, ödül, sağlık, deneyim faktörlerini içermektedir (Bontis ve Serenko, 2009). İnsan sermayesi örgütün stratejilerini ve misyonunu yerine getirmek için bireyin sahip olması gereken bilgi, yetenek, kabiliyet, tutum ve tecrübelerdir (Huang, vd.,2002).

Guthrie & Bontis ve Fitz-enz'e göre insan sermayesi; genetik miras, eğitim, mesleki yeterlilik, deneyim, hayat ve iş hakkında düşünce ve tavırdan oluşmaktadır (Gutherie vd.,2002, Bontis ve Fitz-enz, 2002). 2001 yılında Meer-Kooistra ve Zijlstra'da yaptıkları çalışmada, insan sermayesi faktörlerinden bilgi ve tecrübenin işletmeye ait organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi boyutlarını etkileyerek firmanın değerini artırdığını ileri sürmektedir (Wang, ve Chang, 2005:228). Dolayısı ile insan sermayesi, çalışanların sahip olduğu teknik bilgi (know-how), deneyim, uzmanlık, problem çözme yeteneği, girişimcilik ve liderlik becerilerini kapsamaktadır. İşletmeler, insan sermayesine tam olarak sahip olamamakta ancak çalışan o işyerinde çalıştığı sürece kiralayabilmektedirler.

Çünkü insan sermayesi çalışanın kendisidir. Dolayısıyla çalışanlar isten ayrıldıklarında insan sermayesi de işten ayrılmaktadır (Büyüközkan, 2010:77).

İnsan sermayesi ile ilgili çalışmaların ortak noktası işletmelerin insan olmadan bilgi üretme sürecini tamamlayamayacağına yönelik bulgulardır. Brooking (1997), bu tanımlamalara ek olarak liderlik tarzlarının ve yönetici kabiliyetlerinin önemli birer bileşen olduğunu savunmuştur. Sonuç olarak insan sermayesi sadece yetenek, know-how ve yeniliği kapsayan insan yetkinliklerinden değil, şirkete ve çalışmaya kendini adamayı da içine alan insan davranışlarından da oluşmalıdır (Tsan ve Chang, 2005: 285).

Tablo 4, yapılan kapsamlı literatür araştırması sonucunda insan sermayesinin geçerliliği kanıtlanmış bileşenlerini ve bu bileşenlerin kimler tarafından çalışıldığını göstermektedir.

Tablo.4.İnsan Sermayesi Unsurları

KRİTERLER	BAŞLICA YAZARLAR
Girişimcilik	Bontis, N., (1998), Guthrie, J., (2001), Bontis, N.,& Fitz-enz, J., (2002), Büyüközkan, G., (2010)
Deneyim	Bontis, N., (1998), Bontis, N.,& Fitz-enz, J., (2002), Büyüközkan, G., (2010), Bozbura, T., (2004),Guthrie, J., (2001)
Uzmanlık	Bontis, N., (1998), Bontis, N.,& Fitz-enz, J., (2002), Büyüközkan, G., (2010), Bozbura, T., (2004), Guthrie, J., (2001)
Teknik bilgi(know-how)	Abeysekera, I., Guthrie, J., (2004), Bontis, N., (1998), Böckler, 2000, Bontis, N.,& Fitz-enz, J., (2002), Büyüközkan, G., (2010), Bozbura, T., (2004),Guthrie, J., (2001) Huang, G. Z. D., Roy, M. H., Ahmed, Z. U., Heng, J. S. T. & Lim, J. H. M. (2002), Roos, G., Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C (1998), Youndt, M. A., Subramaniam, M., & Snell, S. A. (2004)
Problem çözme yeteneği	Bontis, N., (1998), Guthrie, J., (2001), Bontis,

	N.,& Fitz-enz, J., (2002), Büyüközkan, G., (2010)
Fiziksel ve Ruhsal Sağlık	Böckler, 2000, Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004), Büyüközkan, G., (2010)
Çalışan tatmini	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004)
Çalışanların işletmeye taahhüdü	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004), Roos, G., Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C (1998),
Anahtar personelin elde tutulması	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004)
Süreçlerin uygulanması	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004)
Bilgiyi kullanarak sonuç yaratmak	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004)
Karar Verme	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004)
Bilgi Yaratımı	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004), Büyüközkan, G., (2010)
Yaratıcılık	Abeysekera, I., Guthrie, J., (2004), Bontis, N., (1998), Bontis, N., (2001) , Guthrie, J., (2001), Bontis, N.,& Fitz-enz, J., (2002), Büyüközkan, G., (2010),
Eğitim Sermayesi	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004), Roos, G., Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C (1998)
Entelektüel çeviklik (agility)	Roos, G., Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C (1998),
Bilgi Paylaşımı	Abeysekera, I., Guthrie, J., (2004), Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004)
Liderlik Becerisi	Bontis, N., (1998), Böckler, 2000, Bontis, N., (2001) , Guthrie, J., (2001), Bontis, N.,& Fitz-enz, J., (2002), Büyüközkan, G., (2010)
Yetenek ve Kabiliyet Sermayesi	Böckler, 2000, Abeysekera, I., Guthrie, J., (2004), Huang, G. Z. D., Roy, M. H., Ahmed, Z. U.,

	Heng, J. S. T. & Lim, J. H. M. (2002), Andrissen,D.,(2001), Roos, G., Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C(1998), Youndt, M. A., Subramaniam, M., & Snell, S. A. (2004)
Motivasyon Sermayesi	Bontis, N., (2001) ,Bozbura, T., (2004), Büyüközkan, G., (2010)
Yetkinlik Sermayesi	Huang, G. Z. D., Roy, M. H., Ahmed, Z. U., Heng, J. S. T. & Lim, J. H. M. (2002), Roos, G., Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C (1998),

1.4.2. Organizasyonel Sermaye Kavramının Tanımı ve Kapsamı

Organizasyonel sermaye, işletmenin içinde oluşturulmakta ve tüm birimleri birbiriyle bütünleştirmektedir. Organizasyonel sermaye çalışan bilgisinin kayıt altına alınması ve ulaşılabilir olmasını sağlar. Organizasyonel sermayeyi insan sermayesinden ayıran en önemli özellik; organizasyonel sermayenin insan sermayesinin aksine taşınmaz ve şirketin kendi içinde kalan değerler toplamı olmasıdır (Solitander ve Tidström, 2010).

Organizasyonel sermaye, veri tabanları organizasyonel planlar, iş ile ilgili kılavuzlar, el broşürleri, stratejiler ve organizasyon için diğer materyaller değerinden daha yüksek, soyut değere sahip olan, örgütün iş programlarında gömülü bulunan bilgiler ve yapısal varlıklardan oluşmaktadır. Stewart (1997) ve Bontis (1999) organizasyonel sermayeyi veritabanlarında, rutinlerde, patentlerde ve yapıda örtük halde kalmış, saklı olan henüz kurumsallaşmış bilgi ve başka şeklede tarif edilmiş tecrübeler olarak tarif etmektedirler.Youndt vd., (2004) ise organizasyonel sermayeyi, işletmedeki insan unsuru dışındaki bütün bilgiye dayalı unsurlar olarak açıklamışlardır. Organizasyonel sermaye, işletmenin sahip olduğu sistemler, rutin iş programları ve prosedürlerden oluşan bilgiler bütünüdür (Narvekar ve Jain, 2006). Organizasyonel sermaye, işletmenin sahip olduğu

sistemler, patentler, veri tabanları, iş süreçleri, yönetim felsefesi, finansal ilişkiler, ticaret sırları, ticari markalar, amblemler, yenilik teknikleri, bilgi teknolojileri, Ar-Ge, telif hakları, fikirler, markalar, bilgisayar sistemleri, strateji, kültür ve idari yapılanma gibi işletmeyi farklı kılan başlıkların toplamıdır (Hsu ve Fang 2009). Stewart (1997) organizasyonel sermayenin alt bileşenleri olan teknoloji, icat, veri, yayın ve süreçlerin patentler, telif hakları ve ticari kanunlarla koruma altına alınabileceğini vurgulamaktadır.

Organizasyonel sermaye entelektüel sermayenin işletme seviyesinde ölçülmesinde kritik bir bağ oluşturmaktadır. İşletmeler, niteliklerine göre farklılıklar gösterse de bir işletmenin hareketlerini şekillendiren organizasyonel sermaye genel olarak, yönetim felsefesi, işletme kültürü, yönetim süreçleri, bilgi sistemleri, network sistemleri, finansal ilişkiler ve entelektüel mülkiyete ilişkin varlıklardan (patentler, telif hakları, ticari sırlar) oluşmaktadır (Kanıbir, 2004). İşletmelerde önemli olan altyapı unsurlarının tüm işletme çalışanlarıyla paylaşılması, düzenlenmesi ve geliştirilmesidir (Choo ve Bontis, 2002). Organizasyonel sermaye, işletmenin temel taşı olan bilgiyi toplayan, yayan ve uygulama görevlerini yerine getiren network olarak tanımlanmaktadır (Bontis, 2002). Organizasyonel sermaye, mimari yetkinlikler ve teknolojik bileşenler ve olmak üzere iki farklı boyutta açıklanabilmektedir. Mimari yetkinlikler, iletişim ağları, kontrol sistemleri, araştırma yöntemleri ve kültürel değerleri kapsamaktadır. Bu bileşenleri duruma göre esnek ve denenmemiş şekillerde işletme ihtiyacına yönelik bir şekilde yönetmek mimari yetkinliği anlatmaktadır. Teknolojik bileşenler ise rutinde oluşabilecek teknik bilgi gerektiren her türlü sorunun çözümünde kullanılan işletme bilgisidir (Bontis, 2002). Sveby (1997)'e göre organizasyonel sermaye patentler, sistemler, süreçler gibi çalışanların bilgi paylaşımı sonucunda oluşturdukları modellerin yanı sıra yeni şeyler denemek ve bu denemeler sırasında oluşan hataların cezalandırılma riski olmadan hoşgörüle karşılandığı, yeniliklerin teşvik edildiği bir firma kültürünü de içermektedir. Balance Scorecard, Skandia Navigatör, Teknoloji Broker gibi entelektüel sermaye ölçüm modellerinde de örgüt kültürünün entelektüel sermayenin ölçümünde rol oynayan önemli bir unsur olduğu vurgulanmaktadır (Canizares vd., 2007).

Organizasyonel sermayenin önemli unsurlarından olan bilgi yaratımı ve paylaşımı firmaların sahip olduğu maddi olmayan varlıkların başında gelmektedir. Organizasyonel sermaye meydana getirilirken kullanılan örgütsel hafıza çalışanların işletmenin yapısını ve işleyişini kavramasını ve adapte olmasını sağlamaktadır. Örgütün yaratma becerisini mümkün kılan, işletmenin sahip olduğu tüm içsel maddi olmayan varlıkların toplamıdır. Organizasyonel sermayenin oluşturulması; işletmeye sonradan dâhil olan çalışanlar tarafından kullanılabilir bir örgütsel hafızanın ortaya çıkması bakımından önemlidir (Ercan vd., 2003). Kullanılan örgütsel hafıza çalışanların işletmenin yapısını ve işleyişini kavramasını ve adapte olmasını sağlamaktadır.

1.4.3. İlişki Sermayesi Kavramının Tanımı ve Kapsamı

Bir işletmede insan sermayesi organizasyonel sermayenin temel yapıtaşını oluşturmaktadır. İnsan sermayesinin ve organizasyonel sermayenin karşılıklı etkileşim içinde oldukları, birbirlerini etkiledikleri ve bu etkileşimin müşteri sermayesini oluşturduğu kabul edilmektedir. İlişki sermayesi entelektüel sermayenin maddi olarak görünür hale geldiği yer olduğu için insan sermayesi ve organizasyonel sermayeden daha kolay ve sıklıkla ölçülebilmektedir (Arıkboğa, 2003:101).

İlişki sermayesi, Hubert Saint-Onge tarafından şirketin satış yaptığı iç ve dış müşteri ile ilişkiler, şirketin marka değeri olarak tanımlanmış ve ilk kez ölçülmüştür (Stewart, 1997). Sveiby (1997) ilişki sermayesini dış yapıdan kaynaklanan maddi olmayan varlık olarak ele almakta ve know-how içeren yapıların katma değer yaratma sürecine yarattıkları katkı toplamında değerlendirilmektedir. Ross ve Ross (1997) örgütün iç ve dış yapısı ile arasındaki ilişkileri birleştirerek “ilişkisel sermaye” kavramını ortaya atmıştır (Chang ve Tseng, 2005). İlişkisi sermayesi, pazarlama kanalları, reklam, tanıtım ve müşteri ilişkilerinde saklı bulunan, işletmenin faaliyetleri sonucu gelişen bir sermayedir (Bontis, 1999). İlişki sermayesi kavramı, işletmenin gelirlerini arttırmak amacıyla mevcut ve gelecekteki müşterilerin yaşam boyu değerlerinin hesaplanması, mevcut müşterilerin elde tutulması ve yeni müşteriler kazanılmasına yönelik bir yaklaşım olarak da açıklanmaktadır (Öztürk ve Demirgüneş, 2008). İlişki

sermayesi, bir işletmenin bugün ve gelecekte elde etmeyi planladığı gelirleri sağlayacağını varsaydığı müşterileri ile kurduğu karşılıklı ilişkiler olarak ifade edilmektedir (Bayon vd.,2002). Skandia raporunda entelektüel sermayeyi oluşturan başlıklardan olan ilişki sermayesinin tanımında müşteri, geçici olarak ilişki kurulan kişi ya da kuruluşlar değil, karşılıklı ilişkilerle değer yaratılabilecek bir yatırım olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle müşteri ilişkileri, kurumların potansiyel kazançları ve başarısı açısından değer yaratıcı bir bölüm olarak görülmektedir (Karacan, 2004).

İlişki sermayesini oluşturan kriterleri iç ve dış müşteri, müşteri memnuniyeti, müşteri ilişkileri, müşteri sadakati, itibar, güven, pazar payı, müşterilerden geri bildirim alınması, markalar, müşteri genişliği, müşterilerle işbirliği, dağıtım kanalları, ticari iş birlikleri, lisans anlaşmaları, acentelik anlaşmaları, yararlı kontratlar, şirket ismi, markalar, pazar odaklılık, pazar payı olarak açıklanabilir. İlişki sermayesi; ticari iş süreçlerini tedarikçilere, müşterilere ve piyasaya bağlayan değerleri içermektedir. Pazar araştırmaları, müşteriler ve tedarikçiler ile ilgili veri bankaları, girdi ve çıktı ile ilgili sertifikasyon standartları gibi değerler, müşteriler ve tedarikçiler nezdinde önemli belirleyici değerlerdir (Bosworth, 2006). Bontis, Keow ve Richardson (2000) müşterinin sadakatini, işletme çalışanın sadakatini ölçülerek bulunabileceğimizi belirtmektedir. Müşteri odaklı bir firma, müşteri isteklerini tanımlama, analiz etme, anlama ve bu isteklere cevap verme yeteneğine sahip bir firmadır (Zhang ve Doll, 2001). İlişki sermayesi, müşterilerin hem mevcut ihtiyaçlarını, hem de gelecekteki ihtiyaçlarını tespit etmeyi ve onlar için değer yaratmayı kapsamaktadır (Mavondo, 2000).

İlişki sermayesi ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda Edvinsson ve Malone (1997) ilişki sermayesini değerlendirmek için beş temel ölçüm kriteri geliştirmiştir. Bu kriterler; müşteri tipi, müşteri süresi, müşterinin rolü, müşteri desteği, müşteri başarısı kriterleridir. Bu ölçümlerin çarpımının müşteri çekicilik indeksini verdiğini belirtilmişlerdir. Kaplan ve Norton (1996) hizmet kâr zinciriyle ilgili yaptıkları araştırmada, çalışan memnuniyeti, müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve finansal performans arasındaki ilişki üzerine odaklanmışlardır. Kaplan ve Norton (1996), “öz ölçüm grup” (core measurement group) yöntemini;

pazar payı, müşteriye kazanma, müşteriye elde tutma, müşteri memnuniyeti, müşteri karlılığı ve faktörlerini bir araya toplayarak ve oluşturmuşlardır. Bontis ve arkadaşları (2000, 2002), ilişki sermayesini ilişki sermaye olarak adlandırmış, müşteri ve tedarikçilere ek olarak rakipler, diğer ticari kuruluşlar, hükümet gibi diğer örgüt dışında kalan unsurları ilişki sermayesine dâhil etmişlerdir. İlişki, marka ve tüketiciler arasındaki bağ güçlü ve sürekli. İlişkinin sürekli olması demek, mal ve hizmet alımının sürekliliği anlamını taşımaktadır. Bu davranış modeli için müşteri sadakati şarttır. Stewart'a göre, işletmeler artık yeni müşteri aramaktansa, müşterileri ile ilişki oluşturmanın ve onu korumanın daha kârlı olduğunun farkına varmışlardır (Şamiloğlu, 2002:92).

1.5. Sağlık İşletmelerinde Entelektüel Sermaye Kavramı

Rekabetin en önemli dinamik olarak kabul edildiği günümüzde sağlık sektöründe hizmet veren sağlık işletmeleri diğer hizmet işletmelerine nazaran çevresel dinamik ve faktörden daha fazla etkilenmektedir. Entelektüel sermayenin örgüt düzeyinde süreçlere katılması sağlık sektöründeki işletmelerin de entelektüel sermaye odaklı yeni yönetim anlayışını benimsemesine neden olmaktadır.

Nick Bontis 2002 Yılında McMaster Dünya Entelektüel Sermaye Kongresi'nde yayınladığı bildiri ile sağlık işletmelerine etki eden çeşitli bilgi yönetimi farklılıklarını ortaya koymuştur (Bontis, 2002). 2002 yılında Kanada'daki Queen's Üniversitesi'nde "Sağlıkta Bilgi Toplantıları " yapılmıştır. Bu toplantıda Gallupe, sağlık işletmelerinde pratikte kritik bakım içeren yöntemler, bakım planları, ispata dayalı kararların oluşturulduğu, gerçek sağlık şebekesini içeren bilgi yönetimindeki başarılı örnekleri anlatmıştır (Gallupe, 2002:4). Bu toplantıda tanımlanamayan çözümsüz sorunlar; kullanıcı katılımı, enformasyon teknolojileri yatırımı ve bilgi yönetimini destekleyen organizasyonel yapı ve kültür tanımlanmıştır. 2003 yılında Van Beveren, Avustralya'da kamu sağlık işletmelerinin bilgi yönetimi ihtiyacı ile ilgili bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın sonucunda kamudaki genel ve sağlık işletmeleri özelinde bilgi yönetiminin ayrıcalıklı ve özel teknikler gerektirdiği ortaya konmuştur. Van

Beveren (2003) sağlık işletmelerini hasta bakımının oluşabilmesi için katkıda bulunan profesyonel uzmanların oluşturduğu bir tabaka olarak tanımlamaktadır. Bakımın tamamlanması için organizasyonun içinde ayrı bir bölümde bölünerek çalışan bu uzmanlar “tabaka” olarak özellikle tanımlanmışlardır. Bütün bu bulgulardan çıkaracağımız sonuç; bilgi yönetiminin sağlık işletmelerinde uygulanma fırsatından dolayı sağlık işletmelerinde servis hizmeti stratejik, proaktif ve bilgi hassasiyeti olan hale gelmiştir (Van Beveren, 2003: 92).

Habersam ve Piber (2003), kamu sağlık işletmelerinde yaptıkları araştırmada İtalya ve Avusturya’daki iki hastanede entelektüel sermayenin farkındalığını incelemişlerdir. İnceleme metodu olarak vaka analizinin kullanıldığı araştırmada insan sermayesi, ilişki sermayesi ve yapısal sermaye arasındaki bağlayıcı noktayı temsil etmek üzere “bağlanabilirlik sermayesi” terimini ilave ederek genişletmişlerdir. Entelektüel sermaye Őeffaflıđının dört farklı alanı olarak metrik, tam, sezgisel ve kara kutu sermayesini tanımlamıştır. Yapılan araştırmada entelektüel sermayenin hastanede anlaşılması için bazı temel sorular sorulmuştur (Habersam ve Piper, 2003). Habersam ve Piper (2003) entelektüel sermaye anlamında hastanede yaptıkları çalışmalarda ilk olarak hastanelerde var olan entelektüel sermayenin derecesi ve ilişkilerinin farkındalığını belirlenmesi amacını taşıdığını belirtmişlerdir. İkinici amaçları ise, hastanelerdeki entelektüel sermayenin teorigi ve uygulamalarının açığa çıkarılmasıdır. nc amaç ise olarak, bu özel kapsam içinde ölçülebilir sistemin rolünü analiz etmektir. Habersam ve Piber (2003:756) araştırma sonucunda entelektüel sermayenin belirsizliğini azaltmak için araştırma kapsamını genişletmişler ve soruna tam olarak odaklanamamışlardır.

Hermansson ve arkadaşları (2004) sağlık işletmelerinde entelektüel sermayenin nasıl modellendiğine dair bir taslak hazırlamışlardır. Sağlık sektöründeki entelektüel sermayenin üç temel görüşün bir fonksiyonu olduğunu önermişler ve bu görüşlerin; eğitim, gelişim ve öğrenme bakış açısı (görüş), çalışma ortamı bakış açısı, hasta bakış açısı olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan bu çalışma ile birlikte sağlık sektöründe entelektüel sermayenin nasıl modellenebileceğine dair ana ereve ortaya konmuş ve “eğitim, gelişim ve

öğrenme bakış açısı (görüş)” ile insan sermayesi alanında; “çalışma ortamı bakış açısı” ile yapısal sermaye alanında; “hasta bakış açısı” ile ise ilişki sermayesi alanında literatüre katkıda bulunmuştur.

Lee ve arkadaşları (2007) sağlık işletmelerindeki entelektüel sermayenin belirsizliğini en aza indirmek için hazırlanan yıllık raporlardaki entelektüel sermayeyi örtük halden ölçülebilir hale getiren çalışmaları temel almışlardır. Bu çalışmalarda bulunan toplam 108 maddeden 85 tanesini kullanarak 6 ana kategoriden oluşan başlıklar oluşturmuşlardır. Başlıklar, insan sermayesi, hasta sermayesi, bilgi teknolojileri sermayesi, süreç sermayesi, inovasyon(yenilik) sermayesi, stratejik sermayedir. Hastanelerde entelektüel sermaye konusunda çalışan Habersam ve Piber (2003)’in çalışması ile Lev ve arkadaşlarının (2007) çalışması karşılaştırıldığında farklı bir bakış açıları olduğu görülmektedir(Lev vd., 2007). Hermansson ve arkadaşlarının (2004) çalışmalarını Lev ve arkadaşlarının (2007) çalışmasını karşılaştırıldığında; hastanelerde entelektüel sermaye konusunda Lev ve arkadaşlarının hastanelerde entelektüel sermayeyi daha netleştirmiş olduğunu ve stratejik sermaye beyanı gibi literatüre yeni kazandırılan katkıları görülmektedir(Lev vd., 2007).

Chen vd., (2005:159-176); geliştirdikleri yöntemi, S&P 500’e kayıtlı sağlık sektöründe yer alan 35 firmaya uygulamışlar ve entelektüel sermaye ve firmaların değer unsurları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yapılan çalışma sonucunda yenilik, müşteri ve insan sermayesinin, firmaların entelektüel sermaye yaratmasında daha değerli unsurlar olduğu sonucuna varmışlardır.

Peng ve arkadaşları 2007 yılında Tayvan’da entelektüel sermaye ve performans göstergeleri ile ilgili sağlık sektöründe yapmış oldukları çalışma sonucunda hastanelerin entelektüel sermaye konusunun önemini nasıl algıladıkları ve sağlık sektöründe performansı nasıl saptadıklarını tespit etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda insan sermayesinin çok önemli olduğunu özellikle sağlık sektöründe “insan insana hizmet içindir” sloganı ile insan sermayesinin en önemli sermaye olduğunu tespit etmişlerdir. Fakat entelektüel sermaye uzmanı uygulayıcılarının Tayvan’daki hastanelerin özellikle organizasyonel sermayeye yatırım yaptıklarını görmüşlerdir. “İnsan insan içindir” sloganının tersine

Tayvan'daki hastanelerin insana hizmet yerine, teknoloji ve bilişime hizmet ve yatırım şeklinde dönüştüğünü görmüşlerdir (Peng vd.,2007).

Nick Bontis ve Alexender Serenko'nun 2009 yılında yaptıkları araştırmada sağlık işletmelerinin uzun dönemde bilgi yönetiminde entelektüel sermayeye anlamlı şekilde yarar sağladığını ortaya koymaktadırlar. Araştırmada Bontis ve Fintz-enz'in 2002 yılında önerdikleri bilgi yönetimi modeli kullanılmıştır. Bu çalışmada, girdi ve çıktıların bilgi yönetimine etkisini açıklayan geniş kapsamlı bir model test edilmektedir. Modeldeki veriler üç ayrı zamana ait periyotta toplanmaktadır. Bu periyotlar birbiri ile ilgili olmayan, benzersiz bütün halkaların arasındaki sona ermiş optimal güç ilişkisini kavramamızı sağlamaktadır (Bontis ve Serenko,2009). Bu sonuçlar Bontis ve Fint-enz'in ilk yaptıkları çalışma bulgularını genişletmiştir. Çalışmada sağlık çalışanlarının “bilgi işçilerine” en iyi örnek olduğu belirtilmiştir. Sağlık sektöründe çalışanların genellikle yarışma ve rekabet içinde olmadıklarının altını çizmişlerdir. Bu organizasyondaki anahtar mücadele: Birkaç tane tek başına ve birbirinden tamamen farklı bilgi kaynağının sağlık sektörü profesyonelleri için nasıl tek versiyon haline getirileceği insan ve insan dışındaki uzman kaynaklarının organizasyonun hedeflerini pozitif yönde desteklemek için nasıl etkili yönetileceğidir (Bontis ve Serenko, 2009:251). Bu çalışmanın beş ana araştırma konusu bulunmaktadır. Bunların ilki; Bontis ve Fitz-enz 'in 2002 yılındaki bilgi yönetimi ölçüm çalışmasının tekrarlanmasıdır. İkincisi, sonuçların sigorta sektöründen sağlık sektörüne genişletmesidir. Üçüncüsü, Amerika'dan Kanada'ya sonuçların genellenmesidir. Dördüncüsü, kar amaçlı olan ve kar amaçlı olmayan işletmeler arasındaki farkın test edilmesidir. Beşinci ve son konu ise, bütün sonuçları bütün bölge işletmelerindeki örnekten uzun vadeli tekli organizasyon sınavına yayılmasıdır (Bontis ve Serenko, 2009:252).

Sağlık hizmeti açısından entelektüel sermaye boyutlarına yönelik yapılan bu araştırmalara (Nick Bontis, 2002; Gallupe, 2002; Van Beveren, 2003; Habersam ve Piber, 2003; Hermansson vd., 2004; Chen vd., 2005; Lee vd.,2007; Peng vd.,2007; Bontis ve Serenko, 2009) rağmen sağlık sektörü gibi bilgi yoğun bir sektör için henüz yeterli bilgi birikimine ulaşamamıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

FİRMA YENİLİKÇİLİĞİ

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri etrafında başlayan ve bu teknolojilerle ivme kazanan bir değişim yaşanmaktadır. Gerek sosyal ilişkiler, gerek kültürel yapılar ve gerekse ekonomik ilişkiler bilgi ve iletişim teknolojilerinden etkilenmektedir ve bu teknolojilerin etrafında şekillenmektedir. İnsan ilişkileri, üretimde ve yönetim alanlarında yeni tarzlar ve üsluplar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin vasıtasıyla gelişmekte ve uygulanmaktadır.

Bu değişim sonucunda küresel etkileşimin artması firmalar arasındaki rekabeti arttırmaktadır. Firmaların sürdürülebilir rekabet avantajı yaratmak ve sürdürmek için yenilik yapmaya odaklanmaları gerekmektedir. Ekonomik yapıda, bilgi iletişim teknolojilerinin etkisiyle oluşan değişim, ekonomik yapının alt sistemleri olan işletmeleri ve onların yönetimini ve üretim süreçlerini de etkilemektedir. Bilgi teknolojilerindeki değişimin hızlı ve sık olması firmalarında rakiplerine oranla ürün, hizmet ve yönetim süreçlerinde sürekli değişiklik ve yenilik yapmasına neden olmaktadır. İşletmelerin yenilikçi olmaları, yeni ürün ve hizmetler, yeni süreçler, yeni pazarlama yolları ve yeni tedarik imkânları oluşturmaları onlara küreselleşen rekabet ortamında avantaj kazandırmaktadır. İşletmeler yüksek performans ve sürdürülebilirlik için yenilikçi olmak durumundadırlar. İşletmeler yenilikçi olabilmek yani, ürün, hizmet ve süreçlerinde sürekli yenilikler yapmak için örgüt yapısı, personel politikası ve yönetim anlayışıyla yaratıcılığa ve yeniliğe yatkın bir örgütsel yapı oluşturmalarıdır (Demir, 1999:30).

Araştırmanın ikinci bölümünde yenilik kavramı ve tanımı açıklanacaktır. Yeniliğe yakın olan kavramların tanımı yapılacak ve aralarındaki ilişki açıklanacaktır. Yeniliğin sınıflandırılması yapılacaktır. Firma yenilikçiliği ve performansı açıklanacaktır. Sağlık sektöründeki firma yenilikçiliği açıklanıp Türkiye sağlık sektörünün yenilikçilik performansı analiz edilecektir.

2.1. Yenilik Kavramı ve Tanımı

1990'lardan sonra küresel etkileşimin artması sonucu ortaya çıkan rekabet sonucunda firmalar, sürdürülebilirliklerini sağlamak, performanslarını artırmak ve rekabet avantajı yaratmak için yenilik yapmaya odaklanmak ve bu konuda yatırım yapmaktadır. Bu nedenle işletmeler rekabet avantajının temel kaynağı olarak kalite, etkililik ve etkinlik gibi niteliklerin yanında yenilik unsurunun üzerinde de durmaktadır. İşletmeler, bilgi yönetiminin bir sonucu olan bilgi teknolojilerindeki değişimi ve yeni yönetim felsefesi ile teknolojik buluşlar arasında entelektüel sermayenin de çabalarıyla güçlü bağlantıların olduğunu belirlemiştir. Yenilikçi çabalar bilgiye ve bilgi yönetimine yapılan yatırımın yarattığı sonuçlardır. Bilgi yönetiminin yenilik araştırmaları üzerinde pozitif yönde etki oluşturması sonucunda ortaya çıkan yeni bilginin gelişmesine katkıda bulunmak için yapılan yatırım işletmeleri daha kazançlı pazarlarda yeni işlere yönlendirmektedir (Carneiro, 2000).

Yenilik (innovation), Latince “innovatus” kelimesinden türemiş olup, “Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması” anlamına gelmektedir. Türkçe literatürde, yenilik, yenilikçilik, yenilenme ve Türk Dil Kurumu (2007) tarafından üretilen “yenileşim” kelimeleri kullanılmaktadır (Elçi, 2006:1). Yenilik kavramı, Oslo Kılavuzu'nda; “yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde gerçekleştirilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Oslo Kılavuzu, 2005: 50). Yenilik kavramı; yeni hizmetler/ürünler tasarlamak, yeni üretim ve sunum yöntemleri kullanmak veya o zamana kadar hiç imal edilmemiş bir malı endüstriye ilk kez sunmak olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca bu kavram daha önce yaratılmış ve kullanılmış teknolojilerin farklı bir endüstride ilk kez kullanımını da kapsamaktadır (Dinçer ve Fidan, 1999:167).

Yenilikle ilgili tanımlar ve öne çıkan yenilik boyutları araştırmacılara göre değişkenlik göstermektedir. Zuckerman Committee (1968) yeniliği, “Teknik, sinai ve ticari silsileye sahip basamaklar olarak açıklamaktadır. Marquis (1969);

“teknolojik değişimin bir parçasıdır”şeklinde tanımlamaktadır. Kuhn (1985); “yaratıcılık hiçbir şeyden bir şeyler oluşturmak, yenilik ise bu bir şeyleri ürünlere ve servislere dönüştürmektir.” olarak açıklamaktadır. Badawy (1988)’e göre “yaratıcılık bir şeyi var hale getirmek, yenilik ise bir şeyi kullanılabilir hale getirmektir.” Udwardia (1990); yeniliği“yeni ürünlerin, hizmetlerin ve süreçlerin başarıyla yaratılması, geliştirilmesi ve tanıtılmasıdır.” olarak tanımlamaktadır. Twiss (1995) ise“yeni bir buluşun yenilik olabilmesi için pazarda başarı elde etmesi gerekir.” şeklinde bir tanımlama yapmıştır (Cumming, 1998 :22).

Yenilik, işletmelerin yeni fikir ve ürün, yaratıcı deneysel süreçler, sonucunda oluşan teknolojik alt yapısı olan üretim süreçlerin, mal ve hizmetlerin gelişimini desteklemektir (Dess ve Lumpkin, 1997; Knight, 1997). Samuel (2000) yeniliği “hizmet ve ürün üretiminde yeni üretim yöntemlerin uygulanması ve çalışma süreçlerinde yeni yöntemlerin geliştirilmesi” olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Erdil vd., (2005:4), yeniliği; yeni fikirlerin, süreçlerin, ürün veya hizmetlerin geliştirilmesi, benimsenmesi ve uygulanması olarak tanımlamışlardır. Bir fikrin yeni olarak algılanması kişinin o fikre karşı reaksiyongöstermesi ile başlamaktadır. Eğer fikir kişiye yeni olarak görünüyorsa bu bir yeniliktir (Robertson ve Yu 2001’den Akt. Erdil ve diğ., 2005:4). Yeni teknolojileri keşfetme, amaçlara ulaşmayı sağlayacak yeni yollar önerme, yeni çalışma yöntemleri uygulama ve yeni fikirleri uygulamak için kaynakları güvence altına alma ve yeni kaynaklar araştırma davranışları yenilikçi davranış örnekleridir (Yuan ve Woodman 2010). Yeniliğin oluşması için yeni pazar, yeni ürün, yeni tedarikçi kaynağı edinmek, yeni üretim şekilleri oluşturmak ve yeniliğe açık bir organizasyon gerekmektedir (Thakur vd, 2012:565).

İşletmeler yenilik yaratmak, yeni bir fikrin oluşturulması ve uygulamaya konulmasını gerçekleştirecek çalışanlara sahip olmayı önemsemektedir (Van De Ven vd., 1999:9). Bu anlamda yenilik sadece teknik bir terim olarak anlaşılmalıdır. Sosyal ve ekonomik bir terimdir. Yeniliğin ölçütü; bilimsel veya teknolojik değil, ekonomik ve sosyal çevrede bir değişimdir. İnsanların davranışlarında bir değişimdir. Yenilik, yeni bir bilgiden ziyade, yeni varlık veya yeni hareket potansiyeli yaratmak demektir (Drucker, 1985:785).

Yaratıcılık, teknoloji, Ar-Ge, buluş ve patent gibi kavramlar yenilik ile yakın ilişkili kavramlardır. Yaratıcılık, yeni fikirlerin meydana getirilmesi sürecidir. Kotler (2000) yaratıcılığı, bir kavrayış ortaya çıkarmak için daha önce aralarında bir ilişki kurulmamış, ilgisiz düşünce matrislerinin incelikli bir çaba sonucunda birleştirilmesini içeren bir süreç olarak tanımlamaktadır. Yenilik ile yaratıcılık iki ayrı kavramdır. Yaratıcılık, yeniliğin başlangıç aşamasını meydana getiren yeni, yararlı, orijinal ve kullanışlı fikirlerin üretilmesini ifade etmektedir. Yenilik ise ticari bir nitelik taşıyan yaratıcı düşüncelerin oluşturulması bu düşüncelerin ticari amaçla uygulanması ve piyasaya sunulması sürecini kapsamaktadır (İraz 2005 Akt. Özçer, 2005:16-17). Rosenfeld ve Servo (2004)'ya göre, yaratıcılık yeni fikirlerin oluşturulması, yenilik bu yeni fikirleri kara dönüştürme süreciyle ilgilidir. Yaratıcılık, yeniliğin başlangıç noktasıdır ve bütün yeniliklerin tohumudur. Bu anlamda birey ve grup düzeyinde gerçekleşen yaratıcılık, yenilikçiliğin başlangıç noktası olarak kabul edilebilmektedir. İşletmenin üretim hattındaki bir yeniden yapılanma için çalışanın fikir üretmesi onun yaratıcılığı olarak değerlendirilirken, bu fikrin uygulanması ile ürün etkinliği ya da kalitesinde meydana gelecek olumlu gelişmeler işletmenin yeniliği olarak ifade edilmektedir (İraz 2005 Akt. Özçer 2005:16-17). Yaratıcılık yenilik için gerekli olmasına rağmen tek başına yeterli olmamaktadır. Yeniliği teşvik eden bir firma olabilmek için çalışanların yaratıcılıklarını harekete geçirecek ve destekleyecek insan kaynakları uygulamalarına ihtiyaç vardır.

OECD (1997)'nin çalışmalarına göre, teknoloji; mamul ve hizmetlerin üretimine, iyileştirilmesine ya da kullanımına doğrudan uygulanabilen bilimsel ve ampirik bilgiyi içermektedir. Teknoloji, fayda yaratmak amacıyla, insanın üretim faaliyetlerinde bulunurken başvurduğu bilgilerin toplamıdır (Durna, 2002;11). Teknoloji, bilginin, sanayideki işlemlerde sistematik olarak uygulamaya alınmasıdır. Teknoloji, Ar-Ge, üretim, pazarlama, satış ve satış sonrası hizmeti kapsayan bir sanayi sürecinin, etkin ve verimli bir biçimde gerçekleştirilmesi için kullanılacak bilgi ve becerilerin tümüdür (Zerenler vd., 2007:656). Üretim açısından bakıldığında teknoloji, bir ürünü üretmek için ihtiyaç duyulan bilgi (know-how) olarak da tanımlanmaktadır (Tokmak, 1995:64). Teknoloji yenilikten kavramsal olarak ayrılabilen dışsal bir değişkendir (Zerenler, vd., 2007:654).

Yenilik yeni fikirlerin yaratılması ve geliştirilmesi ile daha yakından ilgilenirken, teknoloji yönetimi mevcut yeniliklerin elde edilmesi (yayılması) ve uygulanmasına odaklanmaktadır. Bu açıdan yenilik kavramı daha geniş bir alanı kapsamakta ve teknoloji dışındaki unsurları da içermektedir (Tokmak, 1998:62). Teknolojik yenilik ise pazara yeni ürün ve süreçlerin ilk defa sunulmasını ya da mevcut ürün ve süreçlerdeki önemli değişiklikleri ifade etmektedir (Güleş ve Bülbül, 2004:27).

Teknoloji ve yenilikle birlikte anılan bir diğer kavram olan Ar-Ge işletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve yaratıcı çalışmalar olarak tanımlanmaktadır. Ar-Ge'yi, bilim ve teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni bilgileri elde etmek veya mevcut bilgilerle yeni malzeme, ürün ve araçlar üretmek, yazılım üretimi dâhil olmak üzere yeni sistem, süreç ve hizmetler oluşturmak veya mevcut olanları geliştirmek amacı ile yapılan düzenli çalışmalar olarak kabul edilmektedir (TOBB, 2004:10 'dan Akt. Zerenler, 2007:653). Ar-Ge bölümü için yapılan yenilik süreçleri; bu bölüme ayrılan kaynakların sayısı, finansal kaynakların toplamı ve yapılan yatırımlar yeniliği belirlemektedir (Lumpkin ve Dess, 1997). Ar-Ge fonksiyonunun temel amacı sürekli değişen bir çevrede faaliyette bulunan işletmelerin, bu değişimlere ayak uydurmalarını sağlamak, gelişme ve büyümelerine yardım etmek ve bunun sonucunda canlılıklarının sürekliliğini sağlamaktır. Bu temel amacına, yeni ürün ve süreçleri geliştirmek, mevcut ürün ve malzemeler için yeni kullanım alanları bulmak, yeni üretim teknikleri bulmak veya mevcut üretim tekniklerini geliştirmek amaçları da ilave edilmektedir (Zerenler vd., 2007:657). Ar-Ge fonksiyonunun yenilikle, teknoloji kullanımı ve geliştirilmesi ile doğrudan ilişkisi olduğu değerlendirilmektedir. Ar-Ge faaliyetlerinin yaratıcı bir düşünce ve sistematik bir çalışmayı gerektirmektedir (Tokmak, 1998:66). İşletmelerin Ar-Ge faaliyetlerinin sonucunda ortaya çıkacak buluşların yeniliğe dönüşebilmesi için sadece teknolojik yenilikleri hedefleyen teknik bir bakış yeterli değildir ayrıca pazarlanabilir olmalarını da gerekmektedir.

Buluş bir anda gerçekleşeceği gibi bir araştırma sürecinin sonucunda da gerçekleşebilmektedir (Freeman ve Soete, 2003:7). Bir buluşun tam olarak işler

hale getirmek başarılı bir şekilde yeniliğe dönüştürmekten geçmektedir (Audretsch ve Lehmann, 2005:282). Buluş ile yeniliği ayıran en temel özellik önceden var olan ürün üzerinden ve/ veya yeni bir fikirden yola çıkarak süreçleri değiştirip değere dönüştürmektir (Sarıhan, 1998). Yenilik buluşun uygulanması ve ticarileştirilmesidir. Buluş ve yenilik arasındaki fark teknik özelliklerdir. Buluş, yeniliklere göre daha teknik özelliklere sahiptir. Yenilik ise, oldukça aktif, dinamik, gelişime açık, birçok uygulama alanına sahip, ekonomik yönü ağır basan nitelikleri olan bir kavramdır (Tokmak, 1998:67). Buluş yeniliği tetikleyici bir faktördür. Buluş genellikle bir araştırma faaliyetinin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Ar-Ge faaliyetleri sonucunda ortaya konulan her on buluştan sadece bir tanesi ticari bakımdan uygulanma şansı bulmakta yani yeniliğe dönüşebilmektedir (Özçer, 2005:15). Yaratıcılığı da dikkate alarak yenilik ve buluş arasındaki ilişki incelendiğinde; düşünceler arasında bağlantı kurularak bilginin üretilmesi “yaratıcılık”, olmayanın bulunması “buluşçuluk”, yeni bir uygulama ya da yeni fikirlerin yaygın anlamda kullanılarak pratiğe uygulanması “yenilik” olarak tanımlanmaktadır. Yaratıcılığın amacı buluşsa yeniliğin amacı buluşu uygulamaya koymaktır. (Özçer, 2005:13). Yaratıcılık, buluş ve yenilik arasında birbirini takip eden doğrusal bir ilişkiden bahsetmek mümkündür (Tokmak, 1998:68).

Patent, buluş sahibine sağlanan bir haktır ve üçüncü şahısların buluş konusu ürünü üretme ve satma gibi tasarruflarına karşı patent sahibini korumaktadır. Patent koruması sadece sınırlı bir zaman dilimi için söz konusudur. Patente sahip olan kişi veya kurum buluşunu ürüne dönüştürüp satabilmesi durumunda tekel fiyatı uygulanmakta ve tekel kârı elde edebilmektedir. Bu zaman dilimi içerisinde aşırı kârlar söz konusu olmaktadır. Hukuken patent korumasının kalkması ile birlikte ise aynı ürünün üretimine diğer firmalar da girebilmektedir (Karaöz ve Albeni, 2004:3). Bu sebeple yoğun Ar-Ge yatırımları yapan işletmeler hem buluş yapabilmekte, hem bu buluşlarını belirli bir süre ile rakiplerine karşı koruyabilmekte ve buluşlarını yeniliğe dönüştürerek rakiplerine karşı önemli rekabet avantajları elde edebilmektedirler. Bir işletmenin yenilik üretebilmesi ve sonuçta bu ürünle ilgili patent alabilmesi için belirli bir altyapıya sahip olması gerekmektedir. Yenilikçi firma meydana gelen yeniliği patent yoluyla koruma

altına alarak taklidi önlemeye ve planladığı kara ulaşıma çalışmaktadır. Patent süresinin artırılması piyasa yapısını etkilemektedir (Malerco ve Orsenigo, 2001). Patent süresi arttıkça piyasada faaliyet gösteren firma sayısı azalmaktadır. Patent süresi ortalama 20 yıldır. Patent süresinin bitmesiyle ürünü taklit eden firma sayısının yenilikçi firma sayısına oranı düşmektedir (Malerco ve Orsenigo, 2001).

2.2. Yeniliğin Sınıflandırılması

Yenilik, meydana geliş sıklığına, işletmenin yenilik derecesine ve müşterilerin beklentilerini karşılama düzeyine göre çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Yeniliğin sınıflandırılması ile ilgili yapılan araştırmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Bazı araştırmacılar yenilikçiliği teknolojik ve ürün-pazar yeniliği olmak üzere iki bölüme ayırmaktadır. Teknolojik yenilik, ürün ve süreçlerdeki yenilik, araştırmaya ve geliştirme çalışmaları, teknik bilgi ve uzmanlığıdır. Ürün-Pazar yeniliği ürün tasarımları, reklam, Pazar araştırmaları gibi teknik kısımda olmayan süreçleri incelemektedir (Miller ve Friesen 1978 Akt. Özçer, 2005:15). Bazı araştırmacılar ise yeniliği pazarlama, ürün, organizasyonel ve süreçte yenilik başlıkları altında dört ayrı kategori altında incelenmiştir (İraz 2005 Akt. Özçer, 2005:15). Pazarlamada yenilik kavramı pazarlama karmasının küreselleşme nedeni ile farklılaşması anlamına gelmektedir. Örneğin e-ticaretin pazarlama kollarından biri olmasıyla pazarlamada yenilikçiliğin meydana gelmektedir. Ürün yeniliği yeni ürün geliştirme ve var olan ürünü ihtiyaca yönelik dönüştürme anlamındadır. Organizasyonel yenilik, yeni ve/veya iyileştirilmiş organizasyonlardır. Yeni üretim süreçleri ise yeni üretim, dönüştürülmüş üretim süreçleri, yeni dağıtım ve dönüştürülmüş dağıtım süreci olarak tanımlanabilmektedir. Yenilik Ar-Ge ile başlamaktadır. Ar-Ge faaliyetlerinden sonra üretim faaliyetine geçilmekte, bu aşamada pazarlama, dağıtım faaliyetlerinde işletmenin know-how birikimi kullanılmakta ve geliştirilmektedir (İraz, 2005 Akt. Özçer, 2005). Son zamanlarda yapılan araştırmalar sonucunda yenilik odak noktasına göre daha geniş anlamda ürün ve hizmet yeniliği ile süreç

yeniliği olarak iki kategoriye ayrılmaktadır. (Güleş ve Bülbül, 2004:129). Yenilik ile ilgili literatürde sıkça karşılaşılan ve tartışılan bir diğer sınıflandırma ise yeniliğin etki düzeyine göre, radikal (süreksiz veya devrimsel) ve kademeli (artırımsal, süreli veya evrimsel) yenilik kategorileridir (Güleş ve Bülbül, 2004:130).

2.2.1. Radikal ve Kademeli Yenilik

Yeniliğin temel sınıflama kriterlerinden biri, yeniliğin radikallik düzeyine ve neden olduğu etki düzeyine bağlı olarak yapılmaktadır. Bu tür yenilik radikal (devrimsel, süreksiz) ve kademeli (evrimsel, artırımsal, sürekli) yenilik olarak ifade edilmektedir (Güleş ve Bülbül, 2004:130). Radikal yenilik pazarda devrimsel değişimler meydana getirirken, kademeli yenilik ise yavaş ilerleyen değişimlere sebep olmaktadır.

Kademeli yenilik tüketicinin daha çok memnuniyet ve daha kolaylıkla kullanacağı son ürün veya hizmet için küçük değişimleri kapsamaktadır. Radikal yenilikten ekonomik kazanç elde edebilmek için öncelikle bir grup radikal ilerlemeye gereksinim bulunmaktadır. Kademeli yenilik, rekabet avantajına katkı sağlayacak mevcut yeteneklerin nasıl geliştirileceğinin öğrenilmesidir. Yavaş ilerleyen yenilikler, var olan ürünlerin veya servislerin ve üretim veya dağıtım sistemlerinin adaptasyonunu ve özelliklerinin artırılmasını içermektedir (Burgelman, vd., 1995:2). Kademeli yenilik türünde hizmetlerde ve/veya üretim veya dağıtım sistemlerinde küçük ölçekli değişiklikler söz konusudur (Tıdd vd., 1997:24). Radikal yenilik ise rekabetçi avantajlar elde etmeyi sağlayacak yeni yetenekleri yaratan kaynakların yeni bileşimini sağlayan girişimci fırsatların ortaya çıkarılması ve tanımlanmasıdır (İraz, 2005 Akt. Özçer, 2005). Radikal yenilikler tamamıyla yeni olan ürün ve hizmet kategorileri ve/veya üretim ve dağıtım sistemlerini içermektedir. Radikal yeniliklerde teknoloji veya bilim alanlarında büyük bir gelişmenin ticarileştirildiği görülmektedir (Tıdd vd., 1997:24). Radikal yenilik genellikle işletmeler için büyük risk taşımakta ve ticari alana aktarılması zor olmaktadır. Ancak pazar baskısı, rekabet avantajı ve yüksek

performans sonuçları açısından firmalara uzun dönemde önemli kazançlar sağlamaktadır. Radikal yenilikler yeni teknolojik ilerlemeleri ve pazar yapısını değiştirebilen teknolojik uygulamaları içerebilmektedir. Bir yenilik ne kadar radikalse büyük yatırımın olası riski ve/veya pazardaki başarı için gerekli örgütsel değişim o denli büyük olmaktadır. Radikal yenilikler pazarda büyük değişimler oluşturmaktadır. Kademeli yenilikler, bu büyük değişimleri görece küçük adımlarla ileriye taşımakta ve yayılımına aracı olmaktadır (OECD, 1997).

2.2.2. Ürün ve Hizmet Yeniliği

Ürün yeniliği, işletmenin müşterilerine sunduğu ürün veya hizmetlerde geliştirdiği yenilikleri ifade etmektedir. Ürün yeniliğinin temel hedefi teknolojik gelişme esasına dayanan radikal veya kademeli bir şekilde gelişmiş yeni ürünleri müşteriye sunmaktır. Oslo Kılavuzu'nda ürün yeniliği "Mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal ya da hizmetin ortaya konulmasıdır. Bu durum, teknik özelliklerde, bileşenler ve malzemelerde, kullanıcıya kolaylığında ve diğer işlevsel özelliklerinde önemli derecede iyileştirmeleri içermektedir" şeklinde tanımlanmaktadır. (Oslo Kılavuzu, 2005:52). Ürün yeniliği temel olarak işletmenin ürettiği mamul ve hizmet dizilerinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi ya da tamamen yeni mamul ve hizmetler oluşturacak şekilde yenilenmesini sağlayan ve işletmenin geleceğini güvence altına almak açısından önemli bir iş sürecidir (Güleş ve Bülbül, 2004).

Hizmet yeniliği için müşterileri tanımak dolayısı ile çok yönlü iletişim gerekmektedir. Hizmet yeniliği için farklı dağıtım kanallarının kullanımı önemlidir. Hizmet yeniliğinde fiziksel dağıtım ve sipariş izleme kalitesi önem kazanmaktadır. Hizmet yeniliği personelin uzmanlığının geliştirilmesi ile de yapılabilmektedir. Hizmet yeniliğinin müşteriler tarafından benimsenmesi ve başarılı olması işletmeye önemli faydalar sağlamaktadır. Özellikle düşük sermayeli işletmeler için az miktarda yatırımla rekabet edebilme şansı sunmaktadır.

2.2.3. Süreç Yeniliği

Süreç, girdiyle başlayan (iç veya dış müşteriden gelen bir talep, bilgi veya hammadde) ve bu girdiye katma değer katılarak belirli bir çıktı üreten birbiriyle bağlantılı etkinliklerdir. Süreç yeniliği yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesidir. Bu yenilik, teknikler, teçhizat ve /veya yazılımlarda önemli değişiklikleri içermektedir (Oslo, 2005:53). Süreç yeniliği, tedarikten depolamaya, siparişleri yerine getirmekten yeni ürün geliştirmeye, müşteri hizmetlerinden, satın almaya, stok yönetiminden teslimata kadar bir şirkette görülen işlerin tümünü yepyeni yöntemlerle yapmayı ve bu suretle maliyetleri sistem dışına çıkarıp verimliliği arttırmayı hedefleyen tüm yenilikçi uygulamaları içermektedir. Bu, işlerin yeni yöntemlerle ve mevcut durumdan farklı olarak yapılması şirketlerin başarılarının altında yatan en temel nedendir (Kırım, 2007:4). Süreç yeniliğinde de diğer yenilik türlerinde olduğu gibi yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş olma koşulu ön plana çıkmaktadır. Süreç yenilikleri üç ayrı amaca hizmet etmektedir. Bunlar sırasıyla; üretim veya teslimat maliyetlerini azaltmak, kaliteyi arttırmak ve son olarak yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş ürünler üretmek veya teslim etmektir (Kanter, 2006:79). Örgütsel süreçlerde yenilik, işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmek amacıyla değer yaratabilen mevcut varlık ve yeteneklerinin geliştirilmesine yönelik izledikleri yoldur. Bu bağlamda, süreç yeniliği, işletme faaliyetleri kapsamındaki tüm süreçlerin yeniden gözden geçirilmesi, yapılandırılması, iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yolu ile işletmenin pazardaki imajının, ürününün ve hizmetlerinin yenilenmesi olarak kabul edilmektedir (İraz, 2005 Akt. Özçer, 2005:16).

Mal ve hizmet yeniliğini süreç yeniliğinden ayıran bazı durumlar bulunmaktadır. Mal ve hizmet yeniliğinde işletme üretim bölümüne yeni unsurlar katmaktadır. Süreç yeniliğinde ise işletmenin mal ve hizmetinde meydana gelen değişikliklerle, tüm süreç boyunca kullanılan teorik ve pratik bilgi ve işletmeyi diğer işletmelerden ayıran kabiliyetler tüm süreçlere aktarılıp ortaya yeni bir mal veya hizmet çıkmaktadır. Müşterilerin yararına sunulan yeni değerleri ifade eden ürün yeniliğine karşılık, süreç yeniliği değerlerin üretim ya da

pazarlanmasındaki yeni yolları ifade etmektedir. Bu açıdan ürün yeniliği pazar odaklı ve öncelikli olarak müşteri tarafından yönlendirilmektedir. Buna karşılık süreç yenilikçiliği ise içsel bir odağa sahiptir ve öncelikli olarak verimlilik tarafından yönlendirilmektedir. Başka bir ifade ile ürün yeniliği başka bir pazar oluştururken ya da mevcut ürüne talebi artırırken, süreç yeniliği işletmenin maliyet yapısını etkileyip arzı yükseltmektedir (Güleş ve Bülbül, 2004:142).

2.3. Firma Yenilikçiliği Kavramı ve Tanımı

Yenilikçilik, hizmet ve endüstri işletmelerinde yeni ürün geliştirme ya da üretim ve işletme sistemlerinde yeni gelişimler yapmaktır (Samuel, 2000). Rekabetçi çevrenin güçlü baskısı altındaki işletmelerin günümüzün yüksek dinamik pazar koşullarında rekabet avantajı kazanmak ve çalışma verimliliğini arttırmak için çalışma süreçlerini, hizmetlerini ve ürünlerini aralıksız değiştirmeleri yenilikçiliğin bir şartı haline gelmiştir. İşletmelerde yenilikçilik, bir fikir, bir ürün/süreç veya tek bir yeni buluş olarak algılanan bir sistemdir (Chang ve Tseng, 2005). Yenilikçilik üretkenliği ve rekabetçiliği arttırmanın yanında işletmenin gelişme potansiyelini arttırmak içinde önemli bir unsurdur. İşletmelerin yönetim süreçlerinin önemli maddelerinden biri haline gelen rekabet edebilmek bugünkü piyasada işletmenin yaşamsal döngüsünün sürdürülebilir olması için birinci öncelik haline gelmiştir. Bu ancak işletmelerde bilginin paylaşılmasıyla ve takım çalışması ile mümkündür. Bilgi teknolojilerinin her geçen gün var olan bilgiye yenilik katması ve değişen işletme süreçleri, işletmelerin aralarında rekabet etmelerini zorunlu kılmaktadır. Bunun sonucunda mal, hizmet ve yönetim süreçlerinde sürekli olarak iyileştirme ve yenilik yapması gereğini doğmaktadır.

Sadece üretim süreçleri dikkate alındığında işletme yenilikçiliği; ürün ve hizmet üretiminde yeni yöntemlerin kullanılması ve çalışma koşullarında yeni yöntemlerin geliştirilmesi ve örgüt içerisinde değerli ve faydalı yeni ürün ve hizmetin ortaya çıkarılmasıdır (Axtell vd., 2000). İşletmenin farklılık yakalayabilmesi için endüstri içinde ve dışındaki teknolojik değişimleri içselleştirmeleri gerekmektedir. Bunun için sürecin işletmenin tüm bölümlerinde

yaygınlaşması için teknolojik bilgiyi toplama ve yayma sorumluluğu olan tüm çalışan ve yöneticilerin oluşturduğu bilgi yönetimini temel almış şekilde tüm süreçlere dâhil olmak gerekmektedir (Hamel, 1991). Yenilik, işletmenin tüm birimlerini kapsayan bir yapıda mümkün olmaktadır. Bir işletmenin yenilikçi kabul edilmesi için, yalınlık, esneklik ve yerelleştirme, personel güçlendirme, örgüt içi iletişim, paylaşılan vizyon ve liderlik, sürekli eğitim, yeni fikirlerin özendirilmesi, hatalara tolerans gösterme, en iyi ile kıyaslama, dışa açıklık gibi özelliklere sahip olması gerekmektedir (Gurteen, 1998:6).

Firmanın yönetim kurallarında örtük halde bulunan bilgiyi paylaşabilen ve bu bilgiyi aktarabilen çalışanlar örgütteki ilişkilerin oluşturduğu organizasyon ilkelerinden dolayı zorlu rakiplerine göre pazarda daha başarılı olmaktadır (Kogut ve Zander, 1992). Firmanın yenilikçilik yeteneği çalışanlarının eğitim ve yaratıcılık yetenekleri ile Ar-Ge yatırımlarına bağlı bulunmaktadır. Yenilikçi davranış yaratıcılık ve yeni ortaya çıkan hizmet ve iş süreçlerinin uygulanmasını içeren çok katmanlı bir süreçtir

İşletmenin yenilik sayısı işletmenin pazardaki yerini belirlemek adına anahtar bir göstergedir. Firmanın yenilikçilik performansı Ar-Ge ve teknolojik performansına bağlıdır. Firmanın yenilikçilik potansiyelinin temel kaynağı, enformasyonun yanında bilgi yönetiminin farkına varılmasından geçmektedir (Swan vd.,1999). Firmanın yenilikçiliği teknolojik ve yönetsel yenilikler olmak üzere iki değişken altında incelenmektedir. Teknolojik yenilikler ürün, hizmet ve üretim süreçlerini içermektedir. Yönetsel yenilikler ise örgütün yapısı ve yönetim süreçlerini kapsamaktadır (Damanpour vd.,2009). Yenilik yapmak; iş süreçlerini farklı yönetmek, yeni ve farklı fikirlerin meydana çıkması, meydana çıkan bu fikrin finansal değere sahip olacak bir ürün veya hizmete dönüştürülmesidir. Yeni ürün ve hizmet sayısı, pazara çıkan yeni ürün sayısı ve Ar-Ge faaliyetlerine yapılan yatırımlar firmanın yenilikçiliğini ölçmek için en sık kullanılan kriterlerdir. Firmanın yenilikçiliği ile ilgili, mevcut ürün yelpazesindeki yeni ürünlerin oranı, yeni projelerin sayısı, iş süreç ve yöntemlere dair geliştirilen yenilikler, pazara duyurulan yeni ürün sayısı (Alegre ve Chiva, 2006), patent istatistikleri (Chen ve Huang, 2010), AR-GE harcamaları (Schoenecker ve

Swanson, 2002), yenilik projeleri için ortalama maliyet (Alegre vd., 2006) konularında araştırma yapılmıştır (Bayarçelik, 2012:68).

2.4. Sağlık İşletmelerinde Yenilikçilik Kavramı

Sağlık işletmelerinde ülkelerin gelişmişlik seviyelerinin göstergesi olan yüksek hizmet kalitesine erişim sunulması ve buna paralel finansmanın sürdürülebilirliğinin sağlanması için sağlık işletmelerinde yenilikçi uygulamaların devamlı olarak artması gerekmektedir. Maliyeti yüksek olan bu uygulamaların etkin bir şekilde sistem entegre edilmesi, ancak yatırım için uygun bir ortamın oluşturulması ve sektöre uygun teşvik paketleri ile desteklenmesi sayesinde mümkün olabilmektedir. Yenilikçilik, enformasyon teknoloji ve sistemlerinin stratejik olarak yaşama geçirilmesi dönüştürmesi üzerinden yürümektedir. Sağlık endüstrisinde yenilikçilik ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda işletmenin sektörde başarılı ve sürdürülebilir olması için enformasyon teknoloji ve sistemlerinin etkili kullanılması ve etkin bir şekilde hayata geçirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Liaw, 2002). Teknolojinin etkin kullanımı sağlık endüstrisinde yenilikçiliği desteklemektedir. Sağlık sektöründe yenilikçilik bilimin temelinde bilginin pazarda katma değer oluşturacak ürüne dönüştürülmesine karşılık gelmektedir.

Sağlık endüstrisinde yenilikçiliğin maliyeti diğer sektörler nazaran çok daha fazladır. Giderek artan yaşlı nüfusun sağlık giderleri ve harcamaları da artmakta ve hükümetler önleyici sağlık davranış modelleri geliştirmek dolayısı ile var olan hastalıkları iyileştirmek ve sağlıklı bireylerin hastalanmasını önlemek amaçlı politikalar geliştirmeye başlamışlardır. Sağlıkta yenilikçiliğin nihai kullanıcısı insan olduğundan teknolojik ilerlemeler direkt olarak insan hayatını etkilemektedir. Yenilikçi ürün ve hizmetler teşhis ve tedavi imkânını arttırırken, geliştirildiği ülke ve firmaya “öncü” unvanını vererek rakiplere karşı rekabet üstünlüğünü sağlamaktadır. Sağlık işletmelerinde yenilikçilik faaliyetleri ilaç, tıbbi cihaz, teknoloji gibi yeni ürünlerin yanında üretim ve hizmet süreçlerinde

meydana gelen yenilik e-sağlık gibi platformların oluşmasını sağlamaktadır (Tüsiad, 2011)

Sağlıkta yenilikçilik literatür incelemesi yaptığımızda karşımıza, yenilikçilik başlığı altında: yenilikçiliğin beş çeşidi çıkmaktadır Bunlar; şirkete yeni hizmetler, yeni düşünce/karar verme, bilgi teknolojileri, süreç stratejisini açmak, ve çalışanlar arasında olumlu ilişki ve etkileşimi sürdürmek şeklinde sıralanmaktadır (Thakur vd., 2012:564). Yenilikçiliğin ilk başlığı şirkete yeni hizmetler ile ilgili araştırma yapan araştırmacılar (Schumpeter, 1934; Evangelista ve Sirilli, 1995, Cooper vd., 1994); şirkete ve çalışanlara yeni üretim (Lynn ve Gelb, 1997), çevresel değişikliği yansıtmak ve belirsizlik (Damanpour ve Even,1984), yenilikçiliğin yayılımı, (Rogers, 1995; Tornatzky ve Klein,1982; Zaltman, vd.,1973) alt başlıklarına ulaşmışlardır (Thakur vd., 2012:564). Yenilikçiliğin ikinci başlığı ulaşılan yeni düşünce/karar verme ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda organizasyon kültürü (Becker ve Whisler,1967), organizasyon verimliliği başlığı altında (Slater ve Narver 1995), pazar oryantasyonu (Deshpande ve Webster,1989; Rogers 1995) alt başlıklarına ulaşmışlardır (Thakur vd., 2012:565). Yenilikçiliğin üçüncü başlığı bilgi teknolojileri ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda araştırmacılar (Nemeth ve Cook, 2007; Fichman ve Kemerer,1999) bilgi teknolojilerini kullanmak alt başlığına ulaşmışlardır (Thakur vd., 2012:565). Yenilikçiliğin dördüncü başlığı süreç stratejisini açmak ile ilgili yapılan çalışmalar sonucunda araştırmacılar çalışma stiline merkezleştirilip formalize edilmesi (Zmud, 1982) ve kontrol bazlı stratejiden daha fazlasını taahhüt etmek (Khatri vd.,2006) alt başlıklarına ulaşmışlardır (Thakur vd., 2012:566). Yenilikçiliğin beşinci başlığı olan çalışanlar arasında olumlu ilişki ve etkileşimi sürdürmek ile ilgili yapılan çalışmada araştırmacılar (Ekedahl ve Wengstrom, 2008; Vogus ve Welbourne, 2003; Fitzgerald vd., 2002) iş sürecinin akışı ve (Inamdar vd., 2002; Drucker, 2002) alt başlığına ulaşmışlardır (Thakur vd., 2012:566).

Sağlıkta yenilikçiliğe yeni bir bakış açısı kazandıran Fitzgerald (2002) yaptığı çalışmalarda çalışanların aralarındaki etkileşime inandıkları takdirde sağlık organizasyonunu bütün süreçlerine yayılan yenilikçiliğin daha başarılı olacağını

belirtmektedir. Sağlıkta yenilikçilik, bu değişimlerin sağlık çalışanlarının daha kolay, hızlı, iyi ve etkin çalışmasına yardımcı olması halinde gerçekleşmiş olmaktadır.

Sağlık sektöründe yenilikçilik endikatörlerini; Ar-Ge, Finansal Kaynak ve Teşvikler, Yatırım ve Üretim, Patentler ve Veri Koruması, Pazara Erişim, İç Pazar ve Uluslararası Ticaret oluşturmaktadır (Tüsiad, 2011). Ar-Ge sürecinin tümünde yenilikçilik için gereken likidite, tüm faaliyetleri gerçekleştirecek insan sermayesi, araştırmanın alt yapısı ve bu üçgenin birbiri ile ilişkisi mutlak anlamda önem taşımaktadır. Ar-Ge için tıp, eczacılık, kimya, biyoloji, nano-biyoloji, alanında yeterli know-how sahibi olan insan sermayesine ihtiyaç bulunmaktadır. Sağlık sektöründe bilgi yönetimi bilgi ağırlıklı bir sektör olduğundan önem kazanmaktadır. Likidite araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin olmazsa olmazıdır. Sağlık hizmetlerinde yenilikçilik, yeni fikirlerin sürdürülebilirlik adına geliştirme tarafıyla beraber ürün çıktısı haline gelmesi ve eğer girişimci basamağındaysa büyük şirketler tarafından satın alınması ile mümkün olmaktadır (Tüsiad, 2011). Sağlık sektöründe maliyetlerin yüksek olmasından dolayı ülkeler arası yatırım ve üretim yapılmaktadır. Patentler yolu ile yeni ürün ve fikirlere geçici süre ile yasal koruma sağlanmaktadır. Verilerin korunması yöntemi ile firmanın sektördeki kurumsal imajı ve tercih edilirliliği artmaktadır. Pazara Erişim konusunda şeffaflık ve hız iki önemli etkidir. Pazara erişimde ruhsatlandırma ve belgelendirmesi yapılan ürünler (ilaç, tıbbi cihaz, teknolojik ürünler vb.) kalite belgesine haiz olmalıdırlar. Fiyat kontrolü ve yenilikçilik arasında ters orantıya, geri ödeme politikaları ve yenilikçilik arasında pozitif ilişkiye rastlanmaktadır (Tüsiad, 2011). İç pazar ve uluslararası ticaret pazarın büyüklüğü, nüfus, sağlık hizmetlerinin niteliği ve kapsamı ile doğru orantılıdır. Bu konuların iyileştirilmesi ve kalite standartlarının oluşturulup uygulanabilir hale gelmesi durumunda sağlık işletmelerinde sürdürülebilirlik ve talep artmaktadır (Tüsiad, 2011). Melheim (2006)' e göre bir organizasyon, özellikle sağlık sektöründeysen, “bir müşteriyi elde etmenin maliyeti ne kadardır, ne kadar zamandır müşteri sizinle beraberdir, müşterinin sizden alışveriş yapma miktarı ne kadardır, organizasyon için müşteri nasıl faydalı olur” sorularını yanıtlayabiliyorsa müşteri-odaklı stratejiye adapte olmakta başarılı olmuş demektir. Soruların yanında yanıtları da yenilikçilik

stratejilerindeki etkin ve yetenekli tutumlarının formüle edilişinden oluşmaktadır (Drucker, 2002).

2.4.1. Türkiye'deki Sağlık İşletmelerinde Yenilikçilik Kavramı

Sağlık sektöründeki arz-talep dengesi diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Sağlık sektöründe talep ikili bir yapıdadır. Hastalar, piyasanın talep yönünde yer almalarına rağmen, ihtiyaç duydukları tedaviye ve sağlık hizmetine onlar adına doktor karar verir ve talebi belirlemiş olur. Diğer taraftan talep edilen mal ve hizmetin fiyatlaması ve geri ödeme koşullarına kamusal sorumluluğu gereği devlet müdahale etmektedir. Sağlık sektörünün bu farklı yapısı yenilik faaliyetlerinin yaratımından ticarileştirilmesine kadar geçen süreçte diğer sektörlerle göre farklılık göstermesine neden olmaktadır. Türkiye açısından bakıldığında sağlık sektöründeki yenilikçilik nüfusun artan sağlık talebi, coğrafi açıdan Ortadoğu ve Balkanlara olan yakınlığı dolayısı ile var olan potansiyelini de arttırmaktadır. Türkiye diğer ülkeler karşılaştırıldığında; sağlık sektörünün ekonomik göstergeleri incelendiğinde gelişmiş ekonomilerde sağlık sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) içindeki değeri % 7, sektörde yaratılan istihdam oranı % 10 civarındadır. Toplam sağlık harcamalarının GSYİH' a oranı 2020'de % 16'ya çıkacağı hesaplanmaktadır. Hızla büyüyen sağlık sektörü yenilikçi teknolojilerin en büyük kaynağı ve kullanıcılarıdır (Tüsiad, 2011).

Sosyal politikaların ve sağlık sisteminin temel amacı hizmete ulaşılabilirliği arttırmaktır. Yenilikçilik, sağlık hizmetlerinde ulaşılabilirliği arttırmaktadır. Türkiye, son yıllarda sağlık politikalarındaki iyileştirmelerle ve sağlığa erişimin artışıyla birlikte sağlık sektörü devlet tarafından desteklemektedir. Yenilikçilik, ürün ve hizmet geliştirme, sahiplik ve çevresel faktörler incelendiğinde ülkemizin bu konuda yeterince verimli olmadığı görülmektedir. Bu sorunun çözülmesi ülkemize yabancı sermayeli yeni sağlık yatırımlarının olması ve dolayısıyla sürdürülebilir bir sağlık ekonomisi oluşmasına teşvikle mümkündür. Türkiye'deki sağlık sektörü, yeterli mevzuat,

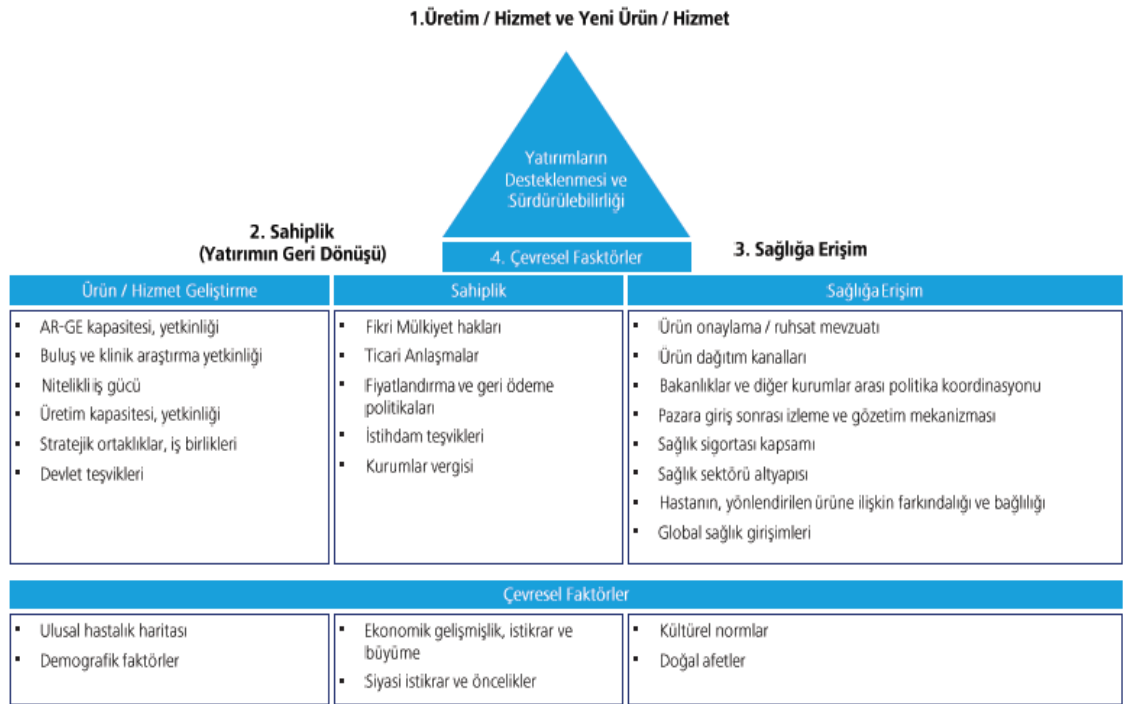
altyapı ve uygulama desteği sağlandığı takdirde, yenilikçi ürün ve teknoloji geliştirilmesinde ve uygulamasında gelişmiş ülkelerle kıyaslanabilecek bir iş ve atılım potansiyelini harekete geçirebilecek kapasiteye ulaşacaktır.

Sağlık sektöründeki artan sağlık maliyeti, sağlık sigortasındaki cari açığın çözümlenmesi için en iyi formül sağlıkta Ar-Ge'ye dayalı üretiminin yaygınlaşmasıdır. Ar-Ge harcamalarının yüksek olduğu sağlık sektörü, bu konuda oldukça önemli bir noktada bulunmaktadır. Bu nedenle bu durum Ar-Ge alanında önemli bütçelere sahip olan klinik araştırmaların Türkiye'ye çekilmesi için bir fırsat olarak düşünülmektedir. Yatırım yapacak olan yabancı sermayeye gerekli devlet desteği sağlanması halinde Türkiye'de Ar-Ge çalışanı istihdamı yaratacağı da bir gerçektir. Fiyat ve/ veya veri korumasının, yatırımların devlet ve özel sektör tarafından yeterince desteklemediği ortamlarda sağlık sektörü şirketlerinin yenilikçi ürünleri piyasaya sürmemeleri, hatta pazardan çıkma kararı almaları gibi örnekler mevcuttur. Türkiye'de devlet, sağlık sektöründe Ar-Ge faaliyetleriyle başlayan yenilikçilik sürecinin sonunda yer alan piyasaya kadar tüm aşamalarında etkin ve belirleyici paydaştır. Bu nedenle, bu aşamaların her birinde sahip olduğu farklı araç ve imkânları diğer paydaşlarla birlikte planlamak durumundadır. Kamunun düzenleyici rolünün önceden belirlenmiş politika ve uygulama önceliklerine dayanması bu süreçte kritiktir (Tüsiad, 2011).

2012 yılında bağımsız denetim kuruluşu Deloitte tarafından yapılan bir araştırmada Türkiye'nin de dâhil olduğu gelişmekte olan ve diğer gelişmiş ülkelerde sağlık sektöründe yenilikçilik konusu incelenmiştir. Bu doğrultuda yenilikçiliğin desteklenmesi için dört temel parametre ortaya konmaktadır. Bu parametreler ürün/ hizmet geliştirme, sahiplik, erişim ve çevresel faktörler olarak sıralanmaktadır. Türkiye'nin de dâhil olduğu gelişmekte olan ülkeler ve gelişmiş ülkeler, bahsi geçen dört parametre dâhilinde incelenmiştir. Her bir parametrenin alt bileşenleri belirlenerek, objektif kriterlerine göre değerlendirme yapılmıştır. Değerlendirmeler anketlere göre cevaplandırılmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) tarafından da desteklenen bu çalışmaya göre sağlıkta dönüşüm sürecinin olumlu bir sonucu olarak kamu sağlık hizmetlerindeki memnuniyet 2003 yılında %39,5'ten 2010 yılında %73'e çıkmıştır. Ancak ürün / hizmet geliştirme, sahiplik

ve çevresel faktörler incelendiğinde Türkiye birçok ülkenin gerisinde kalmaktadır (Deloitte, 2012). Sonuç olarak Türkiye'nin sağlığa erişimde diğer gelişmekte olan ülkeler ortalamasının üzerinde olduğu ancak diğer üç kriterde daha geride olduğu gözlemlenmektedir.

Şekil 5, TÜİK tarafından desteklenen ve Deloitte (2012) tarafından yapılan kapsamlı araştırma sonucunda gelişmekte olan ülkelerde sağlık sektörünün desteklenmesi sonucunda oluşan bileşenlerini göstermektedir.



Şekil.5. Gelişmekte Olan Ülkelerde Sağlık Sektörünün Desteklenmesi

Kaynak:Deloitte Fikirler Ve Çözümler Yayın ve Raporları "Türkiye Sağlık Sektörü Raporu, (30.12.2013) tarihinde

http://www.deloitte.com/view/tr_TR/tr/fikirlervecozumler/yayinveraporlar2012' den alındı.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ

Tez çalışmasının üçüncü bölümünde araştırma modeli, entelektüel sermayenin firma yenilikçiliği ve firma performansı üzerindeki etkisine yönelik olarak yapılmış çalışmalar ve araştırma hipotezleri açıklanacaktır.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli, entelektüel sermayenin firma yenilikçiliği ve firma performansına etkisine yönelik öne sürülen hipotezlerle ilgili literatürde daha önce yapılan çalışmalar referans alınarak geliştirilmiştir. Entelektüel sermayenin üç temel boyutunun bileşenlerini belirlemek, bu bileşenlere bağlı olarak entelektüel sermayenin firma yenilikçiliğine ve firma performansına etkisini ölçümleyen bir model önerisinde bulunulmuştur. Yapılan literatür araştırması ve önceki ampirik çalışmaların ışığında anket çalışmasının modeli araştırmanın amaç ve hedefleri doğrultusunda geliştirilerek entelektüel sermayenin yenilikçilik ve performans etkilerini ortaya koyabilmek amacıyla Şekil 6' da gösterilen araştırma modeli oluşturulmuştur. Önerilen ve geliştirilen model baz alarak sağlık işletmelerinde araştırma yapılmıştır.

3.2. Araştırma Hipotezleri

Araştırma modelinden modelinden yola çıkılarak 7 hipotez oluşturulmuştur. Oluşturulan hipotezler detaylı olarak alt başlıklar altında açıklanmıştır.

3.2.1. İnsan Sermayesi ve Firma Yenilikçiliği Arasındaki İlişki

İşletmeler için insan sermayesi, yenilik ve stratejik yenilenme kaynağı olarak önemlidir (Bontis, 2002). İşletme çalışanlarının sahip olduğu yetenek ve bilgi birikiminin yaratıcılığa dönüşmesi işletmeye pozitif yönde katkı sağlamaktadır. İnsan sermayesinin oluşturulması ve korunması organizasyon içinde eğitim faaliyetlerinin desteklenmesini, çalışan odaklı bir yaklaşımı ve

çalışanların moral ve motivasyonunun yüksek olmasını sağlamaktadır, bu sayede yeni fikirler ve ürün/ süreç yeniliklerinin ortaya çıkışı kolaylaşacaktır (Subramaniam ve Youndt, 2005).

İnsan sermayesi eğitim yoluyla çalışanların kişisel performansını planlanan düzeyde standartlaştırmayı hedeflemektedir. Ortaya çıkan bu hedef doğrultusunda işletme çalışanlarını sürekli eğitim ile destekleyerek yeteneklerinin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla işletme içi eğitim ve çalışanların becerilerini geliştirmeye yönelik işletme faaliyetleri, çalışanların bir iş veya belli görevler için yeteneklerini ve becerilerini yükseltmektedir. Böylelikle çalışanın işini ve işletmeyi daha kapsamlı bir bakış açısı ile görmesini sağlamaktadır. İnsan sermayesi bilgi birikimini ve yeteneğini sürekli geliştirme talebi içerisindedir. Bu nedenle sağlık sektöründe hastane çalışanlarının hasta ve hasta yakınları ile kurması gereken iletişime yönelik eğitimler önem taşımaktadır. Bu önemin farkında ve bilincinde olan hastane yöneticileri insan sermayesini korumak ve geliştirmek için işletme içi eğitime başvurumaktadırlar. Sağlık hizmeti almak için işletmeye başvuran hasta ve hasta yakınlarına yaklaşımın nasıl olması gerektiği ile ilgili “Etkili İletişim Eğitimi” hastaların kendilerinin sorunlarını dinleyen ve yardımcı olabileceğini düşündüğü kişilerle temas ettiği algısını oluşturmaktadır. İşletme içerisinde verilen bir başka eğitim olan “Zor Hastalarla İletişim Kurma Eğitimi”dir. Bu eğitim doğru hizmetin doğru zamanda olma şartının zorunlu tutulduğu sağlık sektöründe, endişesi ve beklentisi yüksek hastalara nasıl yaklaşılması gerektiğinin öğrenildiği eğitimlerden birisidir. Bu denli önemli olan zor hastalarla iletişim kurma eğitimi gerek sağlık çalışanları gerekse sağlık yöneticileri tarafından uygulanabilir, yararlı ve değerli eğitimlerden birisidir. Çalışanların aldıkları eğitimlerin aktif olarak iş süreçlerine katılmaları planlanmaktadır. Alınan eğitim çalışanların iş süreçlerinde daha aktif, daha katılımcı olmalarını teşvik ederek işletme yenilikçiliğinin artmasını sağlamaktadır. Farklı birimlerde çalışan sağlık çalışanlarının sağlık işletmelerinde uygulanabilir projeler üretmek üzere bir araya gelmesi, yaratıcılıklarını arttırmakta ve işletme içi iletişimi güçlendirmektedir. Dolayısı ile sağlık işletmelerinde süreç yönetimine yönelik yapılan yenilik atölyeleri çalışmalarını giderek sıklıkla uygulanmaya başlayan bir eğitim olarak dikkat çekmektedir.

İşletmelerin sahip olduğu insan sermayesi organizasyon içinde çalışanların bilgi birikiminin ve yeterliliklerinin değerini tanımlar (Bontis, 2002). İnsan sermayesi örgütsel yetenek ve bilgi birikiminin işletme içinde yayılımını ve bilgi paylaşımını kolaylaştırarak fikirlerin yeniliğe dönüşmesini sağlar. Günümüzün en önemli rekabet kaynağı olan bilgi ekonomisi insan kaynaklarını koruyan ve geliştiren işletmelerin en önemli rekabet stratejisi haline gelmiştir. Yenilikçiliğin katma değer yaratması için bilgi ile desteklenmesi gerekmektedir. Yenilikçi bir işletme kültürünün uygulanabilir olması için bilgi paylaşımının yaygınlaştırılmalıdır. Bilgi bu süreçte katma değer oluşturacaktır. Bu nedenle bilginin örtük halden açık ve aktarılabilir hale getirilebilmesi işletmelerin insan sermayesini korumasını daha da önemli hale getirmektedir. İşletmenin en önemli sermayesi olan insan sermayesine dâhil olan bilgi birikimi ve deneyimler, çalışanların yeteneği ve yaratıcılıkları ile birleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan yenilikçilik anlayışının temelini oluşturmaktadır. İnsan sermayesinin yenilik açısından organizasyona katkısı çalışanların bilgi birikimi ve deneyimleri kanalıyla paylaşılmadığı sürece önemli olmayacaktır (Subramaniam and Youndt, 2005). Yetenekli çalışanlar çalıştıkları işletmeyi piyasa şartlarına ve çevresindeki değişime göre yönlendirerek yeni ürün ve süreç geliştirilmesini sağlamaktadırlar. Yetenekli çalışanların en önemli rekabet aracı olduğu ekonomik düzende, bir firma için en önemli faktör yüksek kaliteli çalışanların olmasıdır. Yetenekli çalışanlara sahip olmak ve onlardan en iyi şekilde yararlanabilmek işletmelerde yenilikçi olmanın, değer yaratabilmenin, rekabette farklılık sağlayabilmenin ve etkin performansın temel kaynağı olarak görülmektedir (Gregoire, 2006). Yeni ve yaratıcı fikirlerle müşterilerine yeni mal ve hizmetler sunarak katma değer yaratmak isteyen işletmeler, farkı yaratacak olanın çalışan becerisi olduğunun bilincindedirler. Yüksek becerilere sahip, iş süreçlerine ve çevresel koşullara hâkim, kaliteli çalışanlar; müşterileri ve piyasayı anlama konusunda daha başarılıdırlar. Bu sebeple yöneticiler çalışanları, bilgi işçileri olmaları, kalitelerini arttırmaları ve örgütsel öğrenme yeteneklerini geliştirmeleri için yetiştirmelidirler (Hsu and Fang, 2009). Ayrıca insan sermayesinin kalitesinin artması, çalışan odaklılığın yüksek olmasını sağlamakta ve çalışanların işletmeye olan

bağlılıklarını arttırmaktadır. İnsan sermayesi etkin ve verimli kullanılmazsa örgütsel başarının elde edilmesi zorlaşacaktır.

İnsan sermayesinin oluşturulması ve korunması çalışanlara daha çok odaklanılmasını ve çalışanların moralinin yüksek olmasını sağlamaktadır (Huang ve Liu, 2005). Yüksek motivasyona sahip çalışanlar kolaylıkla yeni fikirler geliştirmektedir ve yenilikçiliğe katkıda bulunmaktadır. Ayrıca moral ve motivasyonu yüksek olan çalışanlar yeniliğe ve işbirliğine açık olmaktadır. İnsan sermayesi çalışanların özgüvenlerini arttırarak kararlara bireysel katılımı kolaylaştırmaktadır. Böylelikle çalışanlar kendi başarılarının bir parçası olarak sahiplendikleri işleri daha motive bir şekilde gerçekleştirmektedir. Bu da çalışanların daha yaratıcı, takım çalışmasına ve fikir alışverişine açık olmalarını kolaylaştırarak yenilikçiliği arttırmaktadır. Ayrıca, bireysel olarak kararlara katılabilme olanağı motivasyonun sağlanması ve dolayısıyla iyi bir performansta önemli bir motivasyon faktörü olarak kabul edilmektedir (Remedios ve Boreham, 2004). Kim ve arkadaşları (2009) yenilikçi davranışın özünde olan proaktif kişiliğin kendini işletmeden hissetme davranışına yol açtığını tespit etmiştir. İş tatminsizliğinin giderildiği işletmelerde işgörenler değişik uygulamaları daha az direnme ile kabul etmektedirler (Eren, 2004). Bu sayede yeni uygulamaların iş süreçlerine entegrasyonu kolaylaşmakta, yeni ürün ve süreç geliştirme çabaları başarıyla sonuçlanmaktadır. Yüksek motivasyonlu çalışanların işletmede sayıca fazla olması o işletmenin tüm kaynaklarını daha verimli kullanmasını ve çalışanların tüm süreçlere daha fazla katkıda bulunmasını sağlamaktadır. Böylelikle hizmet ve üretim sürecinde yenilik yapmak daha kolay ve işleyişe geçirmek daha etkili olmaktadır. Çalışanların motivasyonunun artması sorumluluk bilincini yükseltir ve başarı algısını artırır ve çalışan motivasyonunun yükselmesini sağlar (Subramaniam and Youndt, 2005).

İnsan sermayesi ve firma yenilikçiliği arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; McAdam(2000)'ın yaptığı araştırmada etkin ve sistematik bilgi yönetiminin çalışan yararlarını arttıran sonuçları için anahtar alanlarda yeniliği etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (McAdam, 2000). Benzer şekilde, Bontis (1998) , Youndt, vd., (2004), Subramaniam ve Youndt, (2005),

insan sermayesinin firma yenilikçiliği üzerine sistematik etkilerini ampirik olarak incelemişlerdir. Araştırma sonuçları insan sermayesinin firman yenilikçiliğini arttırıcı özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bosworth ve Webster'ın (2006) yaptığı araştırmada, insan sermayesinin yenilik sürecinin alt yapısını sağladı, işletmelerin inovasyon yeteneklerini sürekli artan oranlı bir şekilde ve en temelden etkileyen bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Covin ve Slevin'in (1991), yaptığı araştırmada çalışanların yenilik üretme yeteneklerinin bilgi kaynaklarıyla arttığını ve insan sermayesinin firma yenilikçiliğini desteklediğini belirtmektedir. Nonaka ve Treece 'in (2001), insan sermayesi ve firma yenilikçiliği arasındaki ilişkiye yönelik yaptığı çalışma sonucunda organizasyonda mevcut bilginin kullanılması ile elde edilen başarılı deneyimlerin, varolan bilgiye aşırı güvenilmesine yol açacağı ve yeni bilgi yaratımını engelleyebileceği ortaya konmaktadır. Bu nedenle Nonaka ve Treece (2001), mevcut yeteneklerin, daha sonraki öğrenmeyi ve işletmelerde üretilen faaliyetleri hem tetikleyebileceği hem de zorlaştırabileceği görüşünü savunmaktadırlar. Öz yeteneklerin, yaratıcılığı geliştireceği yerde sınırlayan öz sınırlamalara veya yetenek tuzaklarına dönüşebilmesi mümkün olabilmektedir. İşletmelerin bu tuzaklardan ve sınırlamalardan kaçınmak için yeni bilginin yaratılması amacıyla, mevcut olandan farklı bilgiyi gerektiren araştırma geliştirme projeleri kullanmaları önerilmektedir (Nonaka ve Treece 2001).

Yapılan araştırma sonucunda insan sermayesinin firma yenilikçiliği üzerindeki etkilerini ampirik yönden inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir (Covin ve Slevin,1991; Bontis, 1998; McAdam, 2000; Nonaka ve Treece, 2001;Youndt, vd., 2004; Subramaniam ve Youndt, 2005; Bosworth ve Webster,2006). Bu sebeple bu tez çalışması insan sermayesinin eğitim, uzmanlık, deneyim, çözüm üretme kabiliyeti, yetenek, bilgi paylaşımı, çalışan motivasyonu gibi unsurlar yoluyla firma yenilikçiliğini arttırdığı tartışılmaktadır.

Hipotez 1: Firmaların insan sermayesi ile firma yenilikçiliği arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2.2. Organizasyonel Sermaye ile Firma Yenilikçiliği Arasındaki İlişki

Organizasyonel sermaye unsurları, işletmenin yenilikçilik düzeyini artıran ve yenilikçilik sürecinin işletmelerde devamlı bir şekilde gelişmesine olanak sağlayan temel alt yapı öğelerini oluşturmaktadır. İşletmelerde organizasyonel sermayenin varlığı, niteliği, yeterlilik düzeyi yenilikçiliğin derecesini belirlemektedir. İşletmenin yenilikçilik performansının artması için yalnızca insan sermayesi yeterli değildir, organizasyonel sermaye de ihtiyaç bulunmaktadır (Klaus J., 2005:106).

Yeni bir fikir üretmek için yapılan Ar-Ge çalışmaları yeniliğin ilk basamağını oluşturmaktadır. Organizasyonel sermaye sağlık sektöründe yapılan Ar-Ge çalışmalarını teşvik etmektedir. Ar-Ge; örgütsel bilginin artırılması ve bu bilginin yeni uygulamalar tasarlayıp üretmek üzere kullanılması için sistemli yaratıcı çalışmalardır. Organizasyonel sermaye sistematik ve düzenli Ar-Ge faaliyetleri için gerekli altyapıyı oluşturmaktadır. Desteklenen bu çalışmalar sonucunda ortaya çıkan yenilikler sağlık işletmelerinin organizasyonel sermayesini beslemektedir. Ar-Ge verimlilik esaslı rekabet gücünün ve bilgi-temelli büyümenin ana kaynağıdır. Örgütlerde yeterli düzeyde Ar-Ge çalışmalarının sürdürülmemesi işletmelerin verimlilik ve yenilik potansiyelini azaltmaktadır. Bu sonuç, işletmelerin organizasyonel sermayeye verdiği önemi haklı çıkartmaktadır. Bir fikir üzerinde öncelikle gerekli Ar-Ge çalışmaları yapmakta, fikir daha sonra somut bir ürüne, sürece veya hizmete dönüştürülmektedir. Elde edilen buluş üzerinde bazı testler ve iyileştirmeler yapıldıktan sonra da patent alımına gidilmekte ve markalaştırılmaktadır. Yenilik planlayan işletmeler Ar-Ge'nin işletmenin tüm süreçlerine yayılmasını sağlamaktadır. Organizasyonel sermayelerini Ar-Ge çalışmalarını sürekli tutmak ve geliştirmek için destekleyen işletmeler yeniliğin oluşumunu sağlamaktadırlar.

Organizasyonel sermaye Ar-Ge faaliyetleri yoluyla ile yeniliği desteklemesi fikrinden hareketle, sağlık sektöründe Ar-Ge ye ayrılan bütçe, Ar-Ge çalışanlarının sayısı, Ar-Ge çalışmalarına ayrılan süre gibi unsurlar artmıştır. Sağlık sektöründe artan Ar-Ge çalışmaları sonucunda meydana gelen yeniliğe

nano-teknoloji yeniliği ve dijital sağlık yeniliği örnek olarak gösterilebilir. Yapılan Ar-Ge çalışmalarının sonucunda yeni ilaçların gelişimi, tıbbi cihazlar ve sağlık yönetimi yazılımı desteklenmektedir. Genetik alışmalar, ileri teknoloji içeren sağlık operasyonları için geliştirilen cihazlar ve ileri görüntüleme tetkikleri için yapılan Ar-Ge alışmaları, sağlık sektöründe robotlu operasyonlar ve kapalı ameliyatlar gibi birçok uygulamanın değişmesine neden olmuştur.

Organizasyonel sermaye, işletmenin ticari markalaşma sürecini kolaylaştırarak ve firma yeniliklerinin patentler yolu ile korunmasını destekleyerek pazarda tutunabilir ve başarı oranı yüksek yenilikler gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Ticari marka, bir işletmenin ürettiği mal ve hizmetlerin diğer işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetlerden ayıran organizasyonel sermaye unsurudur. Ticari markalaşma yenilikçi işletmelerin elde edebileceği bir başarıdır. Ticari markalar uzun dönemli değer taşımakta ve Ar-Ge ile pazarlama arasında köprü görevi üstlenmektedirler (Davis, 2000). Işletmeler organizasyonel sermaye yoluyla ticari kimlik haklarının korumaktadırlar. Ticari marka ve patent gibi entelektüel mülkiyet haklarının, yeni ürün ve süreçlere dair çeşitli teknik ve fonksiyonel özellikleri koruyarak yenilikçiliği desteklediği belirtilmektedir (Davis, 2000).

Tıpkı ticari markalaşma gibi patentler de işletmelerin yeni ürün ve süreç geliştirmelerini sağlayan organizasyonel sermaye (entelektüel mülkiyet) unsurlarındandır. Patent, buluş sahibinin yaratıcı dşncesinin belirli bir zaman dilimi içinde yasal hükümler çerçevesinde koruma altına alındığını gösteren bir belgedir (Bahadır, 2000:47). Bu Şekilde patentler buluşu korumaktadır. Buluşların çoğalması ve yaygınlaşması ile patentlerin çoğalacağı, fiyatların düşeceği, kaynakların etkin kullanılacağı ve yeni teknolojilerin bulunacağı, teknolojik ilerlemenin sağlanacağı yani başka bir deyişle yeniliğin gelişeceği düşünülmektedir (Yılmaz, 2007:3). Sağlık sektöründe patentlerin en değerlisi ve önemlisi ilaç patentleridir. İlaç endüstrisinin temel hukuki dayanağı olan patentler yeniliğin sürdürülebilirliğini sağlayarak ilaç endstrini ayakta tutmaktadırlar. Bu sayede ilaç Şirketleri yaptıkları pahalı ve uzun süren Ar-Ge faaliyetlerini yeni ürün çıktılarına dönüştürebilmektedirler (William ve Richard, 2003). Ticari marka ve

yenilikçilik arasındaki ilişki incelendiğinde yenilikçi firmaların çok fazla marka ve patent gibi entelektüel mülkiyet haklarından faydalandığı görülmektedir. Ticari marka ve patent sayıları tüm dünyada yenilikçiliğin göstergesi olarak kabul edilmektedir (Ferreira ve Godinho, 2011). Entelektüel mülkiyetlerin, entelektüel sermaye sayılabilmesi için, bu varlıkların ekonomik bir değere sahip olması gerekmektedir. Bu noktada ticari marka ve patentler yeniliklerin ekonomik değerinin korunmasını sağlamaktadırlar.

Organizasyonel sermayenin en önemli unsurlarından biri bilişim sistemi diğer adıyla enformasyon teknolojisidir. Organizasyonel sermaye işletme içi bilişim sistemlerinin oluşturulmasını ve düzenli faaliyet göstermesini sağlayarak bilgi erişimini, yayılımını ve uygulanmasını kolaylaştırmaktadır. Böylelikle işletmeler bilişim teknolojisi aracılığı ile erişimi sağlanan ve işletme içerisinde yayılabilen bilgi yolu yenilik yapabilmektedirler. Bilişim sistemleri, bir işletmenin donanım, yazılım, telekomünikasyon, veri toplama ve gösterme araçları, elektronik olarak saklanan tüm verileri yani bilgisayar ve iletişim teknolojinde yaptığı yatırımlardır (Weill ve Broadbent, 1999:7). Bilişim sistemleri örgütsel aktörlere bir konudaki düşüncelerini değiştirebilecek, değerlendirme yapmalarını sağlayacak bir değişiklik yaratacak bilgiyi temin etmektedirler. Örneğin dünyanın herhangi bir yerinde piyasaya sürülen ve bilgi teknolojileri ile haberdar olunan bir ürünün ya da hizmetin benzerlerinden farklılaştırılabilmesi ve daha kaliteli düzeye getirilmesi için bilişim teknolojilerinin etkin ve sistemli bir biçimde çalışması gerekmektedir (Davenport ve Prusak 2001:24). Bilişim sistemleri, örgüt yapısı ve iş tasarımı önemli bir role sahiptir. Doğru bir örgüt yapısı ve iş tasarımı yenilik için gerekli altyapıyı oluşturmaktadır. İşletmeler bilgiye ne kadar açıksa ve bu bilgiyi kendi bünyelerinde uygulayabilirlerse o kadar başarılı ve yenilikçi olmaktadır. Bilişim sistemleri işletmenin yeni ürün ve süreç yaratabilmesi için gerekli bilginin sağlanması, paylaşılması ve uygulanmasını sağlamaktadır. Bu sebeple önceleri yalnızca kurumdaki temel faaliyetleri destekleyen birimler olarak görülen bilişim sistemleri bölümü, mevcut yapıları ve kurumsal ihtiyaçlar bağlamında daha çok analiz edilmekte ve iyileştirilmeleri amacıyla önemli çalışmalar gerçekleştirilmektedir (Van Grembergen ve De Haes, 2005: 1).

Bütün sektörlerde olduğu gibi bilişim sistemleri sağlık sektöründe de önemli bir role sahiptir. Sağlık işletmelerinde verilerin kullanımı ve bilgiye dönüştürülmesinde yoğun olarak bilişim sistemlerinden yararlanılmaktadır. Artan rekabet ortamında hem kamu hastanelerinde uygulanmaya başlanan uygulamalar, artan maliyetler ve yüksek kalite beklentisi sonucunda sağlık işletmeleri bazı uygulama farklılıklarına yönelmek durumunda kalmışlardır. Değişen pazar şartlarına uyum sağlamak, maliyet kontrolü ve rakiplerinden daha kaliteli ve daha farklılaştırılmış hizmetler sunmak bu farklılıklardan bazılarıdır. İşte bu noktada, bilişim sistemleri yöneticilere hızlı ve doğru karar almaları için gerekli veriyi temin etmektedir.

Sağlık hizmetleri sunumunda bilginin önemi ve etkisi hem yönetsel anlamda hem de tanı ve tedavi birimlerinde gün geçtikçe artmaktadır. Bu sayede, yüksek kaliteli sağlık hizmeti ve etkin bir yönetimin sağlanmasında bilişim sistemleri etkin bir rol oynamaktadır. Bilişim sistemleri, sağlık kuruluşlarında bilginin kapsamlı ve dikkatli bir şekilde yönetilmesini kolaylaştırmaktadır. Hasta ile doktor arasında güçlü ilişkilerin kurulmasında bile bilişim sistemleri etkili olmaktadır. Bilişim sistemleri doktorlara hasta hakkında ihtiyaçları olan bilgiyi zamanında ve eksiksiz bir biçimde temin ederek doğru teşhis, doğru tedavi seçme, geliştirme olanağı tanımaktadır. Tüm bu sistemler sağlık işletmelerinde organizasyonel sermayenin sağlık bilişim sistemi yoluyla hasta kayıt sistemi gibi yenilikler geliştirmesini sağlamaktadır. Elektronik hasta kayıt sistemi; sağlık hizmeti veren personelin sağlık bakımı için ihtiyaç duyacağı verilere daha iyi ve daha hızlı bir şekilde ulaşmasını, daha iyi kalitede veriler elde etmesini sağlamaktadır. Elde edilen veriler ölçülerek performansa dayalı bakım kalitesi değerlendirme çalışmalarının daha kolay yapılabilmesi ve sürekli kalite iyileştirilmesi çalışmalarına önemli katkıların sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Elektronik hasta kayıtları; maliyetleri düşürerek ve personelin verimliliğini arttırarak sağlık bakım kuruluşlarının etkililiğini arttırmaktadır. Bu da organizasyonel sermayenin işletme personelin bilgiye daha hızlı ve etkin yollarla erişimini kolaylaştırarak yeniliği sağlanmasında ne kadar etkin olduğunu göstermektedir.

Sağlık işletmelerinde organizasyonel sermayenin bilişim sisteminin gelişmesini teşvik etmesi sonucunda gelişen yenilikler hastaların tedavi süreçlerine de etki etmektedirler. Sağlık işletmelerinde organizasyonel sermaye bilişim sistemleri yolu ile teşhis ve tedavi sürecinde de yeniliğine yol açmaktadır. Teşhis Tedavi Sistemleri, teşhis ve tedaviye destek sağlayan görüntüleme ve laboratuvar sistemleri ve diğer uygulamalardan meydana gelmektedir. Gelişmiş görüntüleme, laboratuvar cihazları ve hasta takip monitörleri bu sistemin en belirgin örnekleridir. Bilişim sistemlerinde meydana gelen yenilikler sonucunda bu cihazlar, hem bağımsız hem de entegre şekilde çalışmak üzere tasarlanıp üretilmektedir. Hasta bilgileri kaybolmadan dijital ortamda daha hızlı ve daha güvenilir bir şekilde oluşturulmakta, değerlendirilmekte ve saklanmaktadır. Böylelikle hastalara sunulan hizmetin etkinliği ve verimliliği artmaktadır. Bu sonuçlar neticesinde organizasyonel sermayenin bilişim sistemlerindeki gelişmeler yoluyla bu cihazlarda yenilik yapması hastaya verilen hizmet sürecinde yenilik oluşturmaktadır.

Sağlık sektörünün en önemli olgusu olan hasta tanı sürecinin doğru işlemesi bilişim sistemlerindeki gelişmelere bağlıdır. Bilişim sisteminde meydana gelen gelişmeler hasta tanı sistemlerinde yeniliğe neden olmaktadır. Örneğin, radyologların önemli sorunlarından biri, yalancı negatif tanı olarak da bilinen, patolojinin gözden kaçması yani tanının atlanmasıdır. Atlanan tanı hasta tedavisinin başarısız olmasına yol açmaktadır. Bilişim sistemindeki gelişmeler sonucunda ortaya çıkan gelişmeler dijital radyografi ile elde edilen panoramik görüntülerin büyütülmesi, üzerinde çeşitli görüntü işleme işlemleri yapılması ve özellikle belli bir bölgeye odaklanarak daha detaylı görüntüler elde edilebilmesini sağlamaktadır. Bunun sonucunda, dijital radyografi bu özelliği ile hastanın en düşük miktarda radyasyon almasını ve hızlı bir şekilde doğru tanının konmasını sağlar (Güleş ve Özata, 2005:131). Böylelikle geliştirilen bilişim sistemleri doğru tanı konulması sürecinde gerekli alt yapıyı sağlamakta ve tanı konma sürecinde yenilik oluşmaktadır. Ortaya çıkan süreç yeniliği doktorlara detaylı görüntü ve zamandan tasarruf imkânı vermektedir.

Organizasyonel sermaye ve firma yenilikçiliği arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; Nonaka ve Takeuchi (1995)'nin yaptığı araştırmada bilgi üretimi ve işletme alt yapısının yeniliğin sürekliliğini rekabetçi avantajlar eşliğinde sağladığı sonucunda ulaşıldığı belirlenmiştir. Bu nedenle işletmelerin örgüt düzeyindeki yenilikçilikleriyle işletmenin bilgi alt yapısı arasında yakın bir ilişki olduğu söylenebilmektedir. Bontis (1998)'in yaptığı çalışma sonucunda organizasyonel sermayenin işletmenin yenilik performansını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Youndt, vd., (2004) ve Subramaniam ve Youndt (2005)'de yaptıkları çalışmalar sonucunda organizasyonel sermayenin işletmenin yenilik performansını pozitif yönde etkilediğini kanıtlamışlardır. Karakaya ve Kobunun (1994) yaptıkları araştırmalarda kurum içi Ar-Ge düzeyinin ileri teknoloji firmaları ve diğer firmalarda, yeni ürünlerin başarılarıyla olumlu ilişkide olduğunu savunmaktadırlar. Araştırmacılara göre Ar-Ge yeni ürünlerin performansını olumlu yönde etkileyerek firma yenilikçiliğini artırmaktadır. Covin ve Slevin (1991) yaptıkları araştırmada, kurum kültürünün firmanın yenilikçilik davranışları için kritik faktörlerden biri olduğunu saptamışlardır. İşletme içerisinde olumlu kültüre sahip firmaların vizyonları, misyonları ve stratejileri birbiriyle uyumludur ve çalışanların risk almalarını, fırsatları araştırmalarını, yenilik yapmalarını sağlayarak yenilikçi davranışları ortaya çıkartıklarını belirtmişlerdir.

Yapılan araştırma sonucunda organizasyonel sermayenin firma yenilikçiliği üzerindeki etkilerini ampirik yünden inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir. (Covin ve Slevin, 1991; Nonaka ve Takeuchi, 1995; Bontis, 1998; Youndt vd., 2004; Subramaniam ve Youndt, 2005; Karakaya ve Kobunun, 1994). Bu sebeple bu tez çalışması organizasyonel sermayenin Ar-Ge, entelektüel mülkiyet ve enformasyon teknolojisi gibi unsurlar yoluyla işletme yenilikçiliğini artırdığı tartışılmaktadır.

Hipotez 2: Firmaların organizasyonel sermayesi ile firma yenilikçiliği arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2.3. İlişki Sermayesi ve Firma Yenilikçiliği Arasındaki İlişki

İşletmelerde ilişki sermayesi, yenilikçilik sürecine katkı sağlayan kurum içi ve dışı bir sermaye unsuru olarak değerlendirilmektedir. İlişki sermayesinin en önemli ayağını oluşturan müşteriler, işletmelere sağladıkları yeni ürün/hizmet tekliflerini veya mevcut ürün/hizmetin yeniden tasarlanmasına yönelik fikirleriyle yeni ürün ve hizmet geliştirilmesi sürecine katkıda bulunmaktadır. Yani, ilişki sermayesi müşteriden alınan geri bildirimler sayesinde yenilik geliştirme sürecini desteklemektedir. İlişki sermayesi önceleri sadece müşteri sermayesi olarak nitelenmiş olsa da gelişen yönetim anlayışı ve işletme süreçlerinde müşterilerin aktif katılımı ile kavramın kapsamı ve içeriği genişlemiştir. Bu kapsamda ilişki sermayesi işletmenin müşterileri, tedarikçileri, rakipleri ve iletişim içerisinde bulunduğu tüm çevresel unsurları içermektedir. İlişki sermayesi işletmenin iç ve dış çevresinde bulunan tüm bu unsurların bilgisinden faydalanarak yenilik sürecine katkı sağlayan öğeleri arttırmaktadır. Örneğin, müşterileri, tedarikçilerin ve rakiplerin fikirlerinin alınması, memnuniyetlerinin belirlenmesi, geri bildirimlerinin değerlendirilmesi yenilik performansını arttıran yeni uygulamalara yönlendirmektedir. Müşteriler, hizmet ve ürünlerde eksikliğini duydukları noktaların iyileştirilmesi yönünde kendi faydalarına yönelik geri bildirim yapmaktadırlar. Bu geri bildirim sonucunda yenilik sürecini besleyen bilgiyi işletmenin kullanımına sunmaktadırlar (Toraman vd., 2009). Ayrıca, artan müşteri farkındalığı ve beklentisi, müşterileri yeni ürün/hizmet içeriklerine katkı sağlayan en önemli kaynak haline getirmektedir. Müşteri memnuniyetini arttırmak amacıyla firmaların yeni pazarlama yöntemlerini sürece dâhil etmesi veya mevcut sistemlerin iyileştirilmesi firma yenilikçiliğini desteklemektedir.

İlişki sermayesi firmaların işbirlikleri, ortaklıklar ve güçlü ilişkiler kurmasını kolaylaştırarak yeni kaynak ve yetkinlikleri en verimli şekilde keşfetmelerini sağlamaktadır (Cuganesan, 2006). Kurulan bu bağlantılar partnerler arasında yenilikçi fikirlerin paylaşılmasını ve ortak yenilik girişimlerinde bulunulmasını kolaylaştırmaktadır. İlişki sermayesi firmaların iç ve dış müşterilerin, tedarikçilerin, rakiplerin, kamu kuruluşlarının ve üniversite veya özel sektörün desteklediği araştırma ve teknoloji merkezleri gibi ilişki içerisinde

bulunduğu tüm çevresel unsurlardan yenilik sürecinde kullanabileceği bilgiyi temin edebilmektedir. Sağlık sektöründe de tedarikçilerle ticari işbirlikleri kurmak sektörde yenilik sağlamak için gereklidir. Sağlık sektöründe sağlık turizmi, hizmetler arası ticaret gerektiren, tıp ve turizm sektörleri arasında bağlantı kuran ekonomik bir faaliyettir (Bookman ve Bookman, 2007). Sağlık sektöründe ticari işbirliğinin en belirgin olduğu alan sağlık turizmidir. İlişki sermayesi sağlık turizmi yoluyla hizmet yeniliğine yol açmaktadır. Sağlık turizmi tedarikçilerle işbirliği sürecinin önemli olduğu bir hizmet koludur. Sağlık turizmi bu alanda birçok yeniliğe neden olmaktadır (Connel, 2006). Sağlık sektöründe kar marjının yüksek olduğu bir alan olan sağlık turizminde işbirliği yapacak tedarikçiler oteller, seyahat acenteleri, ulaşım firmaları, sigortacılar, pazarlama firmalarını bir işbirliği ağı içerisinde bir araya getirerek sektörde birçok hizmet yeniliğinin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde yaşılanan nüfusun artan sağlık ihtiyaçları, sosyal güvenlik maliyetleri ve sağlık giderlerin sosyal güvenlik kurumlarını zorlamaktadır. Bu sıkıntıları aşmak için, gelişmiş ülkelerde bulunan sosyal güvenlik kurumları ve özel sigorta kurumlarının kaliteli tıbbi hizmet sunan ve yakında yer alan ülkelerle paket anlaşmalar yaparak sağlık hizmetlerini düşük maliyetli alma çabaları görölmektedir (Yalçın, 2006). Ülkemizde sağlık turizm hizmetleri ile ilişki sermayesine verilen önem artmaktadır. Sağlık turizmi hizmetleri içerisinde plastik-estetik cerrahi ameliyatları, göz kusuru düzeltme ameliyatları, açık kalp cerrahisi, her türlü kanser ve diş tedavileri hatta organ nakli ameliyatları, tüp bebek tedavisi, ortopedi gibi ileri teknoloji gerektiren ve maliyeti yüksek çeşitli tıbbi tedaviler yer almaktadır.

Firmaların çevreleriyle kurduğu yakın ve olumlu ilişkiler onların marka imajını desteklemektedir. Bu sayede firmalar yenilik faaliyetlerini geliştirebilecek daha fazla kaynağa kolaylıkla erişebilmektedirler. İlişki sermayesinde markalaşma yenilik yaratmak için önemli bir unsurdur. Yenilikçilik ve markalaşma arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır (Davis, 2000:4-9). Güçlü bir marka imajı yöneticiler, yatırımcılar ve müşteriler için dikkate değer bir entelektüel varlıktır. Markalaşmak bir işletmeyi diğerlerinden daha değerli kılmaktadır. Yenilikçi bir

marka, işletmeye müşteri bağlılığı, rekabetten ve krizlerden etkilenmeme, geniş kâr marjı, fiyat artışlarında daha düşük müşteri tepkisi şeklinde yararlar sağlamaktadır. Bu nedenle, sağlık sektöründe hastalar severek, güvenerek bağlandıkları sağlık kuruluşları ve doktorlar ile ilişkilerini çok uzun süre devam ettirmektedirler. Yenilikçi olan marka hastalar tarafından daha fazla tercih edilmekte ve yüksek değer biçilmektedir.

Dinamik bir sektör olan sağlık sektöründe ilişki sermayesi giderek daha fazla vurgulanmaktadır. Ülkemizde sağlık sektöründe devlet tarafından marka oluşturulması için yapılacak pazarlama süreçlerinde haklı sınırlamalar mevcuttur. Sağlık sektöründeki sınırlamalar, pazarlama ve marka yönetiminin süreçlerde yenilik yapmasına neden olmaktadır. İlişki sermayesi marka yoluyla hizmet süreçlerinde yeniliği sürekli geliştirme talebi içerisindedir. Sağlık sektöründe yasal mevzuatlarla sınırlandırılırsalar da dijital platformlar markalaşma sürecini hızlandırmaktadır. Örneğin, kullanımı kolay, basit ve amaca yönelik uygulamaların bulunduğu mobil uygulama tasarımları ve sosyal medya hizmet sürecine yenilik getirmektedir. Sağlık işletmelerinin dijital platformları geliştirmeleri ve yenilemeleri sayesinde artık markalaşma, sağlık pazarlamasına harcanan yüksek bütçeler ve yıllar süren sabırlı bekleyişleri gerektirmemektedir. Dijital altyapı sayesinde çok daha hızlı ve kısa sürede sağlık markalaşması gerçekleşmektedir. Böylelikle sağlık işletmesi marka imajını güçlendirip sürdürmektedir. Bu da markalaşma yoluyla süreçlerde ve hizmet algısında yeniliğe neden olmaktadır. Sağlık sektöründe markalaşma dijital ortamın şeffaf ve erişilebilir bir alt yapıya sahip olmasını gerektirmektedir. Bu sayede hastalara daha doğru ve zamanlı bilgi verilebilmekte bu da hastalarla yakın ve aktif ilişkiler kurulmasını kolaylaştırmaktadır. Dijital ortamda kurulan web sitesi, facebook, twitter, bloglar, mikroblogger ve forumlar gibi sosyal medya platformları sağlık sektöründe hastalar ve hasta yakınları tarafından sıklıkla ve aktif kullanılmaktadır. Sosyal medya aracılığı ile diğer kullanıcılara hızla ulaşabilmekte dolayısıyla sağlık işletmesinde markalaşma yoluyla yapılan uygulamalar ve süreçler yeniliklere sebep olmaktadır.

Müşterilerin acil taleplerini karşılamak, müşteri memnuniyetine odaklanmak ve müşteri odaklı proaktif bir tutum geliştirmek yeniliği sürekli kılmaktadır (Han vd., 1999). Bu noktada ilişki sermayesi hasta ve kurum arasında güvene dayalı bir ilişki kurulmasını taahhüt etmektedir (Huang ve Chang 2005). Hastalar alternatif imkânları değerlendirmekte ancak beklentilerini en iyi derecede karşılayan ve hizmet yeniliğine giden kuruma karşı güven duymaktadırlar. Böylelikle hasta sadakati oluşmaktadır. Bu nedenle ilişki sermayesi müşteri odaklılık yoluyla müşteri sadakati oluşturmakta ve hizmet sürecinde yeniliği kolaylaştırmaktadır. İlişki sermayesinin sürekliliği için hasta sadakati gereklidir. Hasta sadakatini belirleyen en önemli faktör ise tüm çalışanların hizmet süreçlerinde hasta odaklı yaklaşım benimsemeleridir. Bu yaklaşım doğrultusunda ilişki sermayesinin odağı olan müşterilerle ilişkiler güçlendirilmekte, ortak çözümler geliştirilmekte ve müşteri beklentilerinin üstünde bir hizmet sunulmaktadır. Bu sayede değişen çevresel koşullara ve hasta istek ve taleplerindeki değişikliklere zamanında ve uygun yeniliklerle yanıt verilmektedir.

Hasta sadakatinin öneminin farkına varan sağlık işletmeleri hasta sadakatini koruyan ve artıran programlar düzenleyerek hasta sadakatini en üst düzeyde tutmayı hedeflemektedir. Hasta sadakati programı, hasta ve hasta yakınlarına sağlık işletmesinin müşterisi olmalarının yanında paydaşları da olduklarını hissettirmeyi amaçlayan hizmetler içermektedir. Örneğin, yılbaşı, resmi ve dini bayram tatilinde kurumda yatan hastaların hastane yöneticileri ve hasta hakları ve ilişkileri çalışanları tarafından ziyaret edilmesi hastaları kurumun paydaşı gibi hissettirmektedir. Diğer hizmetlere verilebilecek örnekleri ise; web sitesi, çağrı merkezi ve sosyal medya aracılığı ile gelen hasta şikâyetlerine hızlı geri dönüş yapılarak proaktif çözümler üretilmesi, sağlık kurumundan hizmet alan hastaların çağrı merkezi tarafından aranması ve memnuniyetlerinin sorgulanması gibi yaklaşımlardır. Hasta odaklı sağlık işletmelerinde hasta sadakatini koruma ve artırmaya yönelik hizmet yenilikleri işletme içerisinde ilişki sermayesinin sürekliliğini sağlamaktadır. Böylelikle sağlık işletmeleri hasta sadakati oluşturarak ilişki sermayesinin yüksek performans ile sonuçlanabileceği hizmet yeniliği yaratmaktadırlar.

İlişki sermayesi ve firma yenilikçiliği arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde, Phillips (1999) 'in yaptığı araştırma sonucunda günümüzde işletmelerinin başarısının, müşteri beklentilerini karşılama, müşteri bağlılığı ve çevresel koşullarda meydana gelen değişim ve yeniliklere uyum sağlayabilme yeteneğine bağlı olduğu sonucuna ulaşıldığı görülmektedir. Bontis (1998)'in yaptığı çalışma sonucunda ilişki sermayesinin işletmenin yenilik performansını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Otelcilik sektöründe Brown ve McDonnell (1995) tarafından yapılan çalışmanın sonucunda işletmelerinin faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmeleri için, mevcut hizmet ve süreçlerini sürekli iyileştirmelerini ve bunun için de işletmelerin müşteri beklentilerine yönelik yenilikleri örgüt düzeyine taşınması gerektiğine yönelik sonuçlara ulaşmıştır. Gray vd., (2000) , otel işletmelerinde işletmenin yenilikçilik performansını iyileştiren örgütsel özellikleri belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmada; otel yöneticilerinin müşteri odaklı olmaları ve müşterilerin taleplerinin önemsendiği bir örgüt kültürü oluşturmaları halinde firma yenilikçiliğinin artacağı öne sürülmektedir. Youndt vd., (2004) ve Subramaniam ve Youndt (2005)'de yaptıkları çalışmalar sonucunda ilişki sermayesinin işletmenin yenilik performansını pozitif yönde etkilediğini kanıtlamışlardır. Şahin'in (2009) yılında Mersin'de faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yenilik faaliyetlerini ölçme amacıyla yaptığı araştırmada müşterilerle yüz yüze iletişimin yoğun olduğu hizmet birimlerinde çalışanların müşterilerin istek ve beklentilerinin çok daha hızlı biçimde karşıladığı tespit edilmektedir. En çok yenilik gerçekleştirilen ilk üç sektör; gıda (% 11,5), turizm (% 10,4) ve lojistik (% 10,4), olarak belirlenmiştir. Hizmet süreçlerinde yenilikçi bir yaklaşım sergileyerek müşteri memnuniyetini sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Agarwal vd., (2003), Ottenbacher ve Gnoth (2005); Anonymous (2006) tarafından yapılan araştırmalarda işletmelerin yenilikçilik olgusu ile müşteri hizmetleri arasındaki ilişki incelenmiş ve pozitif yönde bulgulara rastlanmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda ilişki sermayesinin firma yenilikçiliği üzerindeki etkilerini ampirik yünden inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir. (Bontis, 1998; Phillips,1999; McDonnell, 1995; Gray vd., 2000; Agarwal vd., 2003, Youndt, vd., Snell, 2004;

Subramaniam ve Youndt, 2005; Ottenbacher ve Gnoth, 2005; Anonymous , 2006; Şahin, 2009). Bu sebeple bu tez çalışması ilişki sermayesinin, müşteri farkındalığı ve beklentisi, müşteri memnuniyeti, müşterilerle ticari işbirliği, marka, müşteri odaklılık ve müşteri sadakati gibi unsurlar yoluyla işletme yenilikçiliğini arttırdığını tartışmaktadır.

Hipotez 3: Firmaların ilişki sermayesi ile firma yenilikçiliği arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2.4. İnsan Sermayesi ile Firma Performansı Arasındaki İlişki

İşletmeler için insan sermayesi firma performansının artması ve sürdürülebilir olması için en önemli kaynaklardan biridir. İnsan sermayesini oluşturan önemli unsurlardan biri çalışanın iş tatminidir. İnsan sermayesi iş tatmini yoluyla firma performansını etkiler. İş tatmini bir çalışanın işinden istediği ile elde ettiğini karşılaştırması sonucunda göstermiş olduğu duygusal tepkiye verilen addır (Samad, 2006). Çalışan, işin kendisi, çalışma ortamı ve koşulları, yönetimin tutumu gibi iş şartlarını ve işten elde ettiği ücret, terfi, iş güvenliği gibi sonuçları ihtiyaç, değer ve beklentiler sistemi içerisinde kişisel bir değerlendirmeye tabi tutarak, yaptığı iş ve iş koşullarına ilişkin algılar geliştirmektedir (Çekmecelioglu, 2005). Bu algılar iş tatminini oluşturmaktadır. Yüksek iş tatmine sahip çalışanlar daha çok çalışma, daha iyi hizmet sunma, parçası oldukları işletmelere daha ilgili olma ve daha kaliteli hizmet sunma eğiliminde olmaktadır (Yoon ve Suh 2003). Çalışanların artan iş tatmini çalışan verimliliğini arttırmaktadır. Böylelikle çalışanların artan iş tatmini işletmeleri daha verimli ve etkili kılmakta dolayısıyla firma performansı artmaktadır (Wang ve Netemeyer, 2002).

İnsan sermayesinin işletme içerisinde öneminin anlaşılması sonucu firmalar çalışanların iş tatmin düzeyinin artmasını teşvik etmektedir. İş tatmininin sağlanması firma performansı için gereklidir. İş tatmini duyan çalışanlar, işlerine odaklanmakta, motivasyonları artmakta ve yüksek düzeyde performans

sergilemekte diler (Poon, 2004). Çalışan performansı, çalışan devir hızını, örgütün büyüme hızını, verimliliğini dolayısıyla örgütün performansını etkilemektedir (Örücü ve Esenkal 2005: 145). İş tatminini etkileyen faktörlerden biri çalışma koşullarıdır. Çalışma koşulları, fiziksel çevre, çalışma saatleri, iş sağlığı ve güvenliği, ücret gibi kavramları içinde barındıran bir kavramdır. Bu kavrama ilaveten profesyonel kimlik, anlamlı iş, kararlara katılma, özerklik, yöneticiler ve diğer meslektaşlarla ilişkiler, etkili liderlik, karşılıklı güven, profesyonel gelişim ve öğrenmenin teşvik edilmesi fiziksel ve psikolojik güvenlik, etkili iletişim ve ekip çalışması gibi unsurları içerisinde barındırmaktadır (Nalbant, 2006). Çalışma koşullarının çalışanlara uygun olması çalışan tatmini artırmaktadır. Bu nedenle insan sermayesi uygun çalışma koşullarının sağlanması durumunda, artan iş tatmini yoluyla firma performansına ve sürekliliğine pozitif yönde etki etmektedir.

Sağlık sektörü incelendiğinde iş tatminini sağlayan en önemli unsurlardan birinin çalışma saatleri olduğu görülmektedir. Sağlık sektörü, 7 gün 24 saat hizmet vermektedir. Verilen hizmetlerin devam edebilmesi için normal çalışma saatleri ve günleri dışında vardiya veya nöbet sistemiyle çalışılmaktadır. Vardiyalı çalışma işin niteliğinden kaynaklanmaktadır. Sağlık çalışanlarının bu çalışma sisteminden dolayı hafta sonu ve gece de vardiya sistemiyle nöbet usulü çalışması gerekmektedir. Sağlık sektöründe gece ve gündüz çalışmayı zorunlu kılan vardiyalı çalışmanın sürekli olmasından dolayı fizyolojik yorgunluk ve sosyal uyumsuzluk sorunu oluşmaktadır. Bu sorun iş performansının düşmesine ve buna bağlı olarak hata kabul etmeyen bir sektör olan sağlık sektöründe hataların ve iş kazalarının artmasına, çalışanın fiziksel ve ruhsal sağlığın bozulmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla sağlık işletmelerinin, çalışanların iş tatminini düşürmeyecek düzeyde çalışma saatleri uygulayarak insan sermayesinin yüksek performans sağlayabileceği iş ortamı yaratması gerekmektedir. Örneğin, sağlık sektöründe çalışma saatleri en uzun olan çalışanların başında hemşireler ve sonrasında doktorlar gelmektedir. Hemşirelerin iş tatmininin artması firma performansını etkilemektedir. Hemşirelik çalışma ortamından kaynaklanan pek çok olumsuz faktörün etkisiyle yoğun iş yüküne sahip stresli bir meslektir. Hemşireler, sağlık ekibi içerisinde hasta bireyin ve ailesinin tüm sağlık problemlerinde 24 saat boyunca ilk başvurdukları ve bu görevi nedeniyle sağlık

ekibi içerisinde iletişimi sağlayarak kilit rol oynayan sağlık personelidir. Sağlık işletmelerinin insan sermayesinde önemli bir rol oynayan hemşirelerin sayısının artması sonucunda, çalışma koşulları rasyonel bir şekilde düzenlenmiş, vardiya ve nöbet saatleri azaltılmıştır. Çalışma koşulları düzeltilen hemşirelerin performansının artması işletme performansına da olumlu olarak yansımaktadır.

İnsan sermayesini etkileyen başka bir iş tatmini unsuru ücrettir. Ücret, çalışanların iş tatminini artırarak firma performansının artırmaktadır. Çalışanların aldıkları ücretler yaptıkları işin niteliğine göre değişmektedir. Örneğin, sağlık işletmeleri çalışanları, yaşamsal tehdidi bulunan görev ve sorumluluklara sahip, zamanla yarışan, farklı teknolojilerin kullanıldığı sektörde görev yapmak durumunda kalan, çalışma ortamında stres ve baskı unsurunun yoğun olduğu bir gruptan oluşmaktadır (Josten vd., 2003). Artan sağlık personeli talebi ve çalışma koşulları nedeni ile sağlık çalışanlarının ücretleri bu koşullar gözetilerek belirlenmektedir. Örneğin, kamu hastanelerinde Sağlıkta Dönüşüm Projesi ile beraber artan sağlık personeli ihtiyacı neticesinde birçok hekim, hemşire ve sağlık çalışanı kamu hastanelerinde çalışmaya başlamıştır. Bu nedenle özel sağlık işletmeleri sağlık personelinin iş tatminini artırmak için ücret politikasını iyileştirmiştir. Böylece kamu ve özel hastanelerde çalışan sağlık personelinin düzenlenen ücret politikası iş tatminini artırmıştır. Bu düzenlemenin sonucu sağlık işletmelerinin performansına olumlu yönde yansımaktadır.

İş tatmini artan çalışanın işe bağlılığı gelişmektedir. İşletmeye bağlılık, firmanın performans başarısının ardındaki en önemli güçtür (İşcan ve Naktiyok, 2004). İşletmeye bağlılık veya örgüt bağlılığı, bireyin kurumsal amaç ve değerleri kabul etmesi, bu amaçlara ulaşılması yönünde çaba sarf etmesi ve kurum üyeliğini devam ettirme arzusudur (Durna ve Eren, 2006:211). Nitelikli çalışanın kendisini işletmeye ait hissederek çalışması, bütün yetenek ve bilgisini örgüt için kullanması firma performansını artırmaktadır. İşletme bağlılığının işletmeler için en önemli özelliği yetenekli insan kaynağından en yüksek derecede yararlanabilmek olanağı sunmasıdır. İşletme çalışanlarının işletmenin bir parçası olduğu algısı ile hareket etmeleri, firma performansına sağladıkları katma değer hem nitel hem de nicel olarak düzeyini artırmaktadır. Bu da bağlılığın işletme için

önemini göstermektedir (Ersoy ve Bayraktaroğlu, 2010:1-18). İşletmeye bağlılığın yüksek olmasının çalışanların performansını, iş tatminini ve işletme verimliliğini artırmakta; işe devamsızlığı ve personel devir hızını ise azaltmaktadır (Guatam vd., 2004). Bu çerçevede, işletmeye bağlılık işe geç gelme, devamsızlık, işten ayrılma gibi istenmeyen sonuçları azaltmakta ve ürün veya hizmet kalitesine olumlu yönde katkıda bulunmaktadır. Bir işletmenin üyesi kalma yolunda arzu duyma, işletme adına yüksek düzeylerde çaba sarf etme isteği, işletmenin amaç ve değerlerine kesin bir inanç ve kabul, işletme ile özdeşleşme gibi özellikler içeren işletmeye bağlılık; iş performansı ve verimlilik üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır. Böylelikle işe bağlılığı yüksek olan çalışanlar örgüt için daha fazla vatandaşlık davranışı sergilemekte, performansları daha yüksek olmaktadır. Bundan dolayı firma performansına katkı sağlarmaktadır (Sökmen, 2000:29) Örneğin, sağlık işletmelerinde işe bağlılık doğrudan hasta memnuniyetine etki etmektedir (Devebakan, 2005;5). Özellikle hekimlerin ve diğer yardımcı sağlık personelinin iş tatmini ve örgütsel bağlılığının yüksekliği hasta bakım kalitesinin yüksek olmasına, dolayısı ile hasta sadakatinin artmasına ve hastane karlılığında artışa neden olmaktadır (Ford vd., 2006). Bu nedenle sağlık sektöründe insan sermayesi iş tatmini ve işe bağlılık yoluyla firma performansını etkilemektedir.

İnsan sermayesi çalışanın etkin liderlik yönelimi yoluyla işletme performansına etki etmektedir. Liderlik yeteneklerinin işletmenin çalışanlarında güdülenme, kendine güven, iş yapmada kendi kendine yeterlilik, iş tatmini, öğrenme, örgüte bağlılık, yaratıcılık gibi alanlarda farklı etkiler yaptığı ve sonuçta işletme performansını etkilediği ifade edilmektedir (Rowe, 2001). Lider, işletme çalışanlarına adaletli ve ahlâklı davranan, güvenilir, bağlı bulunduğu işletmenin misyon ve vizyonuna sahip çıkan, tüm çalışanlarla iyi iletişim içerisinde olmayı başarabilen, çalışanları işletmenin hedeflediği başarıya ulaşması için motive eden ve işletmenin kârını yükselten, performansını arttıran kişi olarak tanımlanmaktadır (Slavkin, 2010). Lider bir işin iyi yapılabilmesi için kabiliyet, bilgi ve deneyimini bir bütün olarak kullanılmaktadır (Çelebi, 2002: 17). Liderlik becerisi ise etkili liderlik yapabilmek için bireyin liderlik yeteneğini, bilgisini ve deneyimlerini kullanabilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Mumford, 2007). Böylece kullanılan bilgi ve deneyim liderlik becerisini ortaya çıkararak işin etkin yapılmasını

sağlamakta ve işletmenin performansını pozitif yönde etkilemektedir. Liderlik yeteneğine sahip çalışanlar işletme yöneticileri tarafından desteklendiği sürece, gerek aldıkları kararlar gerekse davranışları ile işletme faaliyetini dolayısıyla işletme performansını etkilemektedirler. Liderlik yeteneğine sahip çalışan işletme içerisindeki farklı meslek grupları arasında koordinasyonu sağlamakta, çatışmaları önlemekte ve sorunlara çözüm üretmektedirler. Bu süreç çalışanların yönetsel becerilerini geliştirerek yani insan sermayesine gerekli önemi vererek gerçekleşebilmektedir. Çünkü liderlik yeteneği olan çalışanlar işletmede karar verici konumda bulunmaktadır. Ve bu kişilerin verdikleri kararlar işletme performansını doğrudan etkilemektedir (Zhu vd., 2005).

Liderlik yeteneğine sahip başarılı çalışanlar, aynı zamanda yüksek ikna kabiliyetine sahiptirler. Bu şekilde örgütsel alanda güven ve kararlılık aşılır ve sonuçlara ulaşmada problem çözücü rol üstlenmektedirler. Bu da etkin liderlik yeteneği olan çalışanların işletmeyi daha yüksek başarı ve performans düzeyine çıkarmaktadır. Sağlık işletmelerinde liderlik yeteneğine sahip çalışanlar, iyi rekabet edebilen, sağlık işletmesindeki hizmet süreçlerini doğru bir şekilde analiz edebilen ve sağlık hizmetlerinin değerini yükseltebilen kişilerden oluşmaktadır (Dalziel, 2000). Sağlık işletmelerinde liderlik becerisi, yenilikleri takip edebilme ve işletmeye bu yenilikleri uygulayabilme açısından önem taşımaktadır. Sağlık işletmelerinin performansında önemli bir rol oynayan liderlik becerisi; stratejik karar verebilme yeteneği, vizyon belirleme, yenilikçi bakış açısına sahip olma, hedef belirleyip o hedeflere ulaşma, çalışanlarla olumlu iletişim kurma, çalışanların motivasyonunu sağlama motive etme, iş fırsatlarını görebilme, problemlerin çözümünde yeni ve etkili yollar deneme gibi yeteneklere sahip olmayı gerektirmektedir (Dennis, 2008). Sağlık işletmelerine artan talep nedeni ile sürekli yeni ünitelerin eklenmesi sonucunda çalışan sayısında artış meydana gelmiştir. Ayrıca artan teknolojik yenilikler sağlık işletmelerinin birçok hizmeti bir arada verme zorunluluğuna yol açmaktadır. Bu nedenle sağlık sektöründe liderlik kavramının önemi artmıştır. Yenilikçi, bilgiye önem veren işbirlikçi, kolektif çalışan, iyi iletişim kurabilen, otoriteyi astlarına dağıtan ve onların kendisine güvenmesini sağlayabilecek özellikler taşıyan lider, sağlık çalışanlarının

performanslarının artmasını sağlamaktadır(Scott, 2010). Böylece işletmenin performansına katkıda bulunmaktadır.

Sağlık işletmelerinde doktorlar ile diğer sağlık çalışanlarının arasındaki koordinasyonun sağlanması, etkili, gerekli ve doğru yönlendirmenin yapılması, insan unsurunun ön planda olduğu sağlık işletmelerinin verimini etkileyen önemli unsurlardan birisini oluşturmaktadır. Bu koordinasyon doktorlarla gerekli ve olağan koordinasyonun yapılması sonucu etkin bir şekilde uygulanabilmektedir. Sağlık işletmelerinin en önemli çalışanlarında olan doktorlar, kültürel ve geleneksel olarak iyi takım oyuncuları değildirler. Meslekleri doğası gereği, astları kendi takımlarını destekleseler de bireysel hastaları için verilen sorumluluk onlar için daha fazla önem taşımaktadır. Birçok doktor takımdaki eşit oyuncular olarak işlerinde az deneyim kazanmaktadır. Bir takımda etkili olarak çalışmak, bir tek oyuncu olmanın gerektirdiğinden farklı beceriler gerektirmekte ve doktorların pek azı bu becerileri elde etmeyi başarmaktadır (Simpson, 1997:80). Bu sebeple sağlık işletmelerinde, doktorların takım çalışmasının bir parçası olmasını ve diğer çalışanlarla işbirliği yapmasını sağlayacak lider ve liderlik becerisine sahip çalışanlara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu role sahip çalışanlar sorunların çözümünde sergiledikleri liderlik davranışları, çalışanların motivasyonunu sağlamaları, stratejik karar verebilme yeteneğini aşılmalari ve vizyon belirlemedeki başarılarıyla işletmenin belirlenen hedeflere ulaşmasına ve verimliliğine katkı sağlamaktadır. İşletmenin sorunların çözümünde sergilenen liderlik davranışları, belirlenen hedefe ulaşması etkinlik ve verimliliğine etki etmektedir (Velioğlu ve Vatan, 2002). Dolayısı ile çalışanların liderlik becerileri firma performansını etkilemektedir.

İnsan sermayesi ve firma performansı arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; Bontis (1998)'ın Kanada'da yaptığı "Entelektüel Sermaye: Ölçüm ve Model Geliştirmek İçin Bir Araştırma" isimli araştırma sonucunda insan sermayesinin işletme performansı üzerinde pozitif etkisi olduğu gözlenmiştir. Bozbura (2004) ise, Türkiye'de Entelektüel Sermayenin Ölçümü ve Uygulaması" isimli çalışmasında Türkiye'de İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören işletmelerin entelektüel sermayeleri ile

pazar/defter değeri oranı arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, insan sermayesi ile işletmelerin Pazar değerleri arasında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Wright ve Snell (1991), Snell (1992), Lado ve Wilson (1994) gibi araştırmacılar insan kaynağının performans üzerine sistematik etkilerini ampirik olarak incelemiştir. Araştırma sonuçları insan kaynağının firma performansını arttırıcı özelliğe sahip olduğunu göstermektedir (Bih-Shiaw, vd., 2006).

Yapılan araştırma sonucunda insan sermayesinin firma performansı üzerindeki etkilerini ampirik ynden inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir. (Wright ve Snell ,1991; Snell ,1992; Lado ve Wilson, 1994; Bontis, 1998; Bozbura, 2004; Bih-Shiaw, vd., 2006). Bu sebeple bu tez çalışması insan sermayesinin iş tatmini, işe bağlılık ve çalışanların liderlik yeteneği gibi unsurlar yoluyla firma performansını arttırdığını tartışmaktadır.

Hipotez 4: Firmaların insan sermayesi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2.5. Organizasyonel Sermaye ile Performans Arasındaki İlişki

İşletmelerde organizasyonel sermaye etkin ve verimli bir iş performansı oluşturmak için önem taşımaktadır (Toraman, vd. 2009). Organizasyonel sermaye alt yapı unsurları ve çalışma sistemleriyle bilgi yaratımı ve paylaşımını yayarak firmaların performanslarını pozitif etkilemektedir (Kim ve Mauborgne, 1997). İşletmenin sahip olduğu temel yetenek bilgidir. İşletme içerisindeki nitelikli bilginin paylaşımı ya da yeniden yaratımı yoluyla firma performansı artmaktadır. Bilginin yaratılması ve yayılması ile bu bilginin yeni ürün ve hizmet geliştirme süreçlerinde şekillendirilmesi sonucunda işletme performansı artmaktadır (Martin, 2000: 23). Bu sebeple işletmeler bilgi edinimi, paylaşımı ve etkin kullanımını kolaylaştıracak örgütsel sistem, süreç ve altyapıyı kurmaladırlar. Güçlü bir organizasyonel sermayeye sahip işletmeler, mevcut bilginin yayılımını ve yeni

bilginin yaratılmasını benimsedikleri örgüt kültürü, organizasyonel yapı, örgüt içi iletişim araçları sayesinde sağlamaktadır (Tsan ve Chang, 2005). Böylece, organizasyonel sermaye optimum işletme performansını destekleyen bir altyapı oluşturmaktadır.

İşletmenin bireysel, örgütsel ve teknolojik destekler işletmelerde etkin bilgi yaratımı ve paylaşımını sağlayan en önemli unsurları oluşturmaktadır (Riege, 2005: 23). Bu destekler işletmenin organizasyonel sermayesini, bilgi yaratımı ve paylaşımının sağlanması yolunda teşvik etmektedir. Yeni bilginin üretimi ve bu bilginin firma içinde paylaşımı çalışanların ihtiyaç duydukları bilgiye erişmelerini ve bu bilgiyi hedeflenen çıktı yönünde kullanmalarını sağlamaktadır. Doğru bilgiyi doğru zamanda doğru hedefler için kullanan çalışanların verimliliği artmakta ve yüksek firma performansına katkıları olmaktadır. Böylece organizasyonel sermaye ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki kurulmaktadır. İşletmelerde etkin bilgi yaratımı ve paylaşımını amaçlayan bireysel destekler; eşitliğe dayalı, güvenli ve uyumlu bir iş ortamı sağlamaktadır. Bu doğrultuda çalışanlar, farklı sosyal, kültürel ve ekonomik özelliklere ve statüleri sahip olsalar bile iş arkadaşlarıyla sinerji ve işbirliği içerisinde çalışma fırsatı bulmaktadırlar (Riege, 2005: 25). Böylece kişisel farklılıklara dayalı bir huzursuzluk ortamı engellenerek çalışanlar arası bilgi yaratım ve paylaşım süreçleri desteklenerek firma performansına katkı sağlanmaktadır. Örgütsel destekler ise; bilgi yaratımı ve paylaşımını destekleyecek fiziksel, çevresel ve mimari unsurları bir araya getirerek doğru altyapının oluşturulmasını hedeflemektedir (Riege, 2005: 27-28). Oluşturulan altyapı sonucunda işletmenin birimleri arasında koordinasyon sağlanmaktadır. Böylece örgütsel destekler yoluyla firma içerisinde bilgi yaratımı ve paylaşımı teşvik edilmekte ve etkin hale gelerek firma performansını pozitif yönde etkilemektedir. Bilgi yaratımı ve paylaşımında teknolojik destekler çalışanlara gerekli teknolojik desteğin, bilişim sistemlerinin ve bu teknolojilerin doğru kullanımına yönelik eğitimlerin sağlanmasına dayanmaktadır (Riege, 2005: 26). Teknolojik desteklerin firma içerisinde bulunması ve aktif olarak kullanılması bilgi yaratımı ve paylaşımı sürecine olumlu katkı sağlamaktadır. Teknolojik unsurlarla desteklenen organizasyonel sermaye, bilgi yaratımı ve paylaşımı süreçleri için gerekli ortamı

oluşturmaktadır. Böylece artan organizasyonel sermaye bilgi yaratımı ve paylaşımı yoluyla firma performansını etkilemektedir.

Bilgi yaratımı ve yayılımı temeline dayanan sağlık sektöründe organizasyonel sermayeden doğru bir şekilde faydalanılması önem taşımaktadır. Hastalara etkin ve verimli sağlık hizmeti sunmayı amaçlayan sağlık işletmelerinde uygun bilgi kaynaklarının yaratılması, geliştirilmesi ve yayılmasını organizasyonel sermaye sağlamaktadır. Bu da tedavi sürecinin en hızlı ve doğru şekilde işlenmesini desteklemektedir. Böylece organizasyonel sermaye sağlık işletmelerinin performansını etkileyen tedavi maliyetlerinin azalmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca organizasyonel sermaye tedavi maliyetlerinin yanı sıra sağlık işletmelerinde önemli bir performans göstergesi olan sağlığına kavuşan hasta sayısının artması ve ölüm oranının azalması gibi performans göstergelerine de etki etmektedir. Bu nedenle, bilginin bu kadar yoğun olarak paylaşıldığı sağlık işletmelerinde, yeni bilginin oluşturulması ve paylaşılması işletme performansını pozitif yönde etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Örneğin, sağlık çalışanları, sektördeki en iyi uygulamalara ulaşma, temel süreçleri radikal bir şekilde yeniden tasarlama, elverişli kaynaklara ulaşma ve asıl faaliyet alanı üzerinde yoğunlaşma amacıyla işletme içerisinde bilgi yaratımı ve paylaşımını etkin bir şekilde uygulamayı amaçlamaktadırlar. Sağlık hizmetlerinin temposunun yoğunluğu ve birçok farklı uzman ile birlikte hareket etme gerekliliği nedeniyle bilgiyi yaratma ve yayma süreci kritik hale gelmiştir. Bilgi yaratımı ve paylaşımının etkin bir şekilde gerçekleşmesi için gerekli imkân ve alt yapıyı organizasyonel sermaye sayesinde sağlayan hastaneler işletme performansının artmasına katkıda bulunmaktadır. Bu süreç, internet, intranet, extranet, yazılım filtreleri, veri ambarı gibi bilgi teknolojilerinin kurum içi ve kurumlar arası bilgi paylaşımını sistematik bir biçimde sağlaması, kolaylaştırması ve hızlandırması yoluyla olmaktadır. Sistematik ve hızlı bir şekilde yapılan bu bilgi paylaşımı hastaların bilgilerinin kayıt altına alınıp doğru kişilere ulaşmasını sağlamaktadır. Hastaların zaman kaybı olmadan tedavileri düzenlenerek sağlıklarına tekrar kavuşmaları için gerekli destek oluşturulmaktadır. Böylece firmanın organizasyonel sermayesi bilgi paylaşımı yolu ile firma performansına etki etmektedir. Ayrıca, çalışanlara hastanenin bilgi sistemleri ve süreçleriyle ilgili

eğitim verilmesi, yeni sistemlerin hızlıca uygulamaya konmasını ve teknoloji yoluyla bilginin etkin paylaşımını kolaylaştırmaktadır. Örneğin sağlık işletmelerinde yoğun bakım ve cerrahi bölümlerinde diğer bölümlerden farklı olarak solunum destek cihazı, hasta takip ve tedavisi yapan monitörler, kemoterapi pompaları gibi bir takım teknolojik cihazlar kullanılmaktadır. Cerrahi bölüm ve yoğun bakım bölümü çalışanlarının teknolojik bilgiye sahip olmaları ve bu bilgiyi bu cihazların kullanımını konusunda kolaylık ve avantaj yaratmaktadır. Böylece organizasyonel sermaye hastanenin teknolojik altyapısı ile desteklenerek hasta tedavilerinde başarıya dolayısıyla yüksek performansa ulaşılmaktadır.

Organizasyonel sermaye oluşturduğu örgüt kültürü sayesinde işletme performansını pozitif yönde geliştirmektedir. Örgüt kültürü işletmenin ilişkilerini, süreçlerini ve rasyonel tavrını etkileyerek işletmenin kararları üzerinde etkili olmaktadır. Organizasyonel sermaye, firmanın örtülü bilgisinin içselleşmesini ve böylece örgüt tabanına yayılımını sağlamaktadır. Örgüt kültürü, meydana gelen hataların tolerans ile karşılanması, bilgi paylaşımının ve işbirliğinin özendirilmesi, mevcut uygulamaların sorgulanarak eleştirel ve katılımcı bir çalışma ortamının yaratılması, çalışanların değerli hissettirilmesi gibi unsurlardan oluşmaktadır. Organizasyonel sermayenin en önemli unsurlarından olan örgüt kültürü işletme çalışanlarına farklı bir kimlik kazandırmakta ve kişilerin belli bir esasa göre bir araya gelmelerini sağlayarak bütünleyici bir rol üstlenmektedir. Böylece çalışanların işletmeye bağlılığı gelişmektedir. Organizasyonel sermaye oluşturduğu örgütsel bağlılığa dayalı kültür sayesinde işletme performansını desteklemektedir. Bu nedenle, yöneticilerin örgüt kültürünü anlamaları ve tüm işletme çalışanlarının kendilerini güven ortamında hissedecekleri ve işletmeye değer sağlayabilecekleri örgüt kültürünü benimsetmeleri işletmede yüksek performans ve uzun dönemde başarı sağlamaktadır. Böylelikle, organizasyonel sermaye örgüt kültürünü şekillendirerek firma performansına etki eden önemli bir unsur durumuna gelmektedir (Canizares vd., 2007).

Sağlık işletmelerinde, örgüt kültürünün temel belirleyicileri, iş gören ve müşteri odaklı olması ve yüksek hizmet standartları sunmasıdır. Sağlık yöneticileri işlerinin yapısına bağlı olarak çalışanlarının işletme içerisinde daha

katılımcı olmalarını ve süreçlerini güçlendirmelerini istemektedir. Bu nedenle sağlık işletmelerinde resmi olmayan ve yatay ilişkilerin daha etkin ve ön planda olduğu bir örgüt kültürü bulunmaktadır. Bu örgüt kültürün işletmenin süreçlerini esnek ve yenilikçi kılmaktadır. Böylece hasta memnuniyeti sağlanmakta ve sağlık hizmetinin performansı artmaktadır. Hasta memnuniyeti sağlık işletmelerinin önemli performans göstergesinden biridir. Teknik anlamda kaliteli hizmet verilmesi hasta tatmini için önemlidir. Bunun yanında çalışanların hizmet alan tüm hasta ve hasta yakınlarına güler yüzlü hizmet vermesi, hastaların gereksinim duydukları tüm sağlık hizmetlerinde yardımcı olunması gibi örgüt kültürü unsurları hasta tatminini sağlamaktadır. Bu da sağlık işletmelerinde örgüt kültürünün hasta tatmini sağlama yoluyla performans artışına neden olduğunu göstermektedir.

Organizasyonel sermaye aynı zamanda işletmelerin dinamik örgütsel yetenekler geliştirmesine yardımcı olarak firma performansına katkı sağlamaktadır. Dinamik örgütsel yetenekler; işletmenin sahip olduğu kabiliyetler, beceriler ve deneyimleri değişen çevresel koşullara göre yeniden düzenlemesini ve ihtiyaçları doğrultusunda kullanabilmesini sağlayan örgütsel unsurlardır (Yereli ve Gerşil, 2005:100). İşletmelerin performanslarını arttırmaları için örgütsel yeteneklere ihtiyaçları bulunmaktadır. Organizasyonel sermaye örgüte taklit edilemeyen, eşsiz yeteneklerin kazandırılması yoluyla firma performansını güçlendirmektedir (Bontis, 2000). Firmalar, değişen ve gelişen dünya ile uyum içerisinde olmak ve globalleşmek için sahip oldukları bilgiyi ve tecrübeyi rakiplerine fark yaratacak biçimde örgütsel yeteneklere dönüştürmek durumundadır. Organizasyonel sermaye firmaya ayırt edici ve hedeflerine ulaşmasını sağlayıcı yetenekler kazandırmak yoluyla işletme performansını arttırmaktadır. İşletmeler örgütsel yetenekleri sayesinde rakiplerinin pazara girişlerinde bariyer oluşturmaktadırlar. Örneğin patent ve diğer entelektüel mülkiyetler firmaların örgütsel yeteneklerinin birer çıktısını oluşturmaktadır (Porter, 1980). Bu çerçevede, patent ve diğer entelektüel mülkiyet unsurları firmaların risk ve kazanç oranlarını olumlu yönde etkileyerek firma performansını arttırmaktadır. Ayrıca işletmelere pazara ilk giren olma avantajı sağlayarak firmanın Ar-Ge faaliyetlerinden kazanımını pozitif yönde etkilemektedir.

Organizasyonel sermaye ve işletme performansı arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; Bozbura (2003)'nın yaptığı araştırma sonuçlarında organizasyonel sermaye ve işletme performansı arasında direkt bir ilişkiye rastlanmamış fakat entelektüel sermayenin diğer unsurları olan insan sermayesi ve ilişki sermayesi ile etkileşimi sonucunda işletme performansı arasında anlamlı sonuçlar olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar bize organizasyonel sermayenin, insan sermayesinin ve ilişki sermayesinin işletmeye katma değer sağlayıcı birer unsur olması için örgütsel yapının gerekli olduğunu göstermektedir (Bozbura, 2003). Deeds (2001) AR-GE yoğunluğu, teknoloji geliştirme ve teknolojiyle bütünleşme yetenekleriyle piyasa değeri arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır (Wang ve Chang, 2005). Bu araştırmalara dayanarak AR-GE harcamalarının sadece mevcut piyasa değeri ve performansı etkilemediğini aynı zamanda firmanın gelecek performansını da etkilediği sonucu çıkarılabilmektedir (Seleim vd; 2004). Huang ve Hsueh (2007) ; “Mühendislik Danışmanlık Sektöründe Entelektüel Sermaye ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmalarının sonucunda organizasyonel sermayenin işletme performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Sektörde entelektüel sermaye unsurlarının önemi, ortalama skora bakıldığında organizasyonel, müşteri ve insan sermayesi şeklinde sıralanmıştır. Araştırma sonucunda organizasyonel sermayenin diğer sermaye unsurlarına göre daha iyi performans gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda organizasyonel sermayenin firma performansı üzerindeki etkilerini ampirik yünden inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir. (Bozbura, 2003; Seleim vd., 2004; Wang ve Chang, 2005; Huang ve Hsueh, 2007). Bu sebeplerden dolayı, bu tez çalışmasında organizasyonel sermayenin, bilgi yaratımı ve paylaşımı, örgütsel kültür ve dinamik örgütsel yetenekler gibi unsurlar yoluyla firma performansını arttırdığı tartışılmaktadır.

Hipotez 5: Firmaların organizasyonel sermayesi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2.6. İlişki Sermayesi ile Firma Performansı Arasındaki İlişki

İşletmenin sahip olduğu ilişki sermayesinin desteklenmesi ve başarıyla yönetilmesi işletme performansını artırmaktadır (Taşkın, 2004). İşletmelerde iletişim ve örgütsel ilişkilerin önem kazandığı günümüzde, işletmelerin etkin bir ilişki sermayesi oluşturması işletmelerin performansını artırıcı en önemli unsur olarak ön plana çıkmaktadır. İlişki sermayesi işletme ile müşterileri arasında kurulan, satış öncesi ve sonrası tüm faaliyetleri kapsayan, karşılıklı yarar ve ihtiyaç tatminini içeren bir süreçten oluşmaktadır (Odabaşı, 2000). İlişki sermayesinin işletme içerisinde gerçek değerinin farkına varılmasıyla bu ilişkileri düzenleyen bir birim oluşturulmuştur. İşletmelerde ilişki sermayesi süreci müşteri ilişkileri birimi tarafından yönetilmektedir. Müşteri ilişkileri yönetimi, işleminin müşteri kazanması, müşteriye elde tutma ve müşteri sayısının artırılması sürecini kapsamaktadır (Armstrong ve Kotler, 2005:16). Müşteri ilişkileri yönetiminin temel hedefi müşteriyle güçlü bağlar geliştirmek, uzun ömürlü ve verimli ilişkiler kurmak ve mevcut müşterilerini sürekli kılmaktır. Böylece işletmenin müşteriye sunduğu değer ve karlılığı artmaktadır. Dolayısıyla ilişki sermayesi müşteri ilişkileri yönetimi yolu ile işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir. Kapsamlı bir müşteri ilişkileri yönetimi, iç müşteriler (çalışanlar) ile dış müşterileri (müşteriler, ortaklar, hissedarlar, tedarikçiler, satıcılar ve işletmenin diğer paydaşları) kapsamaktadır (Doğan, 2005:47). Müşteri ilişkileri yönetimi işletme vizyonu, amaçları ve müşteri çıkarlarının korunup optimize edilmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda müşterilerle uzun vadeli stratejik ilişkilerin kurulması ve bu ilişkileri yönetmesi hedeflenmektedir (Demirel, 2006:45). Dolayısıyla firmanın paydaşları ile kurduğu etkin, sürekli ve değer yaratan ilişkiler geliştirmesini sağlayan ilişki sermayesi, firmanın en önemli performans belirleyicileri olan müşterilerin tatmini, memnuniyeti ve sadakatine pozitif yönde etki etmektedir. Böylece ilişki sermayesi müşteri ilişkileri yoluyla işletme performansını arttırmaktadır. Ayrıca, müşteri ilişkileri yönetimi firmaların paydaşları ile ilişkilerinde; analitik, işlevsel ve işbirlikçi kararlarını etkin bir şekilde örgüt içerisinde uygulamalarını kolaylaştırmaktadır. Bu şekilde müşteri beklentilerinin karşılanması ve firmanın rakiplerinden farklılaşması

sağlanmaktadır (Taşkın, 2000:45). Böylece işletmelerin maliyetleri düşmekte ve işletme kârlılığı ile verimliliği artmaktadır. Dolayısı ile işletmelerin ilişki sermayesi firma performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Başarılı bir müşteri ilişkileri yönetimi, şahısları, süreci ve teknolojileri işletmeye entegre etmek ve interneti kullanmak yoluyla e-müşteriler, dağıtım kanalı üyeleri, içsel müşteriler ve satıcılar da dahil olmak üzere tüm müşterilerle ilişkileri geliştirmekte ve en üst düzeye taşımaktadır. İşletmeler müşteri tatminini yoluyla müşteri memnuniyetini sağlamaktadır. Müşteri memnuniyeti işletme performansının göstergelerinden biridir (Sarıaltın, 2003:3). Müşteri memnuniyeti; müşterinin bir mal veya hizmet alım kararlarından mal veya hizmeti araştırma, bulma, satın alma, kullanma, tamir, bakım ve tüketim aşamasına kadar geçen süreçte beklentilerinin karşılanma oranı ve elde ettiği faydadan dolayı ulaştığı kanaati ifade etmektedir (Bostan vd., 2005: 187). Bu anlamda, işletmenin başarısı müşterilerin memnun olup olmamasına bağlıdır. Müşteri memnuniyeti sağlamak, müşteri odaklı düşünmek, müşteriye yakın olmak, müşteri ile iyi ilişkiler kurmak ve müşterilerle kurulan ilişkilerin sürekliliğini sağlamak yoluyla meydana gelmektedir. Müşteri memnuniyetinin sürekliliği, işletme süreçlerinde birbirine ürün/hizmet sağlayan birimler arasındaki ilişkilerin tüm çalışanların katılımı ile sorunsuz yürütülmesine bağlı olmaktadır (Barış, 2006). Aldığı mal ve/veya hizmetten memnun olan müşteri sürekli hizmet alarak işletmenin gelirini artırmaktadır (Tütüncü ve Doğan, 2003). Böylece hizmet alım sürekliliği işletmenin anahtar performans artırıcı kriterlerinden biri haline gelen müşteri memnuniyetini sağlamaktadır (Fornell ve Johnson, 1996).

Sağlık işletmelerinde müşteri memnuniyetini sağlamak diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha zordur çünkü diğer sektörlerdeki fiziksel ürünlerle kıyaslandığında daha soyut ve sürece dayalı hizmetler sunmaktadır. Bu nedenle sağlık işletmeleri sundukları hizmetlerin hastalar tarafından nasıl algılandığını ve ne derecede memnun kalındığını değerlendirerek firma performanslarını belirlemektedirler (Varinli ve Çakır, 2004:36). Sağlık işletmeleri hasta memnuniyet ve geri bildirimine dayanarak performanslarını artırmaktadırlar. Sağlık işletmelerinde hasta memnuniyetini hastaların istek ve beklentilerinin

karşılanması, verilen hizmetin kalitesi, hasta-işletme çalışan arasındaki ilişki belirlemektedir (Kavuncubaşı, 2001: 292). Sağlık işletmesinin olumlu bir imaja sahip olması, bu imajın toplumda yaygınlaşması, mevcut hastaların korunmasını böylelikle sağlık işletmesinin performansının artmasını sağlamaktadır (Tengilimoğlu vd., 2009). Sağlık işletmelerinin hasta memnuniyetini değerlendirmesi ve hastalara sunulan hizmetin memnuniyet derecesini belirlemesi, aynı zamanda sağlık kuruluşlarının kendi performanslarının da bir göstergesi olması sebebiyle önemli bir etken olarak kabul edilmektedir (Varinli ve Çakır, 2004). Tüm bu özellikler dikkate alındığında, sağlık kuruluşlarının son derece profesyonel ve çağdaş yönetim tekniklerine uygun bir müşteri ilişkileri yönetiminin olması gerektiği vurgulanmaktadır (Asunakutlu, 2005). Örneğin, günümüzde hastalar tanırlarını öğrenmek ve kendi sağlık bakımlarına katılmak istemektedir. Bundan dolayı artık verilen sağlık bakım hizmetinin kalitesi, yalnızca sağlık ekibinin tanımladığı ve belirlediği boyutta görülmemektedir (Yılmaz, 2001;2). Hastalar ayrıca genel hizmetler açısından doktor bilgilerinin, tetkik sonuçlarının, anlaşmalı kurumların, fiyat bilgilerinin ve kampanya bilgilerinin kendileri ile paylaşılmasını istemektedir. Bu sebeple sağlık işletmelerinde hastalara doğru zamanda ve eksiksiz bir biçimde bu bilgilerin sağlanmasını kolaylaştıran bir sistemin varlığı önem teşkil etmektedir. Sağlık işletmelerinde tüm bu bilgilerin yönlendirilmesini ve kapsamlı olarak müşteri ilişki yönetimini sağlayan, hasta hakları ve ilişkileri birimidir. Bu birim aynı zamanda hizmet sonrası hasta memnuniyetinin tespiti, mevcut memnuniyetsizliklerin giderilmesi ve süreçlerin iyileştirilmesi için şikâyetlerin yönetimi gibi fonksiyonları da yerine getirmektedir. Başarılı ve kapsamlı yönetilen hasta hakları ve ilişkileri yönetimi hastaların hizmet alımını devam ettirmelerini sağlamaktadır. Böylece hasta ilişkileri yönetimi yoluyla mevcut müşterileri korunmakta ve işletme karlılığı artmaktadır. Mevcut müşterilerin korunması, yeni pazar ve müşteri arayışına oranla daha az maliyetlidir (Odabaşı, 2000: 59). Yeni bir müşterinin kazanılmasının maliyeti, eski müşterinin korunma maliyetinden 6 kat daha fazladır. Sadık müşteri yüzdesindeki küçük bir artış bile, işletme için yüksek oranda karlılığa sebep olmaktadır (Çatı vd., 2010).

Dolayısıyla sağlık işletmelerinde başarılı bir müşteri/hasta ilişkileri yönetimi işletme performansını pozitif yönde etkilemektedir.

İşletmeler, müşteri ilişkilerini çalışan tatmini ve müşteri memnuniyeti odaklı bir örgüt kültürü oluşturarak güçlendirmektedir. Müşteri ilişkilerinin başarılı bir şekilde uygulanması müşteri tatminini sağlamakta ve işletmenin verimini artırmaktadır (Kağnıcıoğlu, 2002: 81). Müşteri ilişkileri yönetiminin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için teknolojiden, geniş kapsamlı araştırmalardan ve çağdaş yönetim tekniklerinden yararlanılmaktadır. Ancak bu süreçte işletmenin çalışanları çok önemli bir pozisyona sahiptir. Çünkü iç müşteri tatmini sağlanamadan, dış müşteri tatmini sağlanamamaktadır (Bozgeyik, 2005;60). Çalışan tatmininin sağlanması; işletmenin yönetim süreçlerinde alınan kararların çalışan odaklı olması, çalışanların firma içerisinde aktif olarak işletme süreçlerine katılması gibi yönetim desteği içeren yöntemlerle meydana gelmektedir. Müşteri ile birebir ilişki içerisinde olan çalışanların tatmin düzeylerinin artması çalışanların müşterilerle olumlu ilişkiler geliştirmelerini desteklemektedir. Bu nedenle performanslarını arttırmak isteyen işletmeler çalışan tatminini sağlayıcı yaklaşımlar uygulamaktadır.

Müşteri tatminini çalışanlar dışında etkileyen diğer bir unsur işletme kültürüdür (Kavuncubaşı, 2001). Müşteri tatmini müşterinin hizmet beklentisinin gerçekleştirilmesi yoluyla sağlanmaktadır. İşletmeden ürün veya hizmet satın alan müşterilerin beklentilerinin doğru zamanda, eksiksiz bir biçimde karşılanması ancak bu yönde bir örgüt kültürünün oluşturulması ve yaygınlaştırılması ile gerçekleşmektedir. Örgüt kültürünün bir parçası olarak müşteri tatmininin önemli olduğu algısının işletme süreçlerine yerleştirilmesi, çalışanların müşterilere gösterdiği özenin, müşterileri anlamak ve isteklerine cevap vermek için çabaların artmasını sağlamaktadır. Bu da müşteriler tarafından güven duyulan bir örgüt olmayı ve dolayısıyla müşteri tatmin ve bağlılığını kuvvetlendirmektedir (Odabaşı, 2000: 18). Örneğin, sağlık işletmelerinde çalışanların müşteri beklentilerini karşılamak amacıyla sergilediği performans büyük önem taşımaktadır. Hastaların sağlık işletmesini nasıl algıladıkları ve ihtiyaçlarının karşılanma düzeyi, hastalarla birebir ilişki halinde olan sağlık personelinin hastaya

yaklaşımı ve ilgisi tarafından belirlenmektedir. Hasta ve hasta yakınlarının doktorlar tarafından yeterli derecede bilgilendirilmesi, hemşirelik ve tıbbi bakım hizmetleri ve laboratuvar hizmetleri hasta odaklı bir yönetim anlayışının göstergesidir. Bu yönde bir örgüt kültürü geliştirilmesi ile sağlık işletmesinin tüm birimleri kendi aralarında iletişim ve işbirliği içerisinde hasta memnuniyeti için çaba ve özen göstermektedirler. Böylelikle hasta memnuniyeti, tatmini ve bağlılığı artmaktadır. Bu unsurlara ilaveten teknolojik altyapı, genel otelcilik hizmetleri (temizlik, yemek ve refakatçi hizmeti), hastanedeki bürokratik engellerden ve işlem sırasındaki uzun beklemelemlerden kaynaklı zaman kayıpları, fiyat ve kalite, hastanenin fiziki koşulları da hasta tatmini üzerinde oldukça etkili olmaktadır (Korkmaz, 2003:1). Sağlık hizmetleri sunan kişi ve kuruluşlar açısından hasta tatmini, hizmet alımının sürekliliğini sağlayan hasta sadakati gibi pozitif sonuçlar doğurmaktadır. Bu sonuç kârlılığı ve verimliliği artırmaktadır (Varinli, 2004). Böylece performans artışı amaçlayan sağlık kuruluşları açısından hasta tatmininin önem taşıdığı açıkça ortaya çıkmaktadır.

İlişki sermayesi ve işletme performansı arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; Bontis (2003)'in yaptığı çalışmanın sonucunda müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını tatmin ve taleplerinin sürekliliğini sağlayabilen işletmelerin rekabet avantajıyla firma performansını artırabileceği belirlenmiştir. Kaplan ve Norton (1996) hizmet kâr zinciriyle ilgili yapılan araştırmaların, çalışan memnuniyeti, müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve finansal performans arasındaki ilişki üzerine odaklandığını belirtmiştir. Yapılan detaylı araştırmalar göstermektedir ki “müşteri” sadakatini, “çalışan” sadakati ölçülerek tahmin edilebilmektedir. Bu çalışmalar müşteri sermayesinin işletmenin entelektüel sermayesindeki yerinin önemini vurgulamaktadır (Bontis, Keow ve Richardson, 2000). Cabrita ve Vaz (2006) 'ın yaptığı; “Entellektüel sermaye ve Değer yaratma: Portekiz Banka Sektöründe Çalışma” adlı makalelerinde araştırmada ilişki sermayesi ile performans arasındaki ilişkilere bakılmış ve daha sonra bu unsurların işletme performansı üzerindeki etkisi üzerindeki hipotezler test edilmiş ve kabul edilmiştir. Ittner ve Larcker (2001), müşteri sermayesi ve finansal performans arasında pozitif ve anlamlı ilişki bulurken, Arthur Andersen & Co. (1994) bu ilişkiyi bulamamıştır (Wang ve Chang, 2005).

Yapılan araştırma sonucunda ilişki sermayesinin firma performansı üzerindeki etkilerini ampirik yünden inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir. (Arthur Andersen & Co.,1994; Kaplan ve Norton, 1996; Ittner ve Larcker ,2001; Bontis, 2003; Wang ve Chang, 2005; (Bontis, Keow ve Richardson, 2000; Cabrita ve Vaz,2006). Bu sebeple bu tez çalışması ilişki sermayesinin, müşteri ilişkileri ve yönetimi, müşteri tatmini ve müşteri memnuniyeti gibi unsurlar yoluyla işletme performansını arttırdığı tartışmaktadır.

Hipotez 6: Firmaların ilişki sermayesi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2.7. Firma Yenilikçiliği ile Firma Performansı Arasındaki İlişki

Globalleşme ve farklılaşan işletme süreçleri sonucunda değişen çevre koşullarına uyum sağlayabilmek işletmeleri yenilik yapmaya yönlendirmektedir. Yeni ürün ve hizmet geliştirme sürekliliği yenilikçiliğin temelini oluşturmaktadır. Ürün ve hizmetlerde daha fazla yenilikçiliği hedefleyen örgütler, firmaların performans düzeylerini yükseltmektedirler (Guthrie vd., 2002). İşletmeler yaptıkları yenilikler yolu işletmelerini farklılaştırarak performanslarını artırmakta ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaktadırlar (Damanpour vd., 2009). Bu nedenle firma yenilikçiliği firma performansını artırmanın önemli bir şartı olarak görülmektedir. İşletmelerde yenilikçilik yaklaşımı açık fikirlilik ve esneklikte paralel olarak gelişmeye başlamıştır (Caldwell ve O'Reilly, 2003).

Yenilikçilik, bir işletmenin sahip olabileceği temel yeteneklerin başında gelmektedir (Eren, 2004) İşletmeler, Ar-Ge faaliyetleri yoluyla mal/hizmet üretim süreçlerinde yenilik yaparak dinamizm kazanmakta ve performanslarını artırmaktadırlar (Naktiyok, 2010). Bu sebeple, işletmelerin firma yenilikçiliğine önem vermesi gerektiği vurgulanmaktadır. Yeni ürün ve hizmet sağlanmasında Ar-Ge birimi kilit bir rol oynamaktadır. İşletmenin Ar-Ge birimi ile diğer birimleri arasında güçlü bir ilişki, işbirliği ve koordinasyonun sağlanması ile firma

yenilikçiliği için gerekli olan beceri, yetenek, bilgi ve kaynakları elde edilmektedir. Firma yenilikçiliği, firma içindeki birimlere ek olarak işletmenin dış çevresindeki yenilik unsurlarının incelenmesi, analiz edilmesi ve diğer işletmeler ile kurulan iş ilişkileri ile desteklenmektedir. Yani yenilikçilik, Ar-Ge departmanı, işletme içi fonksiyonlar arası koordinasyon ve diğer işletmelerle kurulan işbirlikleri yoluyla firma faaliyetlerine nüfuz etmekte ve performans artırıcı rol oynamaktadır.

Sağlık sektörü dinamik ve gelişen bir sektör olması sebebiyle birçok yeniliği içerisinde barındırmaktadır. Sağlık sektöründe Ar-Ge yatırımı ve faaliyetleri önemli bir yer tutmaktadır. Hasta memnuniyetini artırmaya yönelik Ar-Ge çalışmaları çoğunlukla hizmet yenilikleri ile sonuçlanmaktadır. Hizmet yeniliği hastaların hizmet alma süreçlerini kısaltmakta ve hizmet sunulan kanallarda değişiklik meydana getirmektedir. Örneğin, tüm devlet hastaneleri ve özel hastanelerin web siteleri üzerinden alınan e-randevu sistemi, kolaylıkla ulaşılabilen tetkik sonuçları ve birçok hastanenin web sitesi üzerinden hastane hekimine ulaşılabilen uygulamalar dikkat çekmektedir. Bir başka örnek ise, “Sağlık Dönüşüm Projesi” kapsamında tüm kamu hastanelerinde tetkik sonuçlarının tek bir bilgi sistemi üzerinden hekimlerin kolaylıkla ulaşabileceği hasta bilgi sisteminin uygulanmaya başlanmış olmasıdır. Hizmet sürecinde yapılan bu yenilikçi uygulamalar sayesinde ülke içindeki tüm kamu hastanelerinde hekimler hastaya geçmişte yapılan tüm tıbbi uygulamalara kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu uygulamanın sonucunda tanı konma süreci hızlanmaktadır. Ayrıca suistimale açık bir konu olan daha önce yapılmış tetkiklerin tekrar edilmesi de önlenmektedir. Böylece hasta tedavi süresini kısaltmasının yanı sıra hasta maliyetleri de azalmış olmaktadır. Bu aynı zamanda hastanın hekim ve sağlık işletmesine güvenini artırıcı bir unsurdur. Böylelikle hasta ve hekim karşılıklı güven ilişkisi içerisinde, hastanın konforunu gözeterek tedavi sürecini gerçekleştirilmektedir. Uzun süren Ar-Ge faaliyetleri sonucunda geliştirilen bu hizmet yeniliği hastanın memnuniyetini artırarak işletme performansına katkı sağlamaktadır.

İşletmelerin yenilik yapabilme yeteneği olarak nitelenen yenilikçilik, işletme performansı etkileyen önemli bir olgudur. İşletmeler yeni ürün ve süreç geliştirme faaliyetlerinin yanında, var olan ürün ve hizmetlerde iyileştirme yaparak ürün ve hizmetlerini güçlendirmektedirler. Bu iyileştirmeler, işletme performansına katkıda bulunduğu sürece yararlı olmaktadır (Perdomo-Ortiz, 2006)

Yenilikçilik, teknolojinin etkin kullanımı yoluyla işletme performansının itici gücünü oluşturmaktadır. Yenilikçilik uygulamalarını daha çok benimseyen işletmeler, daha iyi performans gösterme eğilimindedir (Mazzanti vd., 2006). Sürekli gelişen teknoloji, ürün ve hizmet yeniliğini hızla arttırmaktadır. Dinamik bir sektör olan sağlık sektöründe, teknoloji yoluyla geliştirilen ürün ve hizmetler arttıkça firma yenilikçiliği de süreklilik göstermektedir. Gelişen teknoloji firmanın çevresindeki fırsatları yakalamasını ve firma becerileriyle entegre ederek bu fırsatları yeni ürün ve hizmetlere dönüştürmesini kolaylaştırmaktadır. Yeni teknolojinin takibi yoluyla ürün ve hizmet geliştirmeyi tercih eden işletmeler sektörde öncü uygulamalar yaratmaktadırlar. Teknoloji yoluyla yapılan yenilikçi çalışmalar sonucunda geliştirilen yeni ürün ve hizmet kullanıcıların hayat kalitesini arttırarak firmanın hizmet alım sürekliliğini sağlamaktadır. Böylece firma yenilikçiliği teşvik edilmekte ve yenilikçiliğin devamlılığını sağlanmaktadır. Dolayısıyla firma yenilikçiliği firma performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Firma yenilikçiliği, işletme içi yaratıcılığı teşvik ederek ve firma performansını pozitif yönde etkilemektedir (Mazzanti, 2009). Firmaların yeni ürün ve hizmet geliştirme yönündeki becerileri, Ar-Ge faaliyet ve yatırımlarına verdikleri önem, çalışan ve müşteri fikir ve önerilerine açık olmaları ve çalışanları risk almaya teşvik etmeleri, işletme içerisinde yaratıcılığı artıran bir ortam yaratarak işletmenin yenilik odaklı olmasını sağlamaktadır. Bu çerçevede geliştirilen yeniliklerin işletme süreçlerinde uygulanması ve sürdürülebilirliklerinin sağlanması kolaylaşmaktadır. Müşteri talepleri yenilikçi yöntemlerle karşılanmaktadır. Böylece işletme süreçlerinde değişim başarılı olmaktadır. Bu uygulamaların çoğalması firmanın yüksek performansı çıktılarını desteklemektedir (Meeus ve Oerlemans, 2000). Sağlık işletmelerinde yaratıcılığın

artması sonucunda hizmet süreçlerinde yenilikçi uygulamalar meydana gelmekte ve işletmenin yenilikçilik performansında artışlar olmaktadır. Benzer uygulamaların yaygınlaşması işletmelerin performansına pozitif yönde etki etmektedir.

İşletme yenilikçiliği ve işletme performansı arasındaki ilişkiye yönelik yapılmış çalışmalar incelendiğinde, Subramanian vd., (2005) 'ın bankacılık sektöründe yaptığı araştırmada yenilikçiliği çok boyutlu ele aldığı ve işletme performansı ile arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki bulunduğunu görülmektedir. Deshpande, vd., (1993), Japon firmalarında uyguladıkları çalışma sonucunda yeniliğin derecesinin finansal performansı (nispi karlılık, büyüklük, pazar payı ve büyüme oranı) olumlu etkilediğini ortaya koymuşlardır. Erdil ve Kitapçı (2007), yaptıkları araştırmada işletmenin yenilik yapabilme yeteneğinin, işletme performansının önemli bir parçası olduğunu ve dolayısıyla işletme yenilikçiliği ile işletme performansı arasında olumlu bir ilişki bulunduğunu öne sürmektedir. Marmara bölgesinde imalat sektöründe faaliyet gösteren 96 işletme üzerinde yapılan bir araştırmada; işletme yenilikçiliğinin işletme performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Zehir ve Özşahin (2006) tarafından, imalat sektöründe faaliyet gösteren ve 'Türkiye' nin İlk 500 İşletmesi' listesine giren 73 işletme üzerinde yapılan araştırmada da, işletme performansı ile işletme yenilikçiliği arasında anlamlı ve olumlu yönde bir ilişkiye rastlanmıştır. Hoq ve Ha (2009), işletme performansı ile ilgili araştırmasında, yenilikçiliğin işletme performansını artırdığını tespit etmişlerdir. Eren vd., (2010), yaptığı araştırmada yenilik yeteneğinin işletme performansı ile anlamlı ve olumlu yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Calantone vd., (1994), firmanın yenilik hacminin, yeni ürünün başarı derecesini belirlediğini tespit etmişlerdir. Yapılan çalışma sonucu firmaların daha fazla yenilik yapmalarının firmanın performansını pozitif yönde etkileyerek firmanın daha başarılı olmasını sağladığı ortaya konmaktadır (Maydeu-Olivares ve Lado, 2003).

Yapılan araştırma sonucunda firma yenilikçiliği ve firma performansı arasındaki ilişkiyi ampirik yünden inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir. (Subramanian vd.,2005; Deshpande,

vd.,1993; Maydeu-Olivares ve Lado, 2003; Erdil ve Kitapçı. 2007; Zehir ve Özşahin, 2006, Hoq ve Ha ,2009; Eren vd.,2010). Bu sebeple bu tez çalışmasında yenilikçilik performansının Ar-Ge (örneğin yeni ürün ve hizmet geliştirme), mevcut ürün ve hizmetlerin iyileştirilmesi, yeni ürün ve hizmet geliştirme aşamalarında teknoloji kullanımı ve işletme içerisinde yaratıcılık odaklı bir ortam oluşturulması gibi unsurlar yoluyla firma performansını artırdığı tartışılmaktadır.

Hipotez 7: Firma yenilikçiliği ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2.8. Firma Yenilikçiliğinin Ara Değişken Etkisi

İşletmelerin entelektüel sermaye ve firma performansını etkileyen firma yenilikçiliği ilişkiden en etkin şekilde yararlanmaları için, yöneticilerin işletme stratejilerini belirlerken bu kavramlar arasındaki ilişkiyi de göz önüne almaları önem arz etmektedir. Firma yenilikçiliği aracılığı ile entelektüel sermayenin firma performansını pozitif olarak etkilemesi, yeni bilgilerin geliştirilmesi için yapılan yatırımlar firmaları daha değerli pazarlarda yeni işler yapmaya sevk edebilmesi ve böylelikle firma performansının optimum düzeyde olması için örgüt çalışan ve müşteri düzeyinde yenilikçi çabalar ve yönelimler oluşturulması ile olmaktadır. Bu çabaların sonucu olan hareketler stratejik kararlar ile uyumlaştırılmalıdır (Carneiro 2000).

Çalışanların sahip oldukları yetenek, eğitim, zekâ ve deneyimleri, onların yenilikçilik kapasitesinin ne kadar olduğunu göstermektedir (Hayton, 2002). Yeni ürün ve hizmetlerin Ar-Ge faaliyetleri yoluyla geliştirilmesi ve piyasaya sürülmesi firmanın sahip olduğu insan sermayesinin yenilik eğilimine bağlıdır. Covin ve Slevin (1999)'e göre bir firmanın yenilikçi davranışlar sergilemesi yoluyla sahip olduğu kaynak ve yetkinlikleri kullanması firmanın performansını olumlu yönde etkilemektedir. Bu kaynak ve yetkinlikler firmanın sahip olduğu insan sermayesi, yani çalışanın eğitimi, yeteneği, bilgisi ve tecrübesidir. Bu yetkinliklere sahip çalışanlar, hizmet ve üretim bandında toplam kalite yönetimi kültürü ile ürün ve

süreçlerde sürekli iyileştirme yapmakta ve yeni bilgi üretmektedir (Hamel ve Prahalad, 1994). İşletmenin güçlü yenilik politikası aracılığı ile insan sermayesi mal ve hizmetlerde yapacağı iyileştirme ve ürettiği bilgi ürün ya da hizmete dönüşür. Bu iyileştirme ve yeni ürün/hizmet bilgisi müşteri taleplerini karşılayabilecek en kritik faktörlerden biridir. Üretim ve hizmet süreçlerinde yapılan yenilik ve kalite çalışmalarıyla da maliyetleri düşer, işletmenin performansı pozitif yönde etkilenir. Bu sayede uzun vadede firma yenilikçiliği aracılığı ile insan sermayesi işletmeye olan katkılarını artırır Böylelikle organizasyon içinde yeni fikirleri teşvik eder ve yeniliklerin olmasını arttırır (Huang ve Liu, 2005). Ve süreçlerde yapılan yenilik aracılığı ile daha iyi bir sonuç elde etmeyi hedefleyen çalışanlar sayesinde firma performansının artmasını teşvik edilmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda eğitim, zekâ ve bilişsel yönelim, gibi bireysel özellikler, yenilikçi fikirlerin üretilmesiyle ilişkili olduğu sonucunda ulaşılmaktadır (Hayton, 2002). Bantel ve Jackson'a (1998) göre yenilikçilik, insan sermayesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Çalışanların yetenekleri, bilgisi, kabiliyetleri ve diğer özellikler o şirketin yenilikçilik eğilimini göstermektedir. Ortaya çıkan bu yenilikçilik eğilimi aracılığı ile firma performansı pozitif yönde etkilenmektedir.

Sağlık sektörü açısından bakıldığında sağlık sektörü dinamiktir ve sürdürülebilir rekabet avantajı yaratmak için yenilikçi olmak şarttır.. Ortaya çıkan ihtiyaçların çalışanların bilgi ve deneyimlerini kullanmak yoluyla firma yeniliğine dönüşmektedir. İnsan sermayesinin firma yenilikçiliği aracılığı ile firma performansına pozitif yönde etkilemesi sonucunda bu düşünceden hareketle, son on yılda yenilikçiliğin sağlık sektörü ve hastaneler için önemi daha fazla gündeme gelmiş, akademisyen ve uygulayıcıların bu yöne eğilimleri artmıştır (Aksay ve Orhan, 2013).

Entelektüel sermaye unsurlarının firma performansını firma yenilikçiliği aracılığı ile etkilemesine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; Bontis, Keow ve Richardson (2000) tarafından entelektüel sermaye, firma yenilikçiliği ve işletme performansı arasında ilişkiye yönelik Malezya'da yapılan araştırma dikkat çekicidir. Bu araştırma, hizmet dışı sektörlerde çalışan 43 kişi ve hizmet

sektöründe çalışan 64 kişi olmak üzere toplam 107 işletme yüksek lisans öğrencisine uygulanmıştır. Araştırmanın temel sonuçları incelendiğinde insan sermayesinin endüstri türü dikkate alınmaksızın firma yenilikçiliği aracılığı ile firma performansını önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. İnsan sermayesi, hizmet sektörü ile karşılaştırıldığında hizmet dışı sektörlerde bir şirketin nasıl tasarlanması gerektiği üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnsan sermayesinin firma yenilikçiliği aracılığı ile firma performansını etkilemesi ile ilgili yapılan diğer araştırmalar incelendiğinde; Bontis vd., (1998, 2000, 2002), Bantel ve Jackson, 1998, Hayton, 2002, Youndt vd., (2004) firma içerisinde meydana gelen yenilik yoluyla insan sermayesinin firma kârlılığına katkı sağladığını tespit etmişlerdir. Huselid ve arkadaşları (1997), Bharadwaj vd., (1999) gibi bazı araştırmacılar ise firma yenilikçiliğinin insan sermayesini etkilemediğini dolayısıyla firma performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmadığını iddia etmektedir. Firma yenilikçiliğinin insan sermayesi ile firma performansı arasındaki ara değişken etkisini ampirik yünden inceleyen ve aralarında ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir (Huselid vd., 1997; Bantel ve Jackson, 1998; Bharadwaj vd.,1999; Bontis vd., 1998 2000;2002; Hayton, 2002, Youndt vd., 2004, Subramaniam ve Youndt, 2005).

Hipotez 8: Firma yenilikçiliği insan sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahiptir.

İşletmelerin gerek yerel ve gerekse küresel rekabet ortamında varlıklarının devamını sağlayabilmeleri ve ekonomik krizler ile mücadele edebilmeleri açısından ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli olarak geliştirmeleri ve değiştirmeleri gerekmektedir (Moore ve Craig, 2008:4). Bu süreçte geliştirme, değiştirme ve yenileme işlemlerinin kazanç unsuruna dönüştürülmesi yenilikçilik olarak nitelendirilir. Bu nedenle, işletmeler, faaliyet gösterdikleri alanlardaki başarılarını sahip oldukları entelektüel sermaye kaynakları ve firmanın yenilikçilik yeteneğine borçludur.

Organizasyonel sermayenin özü, örgütün iş programlarında gömülü bulunan bilgilerdir. Organizasyonel sermaye unsurları, işletmenin yenilikçilik

düzenini artıran ve yenilik sürecinin işletmelerde devamlı bir şekilde gelişmesine olanak sağlayan temel alt yapı öğelerini oluşturur. Organizasyonel sermaye çalışan başına maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artırılması öğelerini destekleyici unsurlara sahiptir. Yenilikçiliği hedefleyen işletmeler, yenilik sürecini destekleyen politikalar, prosedürler ve sistemler oluşturmaktadır. İşletmelerde organizasyonel sermayenin varlığı, niteliği, yeterlilik düzeyi yenilikçiliğin etkinliği açısından belirleyicidir (Kanıbir, 2004:77). İşletme içerisinde yapılan yenilik yoluyla örgütün iş programlarında gömülü bulunan bilgi stokunun takip edip kullanılmasına yardımcı olacak sistem ve prosedürlerdeki süreç yeniliği çalışan başına maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artırılması öğelerini destekleyici unsurlar oluşturmaktadır. Çünkü yenilikçilik yoluyla organizasyonel sermayedeki değişiklikler entelektüel sermayenin örgüt seviyesinde ölçülmesinde kritik bir bağ oluşturmaktadır (Wang ve Chang, 2005).

Choo ve Bontis (2002) teknoloji, yöntem ve süreç gibi altyapıyı oluşturan varlıklardaki yenilik işletmenin işleyişini kolaylaştırdığını dolayısıyla performansını artırdığını savunmaktadır. Riskli projelerde kullanılacak yöntemlerin değerlendirilmesi, satış gücü yönetim tekniklerinin belirlenmesi, pazar ve tüketici bilgisinin toplanması gibi unsurlar o örgütlerde işin nasıl yapıldığını göstermektedir. Bu unsurlar her işletmenin özüne göre farklılaşmaktadır. Örgütlerde önemli olan altyapı unsurlarının örgüt çalışanlarıyla paylaşılması, düzenlenmesi ve geliştirilmesidir. Çünkü organizasyonel sermaye entelektüel sermayenin örgüt seviyesinde ölçülmesinde kritik bir bağ oluşturmaktadır. (Wang ve Chang, 2005). Choo ve Bontis (2002) teknoloji, yöntem ve süreç gibi altyapıyı oluşturan varlıkların işletmenin işleyişini kolaylaştırdığını dolayısıyla performansını artırdığını savunmaktadır. Riskli projelerde kullanılacak yöntemlerin değerlendirilmesi, satış gücü yönetim tekniklerinin belirlenmesi, pazar ve tüketici bilgisinin toplanması gibi unsurlar o örgütlerde işin nasıl yapıldığını göstermektedir. Bu unsurlar her işletmenin özüne göre farklılaşmaktadır. Örgütlerde önemli olan altyapı unsurlarının örgüt çalışanlarıyla paylaşılması, düzenlenmesi ve geliştirilmesidir. Etkin kullanılan organizasyonel sermaye; işletmelerin başarısının temel dayanaklarından biridir (Steward, 1991). Firma yenilikçiliği araştırma ve geliştirme yoluyla, yeni ürün

yaratmak, mevcut ürünleri geliştirmek, uzmanlaşmak, firmanın örgütsel kültürü yoluyla işletmelerin süreçlerine etki etmek, bilişim teknolojilerinde meydana gelen yenilikler yoluyla bilgi yönetimi alt yapısının erişilebilirliğinin arması işletme süreçlerinde de yenilik uygulamalarının oluşmasıyla sonuçlanmaktadır. Firmanın yenilikçilik yapma kapasitesi ne kadar güçlüyse ortaya çıkan farklılık o kadar belirginleşir. Dolayısıyla bu durum firmanın faaliyet alanında firmayı farklı ve özel kılmaktadır. Bütün bu etkenler bir araya gelerek firmanın yenilikçilik yeteneğinin derecesini belirlemektedir (Bozbura,2004). Sağlık sektöründe Ar-Ge çalışmaları çok hızlı bir şekilde ilerlemektedir. Sağlık sektöründe organizasyonel sermaye Ar-Ge yoluyla yenilik oluşmaktadır. Sağlık işletmesinin yenilik yapabilme yeteneği artıkça yeniliğe ayırdığı harcama oranı, Ar-Ge çalışan sayısı da artar. Böylece yenilikçiliği teşvik edecek bir ortam oluşmaktadır. Ürün/ hizmet yeniliği sonucunda ortaya çıkan patent, veritabanı, belli bir süre sonunda olağan hale dönüşerek organizasyonel sermayeyi etkilemektedir. Dolayısıyla firma yenilikçiliği yoluyla organizasyonel sermaye firma performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Entelektüel sermaye unsurlarının firma performansını firma yenilikçiliği aracılığı ile etkilemesine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; yapılan çalışma sonuçları kültür normlarının firmanın yenilikçilik kapasitesini etkilediğini ve kültürün firmaların proaktif tutumlar göstermelerine de sebep olduğunu vurgulamaktadır (Covin ve Slevin, 1991). Dess ve Lumpkin (1996)'in yaptığı araştırma sonucunda firma performansı ve organizasyonel sermaye arasında koşula bağlı bir ilişki olduğunu sonucu çıkmıştır. Bu sonuç firmanın içindeki yenilikçilik özelliklerinin ara değişken etkisi olduğu bulgusunu desteklemektedir. Bontis, Keow ve Richardson (2000) tarafından yapılan araştırmada hizmet dışı sektörlerde çalışan 43 kişi ve hizmet sektöründe çalışan 64 kişi olmak üzere toplam 107 işletme yüksek lisans öğrencisine uygulanmıştır. Araştırmanın temel sonuçları incelendiğinde firma yenilikçiliği aracılığı ile organizasyonel sermayenin sektörü dikkate almaksızın firma performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Firma yenilikçiliğinin geliştirilmesi sektör ne olursa olsun, organizasyonel sermayeyi etkilediği ve organizasyonel sermayenin de firma yenilikçiliği yoluyla işletme performansıyla pozitif bir ilişkiye sahip

olduğu yapılan araştırmanın sonucunu oluşturmaktadır. Organizasyonel sermayenin firma yenilikçiliği aracılığı ile firma performansını etkilemesi ile ilgili yapılan diğer araştırmalar incelendiğinde; Bontis vd., (1998; 2000; 2002), Youndt vd., (2004) firma içerisinde meydana gelen yenilik yoluyla organizasyonel sermayenin firma kârlılığına katkı sağladığını tespit etmişlerdir. Huselid vd., (1997), Bharadwaj vd., (1999) gibi bazı araştırmacılar firma yenilikçiliğinin organizasyonel sermayeyi etkilemediğini dolayısıyla firma performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmadığını iddia etmektedir. Firma yenilikçiliğinin organizasyonel sermaye ile firma performansı arasındaki ara değişken etkisini ampirik yönden inceleyen ve aralarında ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir (Covin ve Slevin, 1991; Dess ve Lumpkin (1996); Huselid vd.,1997; Bharadwaj vd.,1999; Bontis vd., 1998;2000;2002; Youndt vd., 2004, Subramaniam ve Youndt, 2005).

Hipotez 9: Firma yenilikçiliği organizasyonel sermaye ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahiptir.

İşletmelerin yüksek rekabet ortamında rekabetçi kalabilmelerinin en önemli koşulu yenilik yeteneklerini geliştirme düzeyleridir (Bozbura, 2003). Bu doğrultuda işletmeler, müşterilerinin devamlılığını sağlayacak ve pazar paylarını artırmayı sağlayacak sürekli bir iyileşme oluşturmak durumundadırlar. Bu bileşmelerin oluşması yenilikler yaratmak yoluyla meydana gelecektir. Böylece işletmelerin yenilikçi özellikleri, uzun süre ayakta kalabilmede anahtar bir rol oynar. İşletmelerinin başarısının, çevresel koşullarda meydana gelen değişim ve yeniliklere uyum sağlayabilme yeteneğine bağlıdır. Bu nedenle yenilikçilik, işletmeyi derinden etkilemektedir. İşletmelerinin faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmeleri için, mevcut hizmet ve süreçlerini sürekli iyileştirmelerini ve bunun için de işletmelerin yeniliklerle tanışması gerekmektedir. İşletmelerin uzun dönemde rekabetçi kalabilmek için en önemli faktörleri arasında yenilikçilik kapasitesi, bulunmaktadır (Victorino vd., 295).

İlişki sermayesi, kurum içi ve kurum dışındaki ilişki içerisinde olunan kişilerden sağlanan ve işletme için bir değer oluşturan bilgilerdir. Bu bilgiler

işletmenin yenilik sürecine katkı sağlar (Bosworth ve Webster, 2006). Yenilikçilik sürecinde bilgi, ilişki sermayesi kapsamında müşterilerden, tedarikçilerden, rakiplerden, hizmet alınan firmalarından ve ilişki içersinde bulunan tüm çevresel unsurlardan sağlanabilmektedir. Bu bilgi anlık ve kişi ve kurumlardan danışmanlık desteği şeklinde de olabilir. Bu noktada, işletmelerde ilişki sermayesi, yenilikçilik sürecine katkı sağlayan kurum dışı bir sermaye unsuru olarak değerlendirilebilir. Müşteriler, işletmelere yeni ürün tekliflerinde bulunabilir veya mevcut ürünün yeniden tasarlanmasına yönelik fikir verebilirler. Müşteri farkındalığının artması, müşterileri yalnızca fikirler için değil, yeni ürün konseptleri ve çözümler için de değerli bir kaynak haline getirmiştir. Bunun gibi tedarikçiler tarafından işletmeye sağlanan yeni ürünler, hizmetler ve teknolojiler, potansiyel yenilik süreçlerini geliştirebilmektedir. Böylelikle meydana gelen firma yeniliği aracılığı ile ilişki sermayesi de etkilenecek firma performansına pozitif yönde katkıda bulunmaktadır (Wang ve Chang, 2005). İlişki sermayesi, insan sermayesi üst seviyede olan yetenekli ve bilgili çalışanların iç ve dış müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını analiz ederek, müşteri memnuniyetini ve bağlılığını sağlayarak firmanın yenilikçilik performansını arttırabilmektedir. Ürünün geliştirilmesi sürecinde fikirlerinin alınması, memnuniyetlerin belirlenmesi, geriye dönük bilgilendirmeler ile müşteri memnuniyetinin sağlanması ile satış hacmini arttırabilecek yeni uygulamaları başlatmaktır. Müşteriler, önemli birer yenilik kaynağı olarak var olan ürünlerin eksik kalmasından dolayı kendi faydalarına yönelik ancak işletme için bir yenilik faaliyeti gerçekleştirebilmektedir (Von Hippel, 1998:11). Sağlık sektöründe sağlık yöneticileri sağlık organizasyonlarını Pazar-odaklı ve müşteri-odaklı stratejiler üzerinden sıralamaktadırlar (Inamdar vd, 2002). Sağlık işletmelerinde ilişki sermayesine verilen önemin artması sonucunda gelişen yenilik uygulamaları iç ve dış müşterilerle olan ilişkinin ve verilen hizmetin hem kalitesini hem de güvenilirliğini arttırmaktadır. Böylelikle firmanın performansı pozitif yönde etkilenebilmektedir.

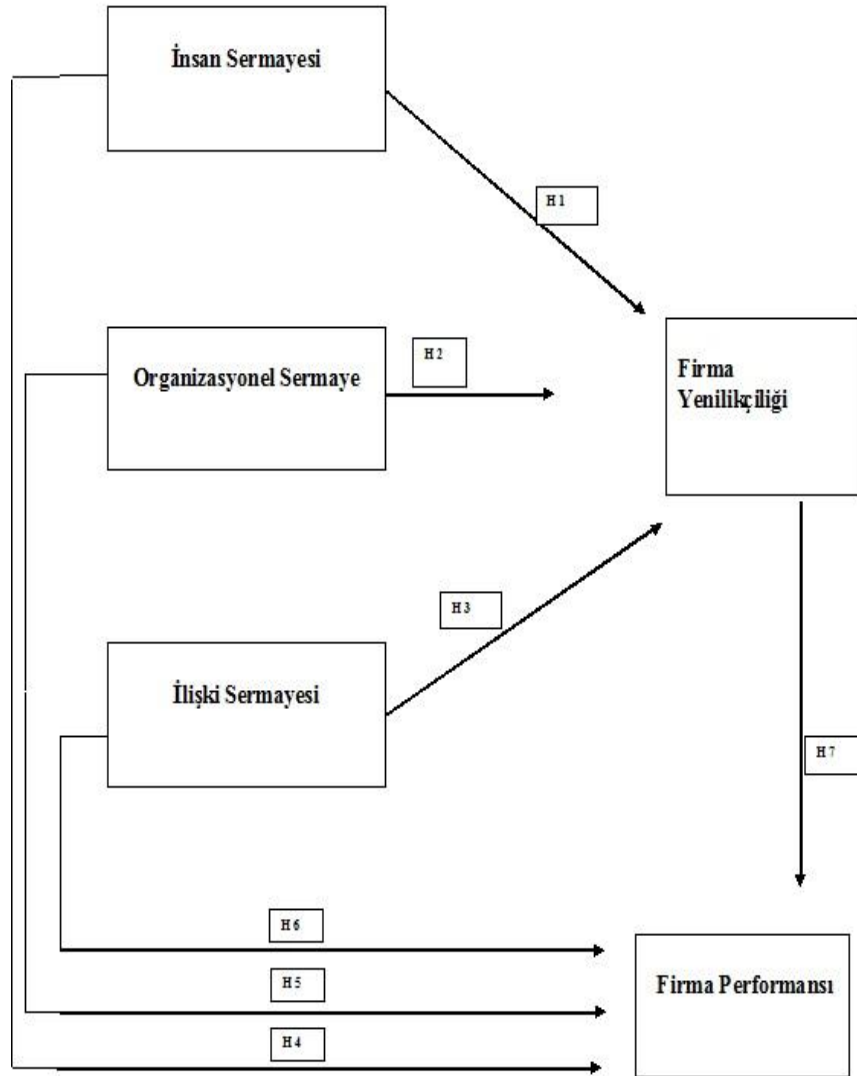
İlişki sermayesini iyi yönetemeyen, müşterisinin ihtiyaçlarını doğru analiz edemeyen ve pazara hizmet etme yollarıyla ilgili bilgiden yoksun olan firmaların, yenilikçi olmaları, yeni ürün ve hizmetler sunup satması çok zordur (Shane, 2000). Firma yenilikçiliğini ilişki sermayesi ve firma performansını arasındaki

ilişkide ara değişken olması dolayısıyla ilişki sermayesinin firma performansını yenilikçilik yoluyla etkilemesi iç ve dış müşterinin ve çevrenin taranması ile olmaktadır. Çevresel taramalar risk almak, yenilikçilik ve proaktiflik için çok önemlidir. Endüstrideki rakipleri, eğilimleri, değişimleri ve çevresel fırsat ve tehditleri anlama açısından bu önemlidir (Lumpkin ve Dess, 1996). Müşteri sermayesi unsuru olan yoğun çevre taramaları yenilikçi faaliyetler için olumlu ilişkilidir (Antoncic ve Hisrich, 2002). Araştırmacılar işletmenin müşterilerine odaklanarak, örgütün çevresinde oluşan faktörleri de incelemiş ve bu faktörlerin işletme yenilikçiliğine olumlu yönlü etkilerini ortaya koymuşlardır. İlişki sermayesi sonucunda oluşan yenilikçilik eğilimi yoluyla işletmenin performansının olumlu etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır (Antoncic ve Hisrich, 2003). Bontis, Keow ve Richardson (2000) tarafından yapılan araştırmada hizmet dışı sektörlerde çalışan 43 kişi ve hizmet sektöründe çalışan 64 kişi olmak üzere toplam 107 işletme yüksek lisans öğrencisine uygulanmıştır. Araştırmanın temel sonuçları incelendiğinde firma yenilikçiliğinin geliştirilmesi sonucunda ilişki sermayesinin sektör ne olursa olsun, işletme performansı ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bontis vd., (1998; 2000; 2002), Youndt vd., (2004) tarafından yapılan çalışmalar incelendiğinde ilişki sermayesinin firma yenilikçiliği aracılığı ile firma performansını etkilediği tespit edilmiştir. Huselid ve arkadaşları (1997), Bharadwaj vd., (1999) gibi bazı araştırmacılar firma yenilikçiliğinin ilişki sermayesini etkilemediğini dolayısıyla firma performansı üzerinde pozitif bir etkisi bulunmadığını iddia etmektedir. Firma yenilikçiliğinin ilişki sermayesi ile firma performansı arasındaki ara değişken etkisini ampirik yönden inceleyen ve aralarında ilişkiyi açıklayan birçok araştırma olduğu tespit edilmiştir (Lumpkin ve Dess, 1996; Huselid vd.,1997; Bharadwaj vd.,1999; Bontis,1998; vd., 2000;2002; Antoncic ve Hisrich, 2003); Youndt vd., 2004; Subramaniam ve Youndt, 2005).

Hipotez 10: Firma yenilikçiliği ilişki sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahiptir.

Şekil 6’da bulunan modeldeki oklar kutucuklarda yer alan bu araştırmanın temel kavramlarının arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin etkileşim yönünü göstermektedir.

Şekil 6. Araştırmanın Modeli



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın dördüncü bölümünde araştırmanın amacı, önemi metodolojisi ve tasarımı açıklanacaktır. Daha sonra araştırmanın bulguları olan katılımcıların demografik özellikleri, güvenilirlik ve geçerlilik analizi, araştırma hipotezlerinin testi ve ara değişken etkisi incelenecektir.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İnsan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi olarak tanımlanan üç boyutlu entelektüel sermayenin, sağlık işletmelerindeki yenilikçilik ve firma performanslarına etkisini inceleyen bu araştırmanın amacı ve önemi aşağıdaki başlıklar altında anlatılmıştır. Bu araştırmanın temel amacı; sağlık işletmelerinin sahip olduğu entelektüel sermayenin firma yenilikçiliği bağlamında firmanın performansına ve firma yenilikçiliğinin firma performansına etkisini tespit etmektir.

Nüfusun artması ve giderek yaşlanması sonucunda hastalık yapısı ve buna bağlı olarak zorunlu bir ihtiyaç olan sağlık hizmeti ve sağlık bakım ihtiyacı değişmektedir. Gelir seviyesindeki değişimler, değişen ekonomik göstergeler, global ekonomik krizler, iletişimde yaşanan hız, teknolojiye bağlı değişim ve ilerlemenin sağlık sektöründeki yenilikçiliği etkilemektedir. Bütün bu etkilerin entelektüel sermayeye olan yansıması sağlık işletmelerinin teknoloji ve artan rekabet ortamında değişen ekonomik, stratejik ve yönetim sistemlerine etkisi kurumların performansını da etkilemektedir. Sağlık işletmelerinde tüm çalışanlar arasındaki bilgi yönetiminin yenilikçilik ve performans üzerine etkisi mevcuttur. Her geçen gün farklılaşan ve özünde insan sağlığını barındıran sağlık sektöründe dinamik bir ortamda bulunan kurumların hizmetlerini hızlı, doğru ve etkin verebilmeleri için yenilikçi bir şekilde işletme performanslarını arttırmaları gerekmektedir. Bundan dolayı en önemli sermaye olan entelektüel sermayenin yenilikçilik ve performans ile arasındaki ilişkiyi doğru anlamak ve süreçlerde doğru yönetmek gerekmektedir. Bu kapsamda; yapılan araştırmanın amacı

entelektüel sermayenin boyutları olan insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi ile işletme yenilikçiliği ve performansı üzerindeki etkisinin tesbit edilmesidir. Bunun için hipotez testi yaklaşımı kullanılmıştır.

Sağlık hizmetleri, sağlık kurumları tarafından verilen hizmetlerin tamamını kapsamaktadır. Sağlık hizmetlerinin temel amacı; toplumun sağlık düzeyini yükseltmek ve bunun devamlılığını sağlamaktır. Küreselleşmenin ve bilgiye dayalı üretim ağının yaygınlaştığı çağımızda entelektüel sermaye, teknolojik bilgi yaratımı ve birikimiyle oluşan yenilikçilik; performansın artırılması ve giderek artan sağlık maliyetlerine rağmen dolayısıyla sürdürülebilir büyüme hem kamu hem de özel sağlık işletmelerinin ulaşmak istedikleri hedefler arasında bulunmaktadır. Sağlık kurumlarının hızlı, kaliteli ve doğru sağlık hizmeti sunabilmesi için; üst kademe yöneticisinden, en alt kademe çalışanına kadar tüm sağlık personelinin, iç ve dış müşterinin sağlık işletmesinin diğer kurumların performansından daha iyi olması için sağlık hizmetinin/ürününün sunumunda yenilik yapılması ön plana çıkmaktadır. Sağlık kurumlarında performansın etkin bir şekilde gerçekleşmesinde; çalışanların yetkinlikleri, iç ile dış müşteriler arasındaki iletişim, işletmenin sahip olduğu stratejiler, kültür, telif hakları, ve markaların işletmenin yenilikçiliği ile arasındaki ilişkinin önemi büyüktür.

Entelektüel sermaye işletme performansını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Bu durumda en büyük görev işletme yöneticilerine düşmektedir. Sağlık yöneticileri entelektüel sermayeyi en etkin şekilde kullanarak yenilik yaratmak ve işletmenin performansını arttıracak şekilde yönetmelidir. Entelektüel sermaye, yenilikçiliği ve performansı dolayısı ile sağlık hizmeti sunumunu etkilemektedir. Bu çalışmada entelektüel sermayenin işletme yenilikçiliği ve performansı üzerindeki etkileri sağlık kurumları açısından incelenmektedir. Elde edilen sonuçlar, entelektüel sermayenin yenilikçilik ve performansı arasındaki etkiyi incelemek ve etkiyi arttırmayı sağlamak için neler yapması gerektiği konusunda bazı sonuçlar vereceğinden önem taşımaktadır.

4.2. Araştırmanın Metodolojisi ve Tasarımı

Aşağıdaki başlıklar altında araştırmanın evreni ve örnekleme, kısıtlılıkları, varsayımları, anket sorularının hazırlanmasında kullanılan ölçekler, örneklem kümesinin seçiminde, verilerin toplanmasında ve analizinde uygulanan bilimsel yöntemlere yer verilmektedir.

4.2.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Bu araştırma kapsam itibari ile Türkiye’de sağlık sektöründe faaliyet gösteren sağlık işletmelerinde yürütülmüştür.

Araştırmanın ana kümesini İstanbul’da bulunan özel ve kamu sağlık kurumları oluşturmaktadır. Araştırmanın İstanbul’da bulunan T.C. Sağlık Bakanlığı’na bağlı kamu kurumunda ve özel sağlık kurumunda yapılabilmesi için T.C. İstanbul Valiliği İl Sağlık Müdürlüğü ve özel kurumun başhekimliğinden izin alınmıştır. Her iki hastane yönetimi ve çalışanları anketin uygulanması için kolaylık göstermişlerdir. Hastane gibi çok dinamik bir kurumda zaman ayırıp anketin uygulanmasına katkıda bulunmuşlardır. Seçilen sağlık kurumunun yöneticileri ile görüşüp, araştırma hakkında bilgi verilmiş ve anketin doldurulması konusunda destekleri istenilmiştir.

Anketi dolduran kişiler; hekim, hemşire, acil tıp teknisyeni, idari çalışan başhekim yardımcıları, hastane müdürü, hastane müdür yardımcıları, başhemşire, başhemşire yardımcıları, lojistik, satın alma, kalite, insan kaynakları, hasta danışmanları, fatura ve ödeme takip sorumluları, muhasebe çalışanlarından oluşan kişilerdir. Söz konusu işletmelerde değişik pozisyonlarda çalışanlardan anket yöntemi ile toplam 245 idari ve sağlık çalışanı araştırmaya dâhil edilmiştir. Böylece sektörün önde gelen firmalarında çalışanlardan anket için, mesleki tecrübelerine, eğitim seviyelerine, cinsiyetlerine, yaşlarına ve yöneticilik konularına göre dengeli bir dağılım yapılmıştır.

4.2.2. Araştırma Kısıtları

Bu alışma sağlık kurumlarında sağlık çalışanları ve idari çalışanlar üzerine uygulanmıştır. Çalışanların değerlendirmeleri görev yaptıkları pozisyonun gerek ve ihtiyaçlarına göre değişiklik gösterebilmektedir. Bu çalışmanın sonuçları belirtilen kısıtlar altında geçerlidir.

Araştırmada İstanbul ilindeki kamu ve özel hastanelerindeki orta ve st düzey sağlık ve idari çalışanlarının entelektüel sermayeleri ile sağlık işletmelerinin yenilikçilik ve performansı arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Araştırmanın farklı illerde hem özel hem de kamu hastanelerinde yapılmasının farklı sonuçlar doğurabileceği düşünülmektedir. Çalışma aynı zamanda farklı illerde kamu ve özel hastanelerde yapılıp kıyaslama yapılabilmesi mümkündür. Ayrıca alışma sağlık sektöründe hizmet veren ilaç ve tıbbi cihaz/malzeme gibi farklı sektörler arasında da yapılıp sektörler arası analize de gidebilmesi mümkündür.

Örneklem sadece İstanbul'da bulunan 1 kamu sağlık kurumu ve 1 özel sağlık kurumunu içermektedir. İstanbul içindeki birden fazla sağlık kurumu ve İstanbul dışındaki sağlık kurumları araştırmanın dışında tutulmuştur. Bundan dolayı elde edilen sonuçlar sadece İstanbul içindeki kamu ve özel sağlık kurumları için genelleştirilebilmektedir. Farklı bölgelerdeki kamu ve özel sağlık kurumlarından elde edilen bulgular değişiklik gösterebilecektir.

Çalışmamızın uygulama aşamasında anket yoluyla veri toplanmıştır. Anketler işletmelerinin sağlık çalışanları ve idari çalışanlarıyla yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılmış ve anketi kendilerinin doldurması istenmiştir. Ancak alışanların anketi doldururken birçok uyaran olması nedeniyle katılımcıların sorulara hızlı yanıt vermek istediği ve sorular üzerinde detaylı düşünmedikleri gözlemlenmiştir. Verilerin e-mail yöntemi ile toplanmasının katılımcılara zaman acısından kolaylık sağladığı ve verilerin güvenirliğini arttırdığı düşünülmektedir.

4.2.3. Araştırmanın Varsayımları

T.C. Sağlık Bakanlığı'na bağlı 1 kamu hastanesi ve 1 özel hastanede çalışan 245 idari ve sağlık çalışanı araştırmaya objektif cevap vermişlerdir. Araştırma için kullanılan ölçek entelektüel sermaye ile işletme yenilikçiliği ve işletme performansı arasındaki ilişkileri belirleyebilecek niteliktedir.

4.2.4. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmada işletmelerin üç boyuttaki entelektüel sermaye unsurlarının, firma yenilikçiliğine ve firmaların performans düzeyine etkisini ölçmeye yönelik ölçek; “entelektüel sermaye”, “firma yenilikçiliği” ve “firma performansı” olmak üzere üç faktörlü yapıda analizlere dâhil edilmiştir.

Bununla birlikte bu tez çalışmasının amaç ve hipotezlerine uygun olarak entelektüel sermaye ölçeği, insan sermayesi boyutu, organizasyonel sermaye boyutu ve ilişki sermayesi boyutlarının içeren üç alt ölçeğe göre hazırlanmıştır. Ölçek toplam 35 sorudan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan entelektüel sermaye bileşenleri; “insan sermayesi”, ”ilişki sermayesi” ve “organizasyonel sermaye” olmak üzere 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Firma yenilikçiliği ve firma performansını ölçmek için kullanılacak sorular sağlık sektörü dinamikleri dikkate alınarak anket yöntemi uygulanmıştır.

4.2.4.1.İnsan Sermayesi Ölçeği

İşletmelerin insan sermayesine ilişkin verileri toplamak amacıyla kullanılan anketin oluşturulması için konuyla ilgili kavramsal literatür taraması yapılmış ve yapılmış olan araştırmalar incelenmiştir. Yapılan bu inceleme sonucunda, entelektüel sermaye boyutlarından insan sermayesi ile ilgili ölçekler Bontis (1998), Subramaniam., M., Youndt, M. (2005) , Hsu, Y., Fang, W. (2009), Ling, Y. (2011) , Longo, M., Mura, M. (2011) , Hsu, I., Sabherwal, R. (2011) araştırmalarından alınmıştır.

4.2.4.2. Organizasyonel Sermaye Ölçeği

İşletmelerin organizasyonel sermayesine ilişkin verileri toplamak amacıyla kullanılan anketin oluşturulması için konuyla ilgili kavramsal literatür taraması yapılmış ve yapılmış olan araştırmalar incelenmiştir. Yapılan bu inceleme sonucunda, entelektüel sermaye boyutlarından organizasyonel sermaye ile ilgili ölçekler Bontis (1998), Hsu, Y., Fang, W. (2009), Subramaniam., M., Youndt, M. (2005), Hsu, I., Sabherwal, R. (2011) Ling, Y. (2011) çalışmalarından alınmıştır.

4.2.4.3. İlişki Sermayesi Ölçeği

İşletmelerin ilişki sermayesine ilişkin verileri toplamak amacıyla kullanılan anketin oluşturulması için konuyla ilgili kavramsal literatür taraması yapılmış ve yapılmış olan araştırmalar incelenmiştir. Yapılan bu inceleme sonucunda ilişki sermayesi ile ilgili ölçekler Bontis (1998), Hsu, Y., Fang, W. (2009), Ling, Y. (2011) Longo, M., Mura, M. (2011) çalışmalarından alınmıştır.

4.2.4.4. Firma Yenilikçiliği Ölçeği

İşletmelerin yenilikçiliğine ilişkin verileri toplamak amacıyla kullanılan anketin oluşturulması için konuyla ilgili kavramsal literatür taraması yapılmış ve yapılmış olan araştırmalar incelenmiştir. Yapılan bu inceleme sonucunda firma yenilikçiliği ölçekleri, Subramaniam, M., Youndt, M. (2005), Ling, Y. (2011), Hsu, I., Sabherwal, R. (2011) çalışmalarından alınmıştır.

4.2.4.5. Firma Performansı Ölçeği

İşletmelerin performanslarına ilişkin verileri toplamak amacıyla kullanılan anketin oluşturulması için konuyla ilgili kavramsal literatür taraması yapılmış ve yapılmış olan araştırmalar incelenmiştir. Yapılan bu inceleme sonucunda işletme performansı için kullanılacak ölçekler Bontis (2008), Hsu, Y., Fang, W. (2009), Ling, Y. (2011) çalışmalarından alınmıştır.

4.2.5. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler

Veriler toplandıktan sonra elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS ve AMOS 4 istatistik programı kullanılmıştır. Sağlık kurumları ile ilgili genel bilgilerin frekans ve yüzde dökümleri elde edilmiştir. Hipotezlerin test edilebilmesi için öncelikle araştırmaya katılanlar ile ilgili genel bilgiler demografik özellikler başlığı altında incelenmiştir. Araştırmada işletmelerin entelektüel sermayenin üç boyutunun firma yenilikçiliği ve firma performans düzeyine etkisini ölçmek amacıyla, ilk önce ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizi yapılmıştır. Kullanılan analizler açıklayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli kullanılarak gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi metodlarıdır. Daha sonra modeli oluşturan değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve son olarak yapılan regresyon analizi ile de araştırma modelinde verilen hipotezlerin desteklenip desteklenmediği incelenmiştir.

Araştırmada kullanılan yöntem ve teknikler detaylı olarak anlatılmış, araştırma hipotezleri, literatür araştırması yapılarak tez konusuyla ilgili daha önce yapılan benzer araştırmalara referanslar yapılarak ve temel araştırma kavramları tanımlanarak geliştirilmiştir. Geliştirilen araştırma hipotezleri geliştirilen model üzerinde gösterilmiştir. Sonuç olarak ankette yer alan ölçeklerin referanslarıyla birlikte alt ölçekleri açıklandıktan sonra araştırmanın evreni, veri toplama teknikleri ve analiz yöntemleri açıklanmıştır.

4.3. Araştırma Bulguları Metodolojisi ve Tasarımı

Araştırmanın bu bölümünde anket verilerinin güvenilirliği ve geçerliliği SPSS programı vasıtasıyla sorgulanmış, elde edilen bulguların güvenilir ve geçerli sonuçlara ulaştıracak nitelikte olduğu tespit edilmiştir. Anket verilerinin sonuçları korelasyon analizi ve regresyon analizleri yapılmış, ulaşılan bulgular tablolar halinde gösterilerek yorumlanmıştır.

4.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların anketin ilk bölümündeki demografik analiz sorularına verdikleri cevaplar SPSS programında analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanların çalıştığı kurum, ünvanı, cinsiyeti, yaş aralığı, eğitimi ve çalışma süresi (kıdemi) gibi demografik özellikleri ile ilgili bilgiler bu başlık altında incelenecektir.

Tablo 5, Araştırmaya katılan katılımcıların çalıştığı kurum, ünvan, cinsiyet, yaş aralığı, eğitimi ve çalışma süresi (kıdemi) özelliklerini belirtmektedir.

Tablo 5 - Demografik Özellikler Tablosu

		Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
KURUM	Kamu	133	54.2	54.2
	Özel	112	45.8	100
	TOPLAM	245	100	
ÜN VAN	İdari Çalışan	103	42	42
	Sağlık Çalışanı	142	58	100
	TOPLAM	245	100,0	
CİNSİYET	Kadın	141	57.5	57.5
	Erkek	104	42.5	100
	TOPLAM	245	100,0	
EĞİTİM DURUMU	Lise	59	24.1	24.1
	Önlisans	55	22.4	46.5
	Lisans	85	34.7	81.2
	Lisansüstü	46	18.8	100
	TOPLAM	245	100	
YAŞ ARALIĞI	20-25 yaş	63	25.71	25.71
	26-35 yaş	110	44.90	70.61
	36-40 yaş	46	18.78	89.39
	40 yaş üstü	26	10.61	100.00
	TOPLAM	245	100	
ÇALIŞMA SÜRESİ	0-5 yıl	143	58.37	58.37
	06-10 yıl	75	30.61	88.98
	11-15 yıl	19	7.76	96.73
	16 yıl ve üzeri	8	3.27	100.00
	TOPLAM	245	100	

4.3.1.1. Katılımcıların Çalıştıkları Kurum

Ankete katılan, sağlık işletmesi çalışanlarının kurum dağılımları incelendiğinde 133 kişiyi oluşturan % 54.2'sinin Kamu çalışanlarının oluşturduğu, 112 kişiyi oluşturan % 45.8'inin ise Özel Hastane çalışanı olduğu görülmektedir. Ankete katılımın her iki kurumda da yüksek olduğu görülmektedir.

4.3.1.2. Katılımcıların Kurumdaki Ünvanı

Sağlık işletmelerindeki katılımcıların ünvanı açısından incelendiğinde bu araştırma sağlık işletmelerinde çalışma pozisyonları olan meslek kolunda hem idari çalışanlar hem de sağlık çalışanları üzerine yapıldığı için çalışanların ve işletmenin performans ve yenilikçiliği açısından sektörün içinde bulunduğu durum açısından oldukça önemlidir. Sürekli kariyer geliştirme imkanı bulunan sektörde performansın en önemli bireysel göstergesi, yöneticilik ve mesleki sorumluluk düzeyinin artması ile ortaya çıkacaktır.

Mesleki pozisyonlara entelektüel sermaye açısından bakıldığında özellikle çalışanların prosedürel ve etkileşimsel anlamda iş yapış şekilleri işletme yeniliğine katkıda bulunacaktır. Ankete katılan çalışanların çoğunluğu olan 142 kişiyi oluşturan %58'lik oran sağlık çalışanı yani o kurumda idari görevi olmayan kişilerden oluşmaktadır. Geriye kalan 103 kişinin % 42'lik kısmı ise idari çalışandır. Sağlık sektörü gibi zamanla yarışılan ve insan sağlığı odaklı çalışan bir sektörde yer alan idari çalışanların ve sağlık çalışanlarının bütün yoğunluklarına rağmen çalışmamıza bu derece ilgi göstermesi anket çalışmasına değer katmıştır.

4.3.1.3. Katılımcıların Cinsiyet Durumu

Sağlık sektöründe geçmişte yapılan araştırmalarında desteklediği üzere kadın çalışan sayısının erkekler çalışanlara göre daha fazla olduğu düşünülerek katılımcıların cinsiyetleri bu çalışmada tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre incelendiğinde, çoğunluğun 141 kişi ile %57.5'lik oranla kadın olduğu görülmektedir. Öte yandan 104 erkek katılımcıların ile % 42.5'lik oranı oluşturmaktadır. Bu durum sağlık sektöründe çalışanların çoğunluğunu oluşturan

hemşire ve hasta bakım personelinin büyük oranda kadın olmasının bir sonucudur. Dolayısı ile anket katılımcılarının cinsiyetine göre dağılım sağlık sektöründeki işletmelerin genel organizasyon yapılarının ve çalışanlarının görüşlerini yansıtması açısından oldukça gerçekçi bir kitle seçildiğini göstermektedir.

4.3.1.4. Katılımcıların Eğitim Durumu

Hızla gelişen sağlık sektöründe nitelikli, donanımlı ve mesleki eğitimi olan çalışan en değerli sermaye haline gelmiştir. Sağlık işletmelerinde mesleki bilgi insan sermayesini oluşturan en önemli unsurlardan birisidir. Bu anlamda sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışanların eğitim düzeyleri oldukça önemli bir demografik faktördür.

Katılımcıların eğitim düzeyine göre incelendiğinde, Tablo 5'te görüldüğü üzere ankete katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında, lisans eğitimi almış olan 85 kişinin oranının % 34.7 olduğu, lisans üstü eğitim alan 46 kişinin oranının % 18.8 olduğu toplamda büyük bir çoğunluğunun yaklaşık %53,5'inin lisans ve lisansüstü (yüksek lisans ve doktora) eğitime sahip olduğu görülmektedir. Geriye kalan katılımcıların 59 kişinin lise mezunu olduğu ve % 24.1 oranını oluşturduğu, ön lisans mezunu 55 kişinin ise % 22.4 oranı olduğu görülmektedir. Sağlık sektörünü oluşturan çalışanların söz konusu meslekleri ile ilgili almış oldukları eğitimin kişiler arası ve bölümler arası bilgi paylaşımı yönüyle işletmeye katkıları olacaktır. Eğitim durumuna göre yapılan işin niteliğinin belirlendiği sağlık işletmelerindeki ödüllendirme sisteminden performans değerlendirme sistemlerine kadar bütün yönetsel kararlar işletme çalışanlarının motivasyonlarını ve performanslarını etkileyecektir. Bu durum özellikle ara kademe çalışanları olan lise mezunu ve ön lisans mezunlarını etkileyecektir. Sonuç olarak Eğitim düzeyi yüksek çalışanlardan yüksek performans beklemek için işlerine motive olmaları, işlerini sevmeleri önemlidir. Sağlık sektöründe çalışan çalışanların çalışma alanları, eğitim durumları, sektörün ekonomik getirisine, önemine ve Türkiye geneli eğitim ortalamasına göre oldukça yüksektir. Bu nedenle sağlık sektöründe çalışanların entelektüel sermaye süreçleri yönetilirken yenilik ve performans beklentisi yüksek olmaktadır.

4.3.1.5. Katılımcıların Yaşları

Demografik bilgileri tablosundaki veriler katılımcıların yaş aralığına göre incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun yaşı 110 kişi ile % 44,9'lik oranla "26 ile 35" yaş arasındadır. İkinci büyüklükteki yaş grubu olan % 25.71'lik oran ise 63 kişi ile "20-25" yaş arasındadır. Yani katılımcıların %70.61'lik oranı "35" yaşından küçüktür. Ankete katılan katılımcıların 173 tanesi yani %70.61'lik oranı 35 yaş ve altında "genç" olarak bilinen iş gücünün göstergesidir. 35 yaş altında çalışanların oranının yüksek olması sağlık sektörünün gelişen ve dinamik yapısı ile ihtiyaç duyulan işgücünün varlığına işaret etmektedir. Sağlık sektöründe artan mesleki personel ihtiyacını karşılayan sağlık lisesi gibi okullardan mezun olan kişilerin mesleki eğitimlerini tamamladıktan hemen sonra sektörde çalışmaya başlamaları çalışan yaşaralığının 20-25 olmasının göstergesidir. Doktorların mesleki eğitimlerinin diğer mesleklere görece daha uzun olması nedeni ile mesleki eğitimlerinin tamamlanmasından sonra çalışmaya başlamaları 26-35 yaş aralığını açıklamaktadır. 36-40 yaşaralığındaki % 18.78'lik kısmı oluşturan 46 çalışan ve 40 yaş üstü % 10.61'lik çalışanlardan oluşan 26 çalışan bulunmaktadır. Katılımcıların yaklaşık %11'inin yaşı 40 ve üzeridir. Sağlık sektörünün çalışan ihtiyacının henüz doyuma ulaşmamasından dolayı deneyimli çalışan şartından önce mesleki bilginin yeterliliği şartının aranması ile uyumlu olmasını göz önünde tutarsak, bu anket sonuçlarının sektörün geneli ile uyum halinde olduğu söylenebilir. Sonuç olarak anketteki yaş göstergelerine göre sağlık sektörünün hizmet alıcılarının giderek artan taleplerini karşılanmaya yönelik dinamik ve yenilikçi çalışanların sektörde ihtiyacı karşılayacaklarını işaret etmektedir.

4.3.1.6. Katılımcıların Kurumda Çalışma Süreleri

Katılımcıların çalışma sürelerine göre incelendiğinde, Türkiye şartlarında hizmet sektöründe çalışma süreleri özellikle sağlık sektöründe diğer sektörlerle görece düşüktür. Bu anlamda özel ve kamu hizmet sektöründe uzun dönemli profesyonel ve nitelikli işgücü çalıştırmak pek mümkün olmamaktadır. Özellikle sağlık sektöründe uzun yıllar çalışan bireylerin işlerine devam etmeleri çalışma ve iş koşullarının çok kaliteli olması ile mümkündür. Ücretin yüksekliği, çalışma

koşullarının uygunluğu gibi birçok yapısal özelliğin yanında işletme kültürü, liderlerin çalışanlarla iletişimi de işteki devamlılığın en önemli nedenleri arasındadır. Araştırma örneklem kitlesini oluşturan çalışanların mevcut iş yerlerindeki çalışma sürelerini gösteren değerlere bakılarak sağlık sektöründe çalışanlar ile ilgili bazı tespitlerde bulunmak mümkündür.

Çalışma süreleri incelendiğinde, araştırmaya katılan 143 kişinin oranı olan %58.37'sinin kurumda çalışma süresinin 5 yıl ve daha az olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan 75 kişinin toplamda % 30.61'ini oluşturduğu kümede 6-10 yıl arasında çalışma süresi bulunmaktadır. 11-15 yıl arasında aynı kurumda çalışan 19 kişinin oranı % 7.76 olup 8 kişi ise %3,27 ise 16 yıl ve üzeri bir çalışma hayatına sahiptir.

Sağlık sektöründeki çalışan deneyimi ile iş doyumunun ters orantılı olduğunu gösteren bu sonuç çalışan devir hızının yüksekliğine işaret eden önemli bir göstergedir. Bu sonuçlara göre katılımcıların sağlık sektörü ile ilgili işletmenin entelektüel sermayesi, şirket performansı ve çalışanların bireysel performans düzeyleri ile ilgili deneyim ve tecrübeye dayanan bir örgüt iklimi oluşturmak durumunda oldukları görülmektedir.

4.3.2. Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi

Sosyal bilimler alanında yapılan anket çalışmalarında güvenilir sonuca ulaşmak ve katılımcıların farklı tercihlerini yorumlarken hata oranlarını en alt seviyeye düşürmek için anket sorularının güvenilirliğini önceden test etmek gerekmektedir. Anket çalışmasından elde edilen bulguların tutarlı ve genellenebilir olması için, kavramları ölçmek için kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenirlilik analizlerinin yapılması gerekmektedir.

Ölçeklerin geçerliliği faktör analizi yöntemi kullanılarak yapılmaktadır. Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler bulmak istendiğinde kullanılmaktadır (Ho, 2006:216).

Verilerin değerlendirilmesi sonucunda da öngörülen kavramların (değişkenlerin) gerçekten var olup olmadığı ortaya konulur. Faktör analizi değişkenlerin daha anlamlı ve zet bir Şekilde sunulmasını sağlar (Ho, 2006:216).

Bu araştırmaya başlamadan önce pilot anket yapılmış ve rastgele seçilmiş 30 katılımcının anket verileri kullanılarak katılımcıların sorulara verdikleri yanıtlar SPSS programına yüklenerek güvenilirlik ve geçerlilik analizi yapılmıştır.

Literatürde iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin gücünü gösteren korelasyon katsayısı, -1 ile +1 arasında değer alır ve korelasyonun mutlak değeri ne kadar büyükse, değişkenler arasındaki ilişki de o kadar gcldr anlamı taşıdığı belirtilmektedir (Newbold, 2009).

Güvenilirlik analizi ile lmdeki verilerin birbirleriyle ne kadar ilgili oldukları, birbirleriyle yakınlıkları, homojen bir yapıyı açıklayabilecek Şekilde bir bütün oluşturup oluşturmadıklarını araştırılmaktadır. Güvenilirlik, deneklerin anket sorularına verdikleri cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanmaktadır. Güvenilirlik, anketin ölçmek istediği özelliği ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir.

Sosyal bilimlerde yapılan anket araştırmalarında genellikle ölçek güvenirliliğini test etmek için Cronbach Alfa Katsayısı kullanılır. Anket lğini oluşturan ifadelerin homojen yapıya sahip olup olmadıklarını test etmek için de kullanılan Cronbach Alfa Katsayısı, 0 ile 1 arasında değişen değerler alır ve eğer anket sorularının güvenilirlik değeri 0,7 ve üzerinde ise o lğin güvenilir olduğu söylenebilmektedir (Stoep vd., 2009:63).

Araştırmanın teorik kısmı ile tutarlı olarak 5 temel başlık olan İnsan Sermayesi, Organizasyonel Sermaye, İlişki Sermayesi, Yenilikçilik ve Firma Performansı başlıklarında toplanan faktörlere ilişkin soru grupları elde etmek ve kullanılan kavramları ölçmek için kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için önce veri setindeki değişkenlerin faktör analizi için uygunluğu incelenmiştir.

Bunun için ilk olarak, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) rneklem yeterlilik değeri hesaplanmıştır. KMO rneklem yeterlilik değeri 0.90 olarak bulunmuş ve

ve bunun önerilen 0.50' den çok yüksek olduğu görülmüştür (Stoel ve Muhanna, 2009). Ayrıca Bartlett Küresellik testinin ($\chi^2 (153) = 840.26, p < 0.5$) % 5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. KMO ve Bartlett birliktelik değerleri (communalities) 0.30'un üzerindedir ve bu her bir göstergenin diğer göstergelerle ortak değişkenliği (common variance) paylaştığını göstermektedir (Field, 2005). Bu bilgiler ışığı altında 35 adet göstergenin (sorunun) faktör analize uygun olduğu görülmektedir.

Amaç entelektüel sermaye, yenilikçilik ve firma performansı faktörlerini (kavramlarını) oluşturan göstergeleri (soruları) belirlemek ve kompozit değerleri hesaplamaktır. Bu nedenle Açıklayıcı Faktör Analizi yöntemi ile birlikte Temel Bileşenler Analizi kullanılmıştır.

Toplamda 3 adet gösterge, bir faktöre yüklenmediği ve faktör yükünün 0.50'ye eşit veya büyük olma kriterini yerine getirmediği, birden fazla faktöre yüklendiği (diğer faktörlerdeki faktör yükü-çapraz yük-, cross-loading) 0.40 veya yukarı olduğu için elenmiştir (Stoel ve Muhanna, 2009). Böylece anket sorularının sayısı 35 sorudan 32'ye düşürülmüştür.

Bu süreç sonucunda ankette geriye kalan 32 göstergeye ile temel bileşenler faktör analizi (varimax dönüştürme ile) uygulanmıştır. Bütün göstergelerin faktör yükleri 0.50 nin üzerinde ve çapraz yükleri (cross-loadings) 0.30'un altında olduğu görülmüştür. Yapılan faktör analizi sonuçları (faktör yükleri, toplam açıklanan varyans ve birliktelik katsayıları-communalities) Tablo 6' da görülmektedir. Tablo 6'da görüldüğü gibi, göstergeler uygun olan ölçekleri oluşturmaktadır. Ayrıca bütün faktör yükleri 0.50 den büyük olduğu için yapı geçerliliği mevcuttur.

Tablo 6. Açıklayıcı Faktör Analizi Tablosu

	İnsan Sermayesi	İlişkisel Sermaye	Organizasyonel Sermaye	Yenilikçilik	Firma Performansı	Birlikte- lik Katsayısı (Communalities)
IS2	0.88					0.83
IS3	0.84					0.79
IS1	0.84					0.77
IS5	0.83					0.79
IS4	0.81					0.73
IS6	0.79					0.73
IS8	0.79					0.69
IS7	0.78					0.71
ILS2		0.76				0.71
ILS4		0.75				0.72
ILS3		0.74				0.67
ILS5		0.67				0.64
ILS6		0.67				0.66
ILS1		0.57				0.52
OS4			0.80			0.74
OS5			0.80			0.76
OS2			0.59			0.61
OS3			0.58			0.59
Y4				0.79		0.77
Y2				0.78		0.72
Y1				0.77		0.76
Y5				0.76		0.71
Y6				0.63		0.58
FP7					0.81	0.69
FP2					0.81	0.71
FP3					0.80	0.68
FP4					0.78	0.66
FP8					0.75	0.63
FP1					0.72	0.58
FP5					0.72	0.66
FP9					0.71	0.60
FP6					0.71	0.64

*Temel Bileşenler Analizi ile birlikte Varimax dönüştürme kullanıldı.

**Toplam Açıklanan Varyans %68,80

Ölçeklerin geçerliliğini ayrıntılı olarak araştırmak için veri seti Doğrulayıcı Faktör Analizi'ne tabi tutulmuştur. Doğrulayıcı Faktör Analizi yapısal eşitlik modeli yardımı ile gerçekleştirilen bir yöntemdir. Doğrulayıcı Faktör Analizi yapmak için AMOS 4 yapısal eşitlik modeli yazılımı kullanılmıştır. Ölçüm modeli 5 faktörden (gizli değişken) oluşmakta ve göstergelerin sadece tek bir gizil değişkeni oluşturmasına izin verilmektedir. Yani bir gösterge birden fazla gizli değişkeni oluşturmamaktadır.

Maksimum Olabilirlik Yöntemi kullanılarak elde edilen çözüm, 32 göstergenin ilgili faktörlere yüklendiği görülmektedir. Bu da kavramların tek boyutluluğunu doğrulamakta ve ölçeklerin geçerliliği hakkında güçlü ampirik kanıtlar sunmaktadır (Anderson ve Gerbing, 1988). Yapı geçerliliği uyuşma ve ayrışma geçerliliği olmak üzere iki kısımdan meydana gelmektedir. Her iki geçerliliği test etmek için Doğrulayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. Uyuşma geçerliliğini kontrol etmek için, Yapısal Eşitlik Modeli yardımı ile yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi sonucu elde edilen faktör yüklerinin t test değerleri (kritik oran) kullanılmıştır. Faktör yüklerinin (göstergelerin) t test (kritik oran) değerlerinin 2'den büyük olması uyuşma geçerliliğinin olduğunu göstermektedir.

Bütün faktör yükleri kendi standart hatasının en az iki katı ise, ölçeğin uyuşma geçerliliği gösterdiği kabul edilir. Tablo 7'de de görüleceği üzere tüm t test değerlerinin anlamlı olması göstergelerin kavramı etkin bir şekilde ölçtüğünü göstermektedir (Anderson & Gerbing, 1988). Ölçüm modelinin $\chi^2(444)$ değeri 714,64 olarak elde edilmiştir. Ayrıca χ^2/sd (serbestlik derecesi) 1.61 e eşittir. Bu değer eşik değer olan 2'den küçük olduğu için ölçüm modeli uygundur. Ki-kare istatistiği örneklem hacmine karşı duyarlı olduğu için, modelin uygunluğunu test etmek için ikincil uyum indeksleride incelenmiştir. Sonuç olarak ölçüm modeli ile verilerin birbirleriyle oldukça uyumlu olduğu görülmüştür.

Uyum indeksleri ile ilgili sonuçlar; Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI) = .0,95, Artımsal Uyum İndeksi (IFI) = 0,95, Normlandırılmamış Basitlik Uyum İndeksi (NNFI) =0,94 ve Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA) = 0,050 olarak elde edilmişlerdir. Bu da ölçüm modelinin genel uygunluğunun iyi

olduğunu göstermektedir. Bütün bu bilgiler ışığı altında ölçeklerin (kavramların) uyuşma geçerliliğine sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu anket çalışmasında entelektüel sermaye unsurlarının uyuşma geçerliliğini incelemek için Tablo 7’deki veriler değerlendirilmektedir. Kavramların t-test değerleri Tablo 7 de verilmiştir.

Tablo 7’de görüldüğü gibi örnek verecek olursak; “İnsan Sermayesi” kavramını oluşturan 8 göstergenin (soruların) t test değerleri 14.449 ve 22,778 aralığındadır. Bu değerler çok yüksek olduğu için bu kavramın uyuşma geçerliliği mevcuttur.

Diğer kavramların t-test değerleri Tablo 7’de verilmiştir. Bu sonuçlara göre insan sermayesi, ilişki sermayesi, organizasyonel sermaye, firma yenilikçiliği ve firma performansı olan tüm kavramların uyuşma geçerliliğine sahip olduğu Tablo 7’de görülmektedir.

Tablo.7.Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Kavram (Değişken) ve Göstergeler	Standart olmayan Faktör Yükleri	Standart Faktör Yükleri	t-değeri (Kritik Oran)	SE	Item to Total Correlation
İnsan Sermayesi					
IS1	1	0.808	_a	_b	0.829
IS2	1.043	0.839	22.778	0.046	0.868
IS3	1.057	0.818	18.579	0.057	0.838
IS4	1.016	0.824	14.968	0.068	0.802
IS5	1.105	0.892	16.796	0.066	0.851
IS6	1.151	0.855	15.783	0.073	0.810
IS7	0.977	0.81	14.605	0.067	0.771
IS8	0.996	0.804	14.449	0.069	0.773
İlişki Sermayesi					
ILS1	1	0.654	_a	_b	0.592
ILS2	1.301	0.807	10.613	0.123	0.748
ILS3	1.235	0.766	10.195	0.121	0.696
ILS4	1.364	0.812	10.662	0.128	0.752
ILS4	1.211	0.7	9.448	0.128	0.679
ILS6	1.036	0.724	9.718	0.107	0.705
Organizasyonel Sermaye					
OS2	1	0.756	_a	_b	0.623
OS3	1.107	0.746	10.705	0.103	0.617
OS4	0.889	0.663	9.481	0.094	0.687
OS5	0.849	0.695	9.959	0.085	0.721
Yenilikçilik					
Y1	1	0.779	_a	_b	0.771
Y2	0.873	0.729	15.679	0.056	0.737
Y4	1.055	0.87	14.277	0.074	0.792
Y5	0.938	0.808	13.187	0.071	0.742
Y6	0.873	0.722	11.581	0.075	0.649
Firma Performansı					
FP1	1	0.668	_a	_b	0.667
FP2	1.06	0.731	12.686	0.084	0.749
FP3	1.093	0.758	10.53	0.104	0.732
FP4	1.12	0.781	10.9	0.103	0.749
FP5	1.173	0.777	10.856	0.108	0.730
FP6	1.104	0.811	11.19	0.099	0.736
FP7	1.083	0.797	11.091	0.098	0.770
FP8	1.045	0.752	10.546	0.099	0.729
FP9	0.955	0.722	10.164	0.094	0.697

Not: SE standart olmayan çözümden elde edilmiş standart hatayı ifade etmektedir. _a t-değerleri (kritik oran) standart olmayan çözümler kullanılarak hesaplanmıştır ve hepsi 0.01 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır (sıfırdan farklıdır). _b Faktör yükü tahmin etme amacı için 1 olarak sabitlenmiştir.

Ayrışma geçerliliği bir kavramın öğelerinin kavramsal olarak diğer kavramların öğeleri ile örtüşmemesini sağlar. Bir ölçeğin (kavramın) ayrışma geçerliliğini incelemek için ortalama çıkarılan varyansın (AVE) kare kökü ile diğer ölçekler (kavramlar) ile olan korelasyon katsayıları karşılaştırılır. Eğer ölçeğin AVE'nin karekök değeri, diğer ölçekler ile olan korelasyon katsayılarından büyük ise, o ölçeğin ayrışma geçerliliğini sağladığı ispat edilmiş olmaktadır (Fornell and Larcker, 1981).

Tablo 7 'de görüldüğü gibi, her kavramın AVE değeri korelasyon katsayılarının karelerinden küçüktür. Bundan dolayı ölçeklerin ayrışma geçerliliğine sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Böylece ankette yer alan soruların araştırmada incelenen tüm kavramların Tablo 7'de verilen Doğrulayıcı Faktör Analizi sonuçları ile kabul edilebilir psikometrik özelliklere sahip olduğunu görülmektedir.

Bütün gizil değişkenlerin (latent variables) kompozit güvenilirlik (CR) ve ortalama çıkarılan varyans (AVE) katsayıları önerilen eşik değeri olan 0.70 ve 0.50'ye yakın yada bu eşik değerlerin oldukça üstünde olduğu görülmektedir (Fornell and Larcker, 1981). Doğrulayıcı Faktör Analizi yapmak için oluşturulan Yapısal Eşitlik Modelimiz olan ölçüm modelinin uygun olup olmadığı sonucuna birincil ve ikincil uyum indexleri kullanılarak ulaşılmaktadır. Önceden bahsedildiği üzere bu indeksler istenilen değerlerden yüksektir.

Kavramların güvenilirliği ve geçerliliği sağlandıktan sonra kavramları ölçmek için her bir kavram için o kavramı oluşturan göstergeler (items) kullanılarak bütünleşik değerler (composite scores) oluşturulmuştur. Yani her bir kavramı oluşturan göstergelerin ortalamaları alınarak yeni bir değişken oluşturulup etiketlenmiştir. Her sorunun/maddenin hangi gösterge altında olduğu belirlenmiştir.

Örneğin "İnsan Sermayesi" kavramını oluşturan göstergeler IS1 den IS8 e kadar olan göstergelerdir. Yani 8 göstergenin ortalaması alınarak "İnsan Sermayesi" kavramı oluşturulmuştur. Bütün kavramların tasviri istatistikleri Tablo 8'te verilmiştir.

Böylece yapılan faktör analizi sonuçları katılımcılara yöneltilen hangi sorunun hangi faktöre ait olduğu ve anket sorularının kavramları açıklama konusunda güvenilir olduğu da doğrulanmaktadır. Elde edilen faktörler literatüre uygun bir şekilde etiketlenmiş ve sonuçlar literatür tarafından desteklenmektedir.

Sosyal bilimlerde yapılan anket araştırmalarında genellikle ölçek güvenilirliğini test etmek için Cronbach Alfa Katsayısı kullanılmaktadır. Anket ölçeğini oluşturan ifadelerin homojen yapıya sahip olup olmadıklarını test etmek için de kullanılan Cronbach Alfa Katsayısı 0 ile 1 arasında değişen değerler alır ve eğer anket sorularının güvenilirlik değeri 0.7 ve üzerinde ise o ölçeğin güvenilir olduğu söylenmektedir. Ölçeklerin güvenilirliği Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı ve birleşik güvenilirlik (composite reliability) katsayıları kullanılarak incelenmiştir. Tablo 8’de görüldüğü gibi, ölçeklerin tamamının Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı ve birleşik güvenilirlik (composite reliability) katsayıları belirlenen eşik değer olan 0.70’den çok yüksek olduğu görülmüştür (Fornell ve Larcker, 1981). Bu sonuç ölçeklerin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

4.3.3.Araştırma Hipotezlerinin Testi

Araştırma hipotezlerini test etmek için korelasyon ve regresyon analizi kullanılmıştır. Korelasyon iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin gücünü gösteren katsayıdır. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değer almaktadır. Korelasyon katsayısının mutlak değeri ne kadar büyükse, değişkenler arasındaki ilişki de o kadar güçlüdür (Newbold, 2009).

Tablo 8’ de görüldüğü üzere değişkenler arası doğrusal ilişkileri gösteren korelasyon katsayılarına bakıldığında, bazı değişkenler arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğu ($p<0,05$), bazıları arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde ilişkili olduğu görülmektedir.

Tablo.8. Korelasyon Katsayıları ve Tasviri İstatistikleri

Değişkenler	Orta lama	Standart Sapma	1	2	3	4	5
1. İnsan Sermayesi	3.66	0.94	-				
2. İlişki Sermayesi	3.64	0.91	0.63**	-			
3. Organizasyonel Sermaye	3.53	0.87	0.57**	0.58**	-		
4. Yenilikçilik	3.18	0.88	0.21**	0.37**	0.38**	-	
5. Performans	3.58	0.69	0.16*	0.31**	0.36**	0.63**	-
Cronbach Alfa Güvenirlilik katsayısı			0.95	0.88	0.83	0.89	0.92
Composite Reliability (CR)			0.95	0.88	0.81	0.89	0.92
Average Variance Extracted (AVE)			0.69	0.56	0.51	0.61	0.57

*p<0.05, **p<0.01

Araştırmaya katılan sağlık işletmeleri çalışanlarının entelektüel sermayenin üç unsurunun yenilikçilik ile etkisini ve firma performansına etkisini anlamaya yönelik olarak geliştirilen hipotezler regresyon analizi ile test edilmiştir.

Araştırma modelinde yer alan hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi kullanılmış; bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler elde edilen sonuçlara göre incelenmiştir. Çoklu regresyon analizi, bir veya birden fazla bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini açıklamak için kullanılan bir yöntemdir (Newbold, 2009).

Hipotezleri test etmek için iki regresyon modeli kullanılmıştır. Bu modeller En Küçük Kareler (EKK) yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. EKK yönteminin temel varsayımları kontrol edilmiştir. EKK yönteminde (1) kalıntılar normal dağılıma sahiptir; (2) kalıntılar sabit varyansa sahiptir ve (3) bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık kabul edilebilir aralıktadır olarak yorumlanmaktadır.

Bu amaçla, regresyon modeli kalıntılarının normal Q-Q grafiği ve histogramı görsel olarak incelenmiştir. Kalıntılarda uç değer belirlenmemiş ve

kalıntıların yaklaşık olarak normal dağılıma sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca, kalıntıların sabit varyansa sahip olup olmadığı kalıntıların bağımsız değişkenlere karşı serpilme grafiği ve kalıntıların zamana karşı grafiği incelenerek karar verilmiştir (Newbold, 2009). Kalıntıların sabit varyansa sahip olduğu görülmüştür. Gruplandırılmış soruların regresyon tablosu olan Tablo 9 incelendiğinde bağımsız değişkenler olan entelektüel sermaye unsurları insan sermayesi, ilişki sermayesi ve organizasyonel sermaye arasındaki korelasyonlar ve Varyans Etki Faktörleri (Variance Inflation Factors-VIF) kabul edilebilir aralıkta olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç çoklu doğrusallık probleminin olmadığını göstermektedir (Stoel ve Muhanna, 2009). Özetle seçilen metodun uygun olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu araştırmada 2 tane bağımlı değişken olan firma yenilikçiliği ve firma performansı ve 3 tanede bağımsız değişken olan entelektüel sermaye unsurları insan sermayesi, ilişki sermayesi ve organizasyonel sermaye bulunmaktadır. Bundan dolayı 2 tane çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 9 H1, H2 ve H3 araştırma hipotezlerini test etmek için yapılan regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 9.Firma Yenilikçiliği İle İlgili Regresyon Analizi Sonuçları (H₁, H₂, H₃ hipotezleri için)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken			
	Firma Yenilikçiliği			
	Standart Beta (β)	t değeri	p-değeri	VIF Değeri
İnsan Sermayesi	.298**	4.448	.000	1.418
Organizasyonel Sermaye	.097	1.312	.191	1.744
İlişki Sermayesi	.196 **	2.809	.005	1.548
	$R^2 = 0,239$			
	$F = 25.185$			
	$p\text{-değeri} = 0.000$			

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Araştırmanın ilk hipotezi, insan sermayesinin firma yenilikçiliği üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu çerçevede geliştirilen hipotez (H1) olarak adlandırılmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre entellektüel sermayenin alt boyutlarından insan sermayesi ile firma yenilikçiliği arasındaki ilişkiye bakıldığında ($\beta=0,298$, $p < 0.01$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu Tablo 9’te görülmektedir. Dolayısıyla insan sermayesinin firma yenilikçiliği üzerinde olumlu yönde bir ilişkisi olduğunu göstermektedir. Bu bilgiler ışığı altında insan sermayesinin firma yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediğini söylenebilir. Bu sonuçlara göre sağlık işletmelerinde insan sermayesine verilen önem arttıkça çalışanların işletmenin yenilikçiliği üzerinde etkisinin pozitif yönde olduğunu söylemek mümkündür. Bu sonuç, insan sermayesinin firma yenilikçiliğini olumlu şekilde etkilediğini varsayan (H1) hipotezini desteklemektedir.

Araştırmanın ikinci hipotezi olan H2 hipotezinde, organizasyonel sermayenin firma yenilikçiliği ile arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu varsayımına dayanmaktadır. İki kavram arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 9’da gösterilmiştir. Organizasyonel sermaye ile firma yenilikçiliği arasındaki ilişkiye bakıldığında ($\beta=0,097$ $p > 0.05$) istatistiksel olarak organizasyonel sermayenin firma yenilikçiliği üzerinde bir etkisinin olmadığı Tablo 9’da görülmektedir. Bu sonuç, organizasyonel sermayenin firma yenilikçiliğini olumlu şekilde etkilediğini varsayan (H2) hipotezini desteklememektedir.

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan H3 hipotezi; ilişki sermayesinin, firma yenilikçiliği üzerinde olumlu yönde etkisi olduğu varsayımına dayanmaktadır. İki kavram arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 9’da gösterilmiştir. İlişki Sermayesi ile firma yenilikçiliği arasındaki ilişkiye bakıldığında ($\beta=0,196$ $p < 0.01$) istatistiksel olarak ilişki sermayesinin firma yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği Tablo 9’da görülmektedir. Bu bilgiler ışığı altında ilişki sermayesinin firmanın yenilikçiliği üzerinde etkisinin pozitif olduğunu söylemek mümkündür. Bu sonuç, ilişki sermayesinin firma

yenilikçiliğini olumlu şekilde etkilediğini varsayan (H3) hipotezini desteklemektedir.

Tablo 10, H4, H5, H6, ve H7 araştırma hipotezlerini test etmek için yapılan regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 10.Firma Performansı İle İlgili Regresyon Analizi Sonuçları (H4, H5, H6, H7, hipotezi için)

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken			
	Firma Performansı			
	Standart Beta (β)	t değeri	p-değeri	VIF Değeri
İnsan Sermayesi	.020	.320	.749	1.535
Organizasyonel Sermaye	.128*	2.063	.040	1.599
İlişki Sermayesi	.015	.223	.824	1.757
Firma Yenilikçiliği	.571**	10.136	.000	1.314
	R ² = 0,419			
	F = 43.341			
	p-değeri = 0,000			

*p<0,05, **p<0.01

Araştırma kapsamında geliştirilen dördüncü hipotezde insan sermayesinin olan firma performansı üzerinde olumlu yönde etkisi olduğuna dayanan H4 hipotezi geliştirilmiştir. İki kavram arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 10’da gösterilmiştir. İnsan Sermayesi ile firma performansı arasındaki ilişkiye bakıldığında, ($\beta= 0.020$ ve $p > 0.01$) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı Tablo 10’da görülmektedir. Bu bilgiler ışığı altında insan sermayesinin firmanın performansı üzerine bir etkisinin olmadığı söylenebilir. Bu sonuca göre, insan sermayesinin firma performansını olumlu şekilde etkilediğini varsayan (H4) hipotezinin desteklenmediği görülmektedir.

Araştırma kapsamında geliştirilen beşinci hipotezde organizasyonel sermayenin firma performansı üzerinde olumlu yönde etkisi olduğuna dayanan H5 hipotezi geliştirilmiştir. Organizasyonel sermaye ile firma performansı arasındaki

ilişkiye bakıldığında, ($\beta=0.128$, $p < 0.05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu Tablo 10'te görülmektedir. Dolayısıyla organizasyonel sermayenin firma performansı üzerinde olumlu yönde bir ilişkisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu bilgiler ışığı altında firmanın organizasyonel sermayesinin firma performansını pozitif yönde etkiler. Bu sonuç, organizasyonel sermayenin firmanın performansını olumlu şekilde etkilediğini varsayan (H5) hipotezinin desteklendiğini göstermektedir.

Araştırma kapsamında geliştirilen altıncı hipotezde ilişki sermayesinin firma performansı üzerinde olumlu yönde etkisi olduğuna dayanan H6 hipotezi geliştirilmiştir. İlişki Sermayesi ile firma performansı arasındaki ilişkiye bakıldığında, ($\beta= 0.015$ ve $p > 0.01$) istatistiksel olarak anlamlı olmadığı Tablo 10'da görülmektedir. Bu bilgiler ışığı altında ilişki sermayesinin firmanın performansı üzerine bir etkisi olmadığını söylemek mümkündür. Bu sonuç, ilişki sermayesinin firma performansın olumlu şekilde etkilediğini varsayan (H6) hipotezini desteklememektedir.

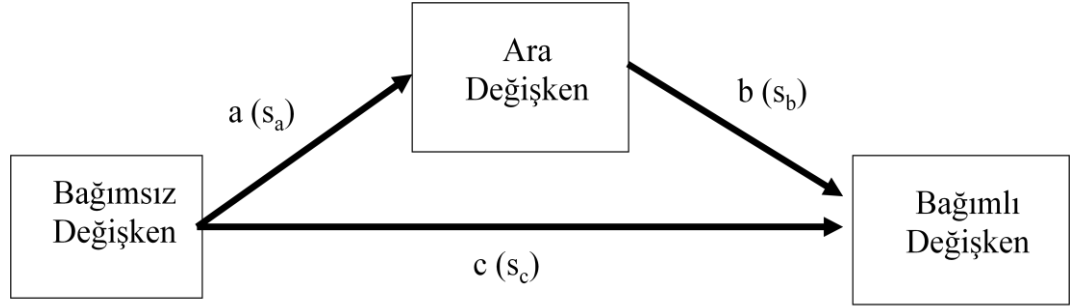
Araştırma kapsamında geliştirilen yedinci hipotezde firma yenilikçiliğinin firma performansı üzerinde olumlu yönde etkisi olduğuna dayanan H7 hipotezi geliştirilmiştir. Firmanın yenilikçiliği ile firmanın performansı arasındaki ilişkiye bakıldığında, ($\beta=0.571$ $P<0.01$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu Tablo 10'da görülmektedir. Dolayısıyla firmanın yenilikçiliğinin, firmanın performansı üzerinde olumlu yönde olduğunu söylemek mümkündür. Bu bilgiler ışığı altında firmanın yenilikçiliğinin firmanın performansını pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuç, firmanın yenilikçiliğinin firmanın performansını olumlu şekilde etkilediğini varsayan (H7) desteklemektedir.

4.3.4. Firma Yenilikçiliğinin Ara Değişken Etkisinin Analizi

Entelektüel sermaye ve performans arasındaki ilişkide yenilikçiliğinin ara değişken etkisini incelemek amacıyla Baron ve Kenny (1986) yaklaşımı kullanılmıştır. Baron ve Kenny (1986) yaklaşımına göre, ara değişken etkisinden bahsedebilmek için aşağıdaki koşulların sağlanması gerekmektedir. Ara değişken analizi üç adımdan oluşmaktadır (MacKinnon vd.,2007). İlk adımda bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi belirlenir. İkinci adımda, bağımsız değişkenin ara değişken üzerindeki etkisi bulunur. Son adım ise, ara değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi hesaplanır. Eğer istatistiksel olarak bağımsız değişkenin ara değişkeni etkilediği ve ara değişkenin bağımlı değişkeni etkilediği bulunursa, ara değişken etkisinin mevcut olduğu sonucuna ulaşılır.

Ara değişken etkisi hesaplamak için iki regresyon analizi yapılmaktadır. Başka bir deyişle, hiyerarşik regresyon analizi kullanılmaktadır. Şekil 7’de ara değişken gösterilmiştir. İlk regresyon analizinde, bağımsız değişken ve bağımlı değişken kullanılır. Ara değişken analize katılmaksızın elde edilen katsayı, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini gösterir. İkinci regresyon analizinde, bağımlı değişken bağımsız değişken ve ara değişken üzerine regress edilir. Bu şekilde, ara değişken ile bağımlı değişken arasındaki katsayı ve ara değişkenin etkisi düzeltildikten sonra bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki katsayı elde edilir.

Ara değişken etkisini test etmek için sobel testi kullanılır (Sobel, 1982). Sobel testi bağımsız değişken ile ara değişken arasındaki ilişkinin katsayısı (a), bu katsayının standart hatası (s_a), ara değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin katsayısı (b) ve bu katsayının standart hatası (s_b) kullanılarak aşağıdaki gibi hesaplanır. Elde edilen sonuca göre ara değişken etkisinin var olup olmadığı konusunda sonuca ulaşılır.



Şekil.7. Ara Değişken İlişkisi

Yukarıda verilen süreç kullanılarak, firma yenilikçiliğinin entelektüel sermaye unsurları olan insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi ile firma performans arasında ara değişken etkisine sahip olup olmadığı Baron ve Kenny yaklaşımı kullanılarak test edilmiştir.

İlk aşamada, bu değişkenler arasındaki korelasyonlar incelenerek bu değişkenler arasında bir ilişki olup olmadığı gözlenmiştir. Tablo 8’den görüldüğü gibi bu değişkenler arasında bir ilişki mevcuttur. Daha sonra hiyerarşik regresyon analizi yapılır.

Tablo 11’de bağımlı değişken olan firma performansı ile bağımsız değişkenler olan insan sermayesi, organizasyonel sermaye, ilişki sermayesi ve firma yenilikçiliği arasında yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 11. Yenilikçiliğin Ara Değişken Etkisinin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken			
	Firma Performansı			
	Model 1		Model 2	
	Standart Beta (β)	t değeri	Standart Beta (β)	t değeri
İnsan Sermayesi	0,19**	2,71	0,02	0,32
Organizasyonel Sermaye	0,24**	3,29	0,128*	2,06
İlişki Sermayesi	0,07	0,90	0,015	0,22
Yenilikçilik			0,571**	10,13
R ²	0,161		0,41	
ΔR ²	0,161		0,249	
F Değeri	16,55		43,34	

*p<0.05, **p<0.01

İlk incelenen ara değişken etkisi firma yenilikçiliğinin insan sermayesi ve firma performansı ara değişken etkisidir. Firma yenilikçiliğinin insan sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisi test edilmiştir. Tablo 8'deki korelasyon tablosu incelendiğinde insan sermayesi, firma yenilikçiliği ve firma performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yenilikçilik kullanılmadan insan sermayesi ve firma performansı arasında yapılan regresyon analizi sonucuna bakıldığında ($\beta=0,19$; $p<0,01$) insan sermayesinin firma performansı üzerinde etkisi olduğu Tablo 16'da görülmektedir. İnsan sermayesi ve firma yenilikçiliği birlikte regresyon analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda insan sermayesi ile performans arasındaki ilişkinin ortadan kalktığı görülmektedir. Ayrıca, yenilikçilik ile firma performansı arasındaki ilişkiye bakıldığında ($\beta=0,571$; $p<0,01$) istatistiksel olarak aralarında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bundan dolayı, Baron ve Kenny yaklaşımına göre, yenilikçiliğin, insan sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu sonucu istatistiksel olarak desteklemek için, Sobel Testi yapılmıştır. Sobel testine göre (**Sobel z test = 6,01**; $p <0,01$) 0.01 anlamlılık düzeyinde yenilikçiliğin ara değişken etkisine sahip

olduğu görülmüştür. Bu bilgiler ışığı altında yenilikçiliğin tam ara değişken etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İkinci olarak incelenen ara değişken etkisi firma yenilikçiliğinin organizasyonel sermaye ve firma performansı ara değişken etkisidir. Firma yenilikçiliğinin organizasyonel sermaye ile firma performansı arasında ara değişken etkisi test edilmiştir. Tablo 8'deki korelasyon tablosu incelendiğinde organizasyonel sermaye, firma yenilikçiliği ve firma performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yenilikçilik kullanılmadan organizasyonel sermaye ve firma performansı arasında yapılan regresyon analizi sonucuna bakıldığında ($\beta=0,24$; $p<0,01$) organizasyonel sermayenin firma performansı üzerinde etkisi olduğu Tablo 16'da görülmektedir.

Organizasyonel sermaye ve firma yenilikçiliği birlikte regresyon analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucuna bakıldığında ($\beta=0,128$; $p<0,05$) organizasyonel sermaye ile performans arasındaki ilişkinin zayıfladığı fakat hala istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca, yenilikçilik ile firma performansı arasındaki ilişkiye bakıldığında ($\beta=0,571$; $p<0,01$) istatistiksel olarak aralarında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bundan dolayı, Baron ve Kenny yaklaşımına göre, yenilikçiliğin organizasyonel sermaye ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahip olduğu söylenir. Bu sonucu istatistiksel olarak desteklemek için, Sobel Testi yapılmıştır. Sobel testine göre (**Sobel z test =5,43, p < 0.01**) 0.01 anlamlılık düzeyinde yenilikçiliğin ara değişken etkisine sahip olduğu görülmüştür. Bu bilgiler ışığı altında yenilikçiliğin organizasyonel sermaye ile firma performansı arasında kısmı ara değişken etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Üçüncü ve son olarak incelenen ara değişken etkisi firma yenilikçiliğinin ilişki sermayesi ve firma performansı ara değişken etkisidir. Firma yenilikçiliğinin ilişki sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisi test edilmiştir. Tablo 8'deki korelasyon tablosu incelendiğinde ilişki sermayesi, firma yenilikçiliği ve firma performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yenilikçilik kullanılmadan regresyon analizi yapılmıştır. İlişki

sermayesi ve firma performansı arasında yapılan regresyon analizi sonucuna bakıldığında ($\beta=0,07$; $p >0,05$) ilişki sermayesinin firma performansı üzerinde etkisi olmadığı Tablo 16’da görülmektedir. Bundan dolayı, Baron ve Kenny yaklaşımına göre, yenilikçiliğin ilişki sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 12’de araştırma hipotezlerinin test sonuçları tablo olarak bir arada bulunmaktadır. Tablo 12 incelendiğinde H1, H3, H5, H7, H8 ve H10 hipotezlerinin desteklendiği, H2, H4, H6 ve H9 hipotezlerinin desteklenmediği görülmektedir.

Tablo 12. Araştırma Hipotezi Test Sonuçları

Hipotez	Hipotez İçeriği	Sonuç
H1	Firmaların insan sermayesi ile firma yenilikçiliği arasında pozitif bir ilişki vardır.	DESTEKLENDİ
H2	Firmaların organizasyonel sermayesi ile firma yenilikçiliği arasında pozitif bir ilişki vardır.	DESTEKLENMEDİ
H3	Firmaların organizasyonel sermayesi ile firma yenilikçiliği arasında pozitif bir ilişki vardır.	DESTEKLENDİ
H4	Firmaların insan sermayesi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.	DESTEKLENMEDİ
H5	Firmaların organizasyonel sermayesi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.	DESTEKLENDİ
H6	Firmaların ilişki sermayesi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.	DESTEKLENMEDİ
H7	Firma yenilikçiliği ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.	DESTEKLENDİ
H8	Firma yenilikçiliği insan sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahiptir.	DESTEKLENDİ
H9	Firma yenilikçiliği organizasyonel sermaye ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahiptir.	DESTEKLENMEDİ
H10	Firma yenilikçiliği ilişki sermayesi ile firma performansı arasında ara değişken etkisine sahiptir.	DESTEKLENDİ

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Günümüzün giderek artan ve dinamik hale gelen teknolojik gelişmeleri, artan küresel rekabet ve işletmelerin bilgi odaklı hale gelmesi nedeni ile nitelikli ve işinde uzmanlaşmış, işletmeye katma değer kazandıracak ve diğer işletmelerden farklılaştıracak çalışanlara olan ihtiyaç artmaktadır. Bu özelliklere sahip çalışanlar işletmenin rekabet üstünlüğüne sahip olabilmesini sağlayacak yeni mal ve hizmetlerin ortaya çıkması için çalışmakta ve işletme performansının artmasına yol açmaktadır.

İşletmeler nitelikli bir insan sermayesine sahip olmak ve mevcut insan sermayelerini güçlendirmek için; çalışanlara yönelik eğitime önem veren, çalışan motivasyonunu artıran, çalışanların yaratıcı becerilerini mesleki uzmanlıkları ile beraber kullanarak yeni ürün ve hizmetleri iyileştirmeyi teşvik eden ve var olan ürün ve hizmetleri iyileştirmek yoluyla yenilik yaratmayı destekleyen bir işletme stratejisi geliştirmelidirler. Bu doğrultuda nitelikli insan sermayesini firma bünyesine katmaya ve mevcut çalışanların işe devamlılıklarını sağlamaya yönelik bilgi yönetimi odaklı bir işletme stratejisi ile firma performansını güçlendirmelidirler. Bu çalışmada da vurgulandığı gibi işletmelerin yalnızca nitelikli insan sermayesine sahip olmaları ve onu geliştirmek için çaba sarfetmeleri yeterli değildir. İşletmeler başarılı yeni ürün ve hizmetler geliştirerek firma performanslarını artırmak, sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek için insan sermayesini, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi ile desteklemelilerdir. Bu hedef doğrultusunda firmanın sahip olduğu bilgi sermayesinin, enformasyon teknolojisi alt yapısı ile kayıt altına alınması ve paylaşımı için gerekli kanalların oluşturulması, iç ve dış müşterilerle iyi ilişkiler kurmaya yönelik örgüt kültürü geliştirmesi, müşteriler, tedarikçiler ve satıcılarla işbirliğini güçlendirmesi gerekmektedir. İşletmeler, bu hedeflerine etkin bir ilişki sermayesi oluşturarak ve bu ilişki sermayesini müşteri ve pazar değişimini gözetken bir strateji doğrultusunda yöneterek ulaşmaktadırlar. Bu doğrultuda

işletmeler müşteri memnuniyetini ve sadakatini yüksek tutarak firma performansını artırmayı amaçlamalıdır.

Firmanın başarısı ve sürekliliği için, insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi kolektif bir etki yaratarak örgütsel yapılar, süreçler ve çıktılar üzerinde artımsal bir fayda sağlarlar. Bu nedenle insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesinin firma yenilikçiliği ve firma performansı üzerinde etkisini tespit etmeye yönelik araştırmalar sıklıkla yapılmaya başlamıştır. Yapılan araştırmaların artması sonucunda işletme yönetimi literatüründe entelektüel sermaye kavramları yönetsel açıdan daha da önemli hale gelmiştir.

Bu bağlamda, entelektüel sermaye yönetiminin firma yenilikçiliği ve firmanın performansına etkilerini tespit etmek amacıyla yapılan bu araştırma bulgularının yorumlanmasıyla ulaşılan sonuç ve öneriler aşağıdaki başlıklar altında özetlenmiştir.

5.1. Araştırma Bulgularının Yorumlanması

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular; Entelektüel Sermaye Unsurlarının Firma Yenilikçiliğine Etkisi, Entelektüel Sermaye Unsurlarının Firma Performansına Etkisi ve Firma Yenilikçiliğinin Firma Performansına Etkisi başlıkları altında toplamak mümkündür.

5.1.1. Entelektüel Sermaye Unsurlarının Firma Yenilikçiliğine Etkisi

Araştırma kapsamında sağlık işletmelerinde entelektüel sermaye uygulamalarının firma yenilikçiliğine etkisi üç alt entelektüel sermaye boyutuna göre incelenmiş ve aradaki ilişkiye yönelik yorumlarda bulunulmuştur.

İnsan sermayesinin firmaların yenilikçiliğine etkisini anlamaya yönelik yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular göstermiştir ki; firma

yenilikçiliğinin oluşumunda insan sermayesi uygulamalarının olumlu yönde etkisi bulunmaktadır. Entelektüel sermayenin diğer boyutu olan organizasyonel sermaye etkisine ilişkin bulgulara bakıldığında; bu tarz uygulamaların sağlık işletmelerinin firma yenilikçiliği üzerinde etkisi olmadığı görülmüştür. Son olarak ilişki sermayesinin firma yenilikçiliğine etkisini gösteren bulgulara bakılarak; bu unsurun firmanın yenilikçilik düzeyi üzerinde de etkisinin olumlu yönde olduğunu söylemek mümkündür.

Yapılan araştırma sonucunda organizasyonel sermayenin firma yenilikçiliği arasında bir ilişki olmamasının en önemli sebebinin, söz konusu sağlık işletmelerinde organizasyonel sermayenin etkin bir şekilde yönetilememesinden kaynaklandığı sonucuna varmak mümkündür. Bu çalışmada araştırma örneklemini oluşturan sağlık işletmelerinde insan sermayesinin verimini artıran, işbirliğini teşvik eden, teknolojinin doğru kullanımını sağlayan bir organizasyonel sermaye altyapısı bulunmadığı görülmektedir. Bu nedenle hedeflenen yenilik çıktılarına ulaşmak zorlaşmaktadır. Sağlık işletmelerinde organizasyonel sermayenin oluşturulması ve doğru kullanılması için temel bir bilgi altyapısının varlığı önemlidir. Sağlık işletmelerinde organizasyonel sermaye kapsamında değerlendirilen kurumsal bilgi seviyesinin yüksek olması, kurumsal geleneklerin süreçler ve uygulamalara yerleşmesi, teknolojik altyapının varlığı, çalışanlar arası işbirliği kültürünün oluşturulması, laboratuvarların verimli kullanımı, çalışanlar arasında sinerjik bir etki yaratacak takım çalışmasının olması organizasyonel sermaye alt yapısının oluşmasına ve yenilik sürecine katkı sağlayacaktır.

Öte yandan, elde edilen bulgulara göre, insan sermayesi ve ilişki sermayesinin sağlık işletmelerinde firmanın yenilikçiliğini olumlu yönde geliştirdiği sonucuna varılmıştır. Sağlık işletmelerinde çalışanların eğitim, bilgi birikimi, problem çözme ve liderlik yeteneği, girişimcilik ve bilgi paylaşma becerisi, takımın bir parçası olma isteği ve yaratıcılık eğilimleri gibi özelliklerinin geliştirilmesi ve işletme süreçlerinde kullanılması işletmenin insan sermayesini pozitif yönde etkilemektedir. İnsan sermayesinin yenilikçilik sürecine dâhil edilmesi sürekli iyileştirme ve geliştirmeyi esas alan bir yaklaşım ortaya

çıkarmaktadır. Benzer şekilde sağlık işletmelerinde, ilişki sermayesi güvenilir ve kaliteli hizmet sağlama, işletme için değer oluşturan dışsal unsurları geliştirme, müşteri ürün ve hizmet taleplerini belirleme, müşteri memnuniyeti ve sadakatini artırıcı geri bildirim mekanizmaları oluşturma ve güven ilişkisini sağlama yoluyla teşvik edilmektedir.

5.1.2. Entelektüel Sermaye Unsurlarının Firma Performansına Etkisi

Araştırma sonucunda, firmaların insan sermayesinin ve ilişki sermayesinin firma performansı üzerinde etkisi olmadığı tespit edilirken, entelektüel sermayenin diğer boyutu olan, organizasyonel sermayenin firma performansına olumlu yönde etkisinin olduğu anlaşılmıştır.

İnsan sermayesinin firma performansı üzerinde etkiye sahip olmamasının en önemli sebebi sağlık çalışanlarının performans kaygısının örgüt düzeyinde değil müşteri düzeyinde olmasıdır. Çalışanlar hasta memnuniyeti ve bağlılığını sağlamaya yönelik çaba sarf ederler. Bu doğrultuda işletmenin performans çıktılarına direkt etkileri bulunmamaktadır. Ancak insan sermayesi sağlık işletmelerinin yenilikçi ürün ve hizmetlerini destekleyerek firma performansına dolaylı yoldan etki etmektedir. Sağlık yöneticilerinin çalışanlara yönelik “firma performansı” algısını oluşturacak eğitimler gerçekleştirmeleri ve firma performansına katkılarına yönelik sürekli geri bildirimde bulunmaları gerekmektedir. İlişki sermayesinin firma performansı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmamasının sebebi; firma performansına katkı sağlayacak çalışan kararlarını örgüt düzeyinde uygulayacak esnekliğe sahip bir yönetim anlayışının olmamasıdır. Bu nedenle, müşteri odaklı bir strateji geliştirilememekte, müşteri güvenine dayalı örgüt düzeyinde bir yönetim anlayışı oluşturulamamakta, bu anlayış yalnızca çalışan düzeyinde kalmaktadır. Sağlık işletmelerinde hasta geri bildirim mekanizmaları sonucu hasta memnuniyeti ve bağlılığına yönelik örgüt düzeyinde hizmet yeniliği meydana gelmesi hedeflenmektedir. Oluşan bu yeniliğin firma performansına etki etmesi beklenmektedir. İlişki sermayesinin firma performansı üzerinde direk bir etkiye sahip olması için sağlık çalışanlarının

esnek ve katılımcı bir yönetim anlayışıyla işletmenin karar verme mekanizmalarına dâhil olmaları ve hasta memnuniyetine yönelik kararların yönetim düzeyinde verilmesi gerekmektedir. Araştırma bulguları doğrultusunda, organizasyonel sermaye sağlık işletmesinin finansal performansına (maliyet yapıları, sermaye karlılığı, doluluk oranı, ortalama günlük yatan hasta sayısı, hasta harcamaları) ve finansal olmayan performansına (marka değeri, isgörenlerin işletmeye duydukları güven, iş tatmini, örgütsel bağlılık) katkı sağlamaktadır. Bu doğrultuda, sağlık işletmelerinin sahip olduğu laboratuvarların daha verimli kullanılması ve daha hızlı hizmet verilmesi için alt yapının güçlendirilmesi, çalışanlar arası işbirliğinin ve takım çalışmasının teşvik edilmesi, işletme çalışanları ile müşterileri arasında iletişimi hızlandırmakta ve kolaylaştırmaktadır. İletişim kanallarının çoğaltılması işletmenin organizasyonel sermayesini dolayısıyla firma performansını desteklemektedir.

Bu bulgular sonucunda insan sermayesinin ve ilişki sermayesinin firma performansı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmaması birlikte değerlendirildiğinde denilebilir ki; bu araştırmanın yapıldığı sağlık işletmelerinde, firmanın organizasyonel sermayesi, firmanın insan ve ilişki sermayesine kıyasla daha başarılı yönetilmektedir. Sağlık işletmelerinde, organizasyonel sermaye ile birlikte insan ve ilişki sermayesinin de başarılı yönetimi işletmenin performansını pozitif yönde etkileyecektir.

5.1.3.Firma Yenilikçiliğinin Firma Performansına Etkisi

Bu tez çalışmasıyla elde edilen diğer bir önemli sonuçta, firma yenilikçiliğinin firmanın performansı üzerindeki etkisine ilişkindir. Sağlık işletmelerinde firma yenilikçiliğinin firma performansı üzerindeki etkisinin ampirik olarak incelenmesi sonucu; firma yenilikçiliği uygulamalarının firmanın performansına olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Yenilikçilik firmayı rakiplerinden ayıran en önemli özelliktir. Özellikle günümüzün küreselleşen dünya ekonomisinde, rekabet üstünlüğü elde etmek, marka olmak, marka değerini artırmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak, işletme karlılığını yükseltmek ve dolayısıyla firma performansını arttırmak için, etkin bir

bilgi yönetimi gerekmektedir. Bu sayede işletme içerisinde etkin bir bilgi paylaşımı, çalışanlar arası işbirliği odaklı görev anlayışının ve bilginin zamanında, doğru kullanımı sağlanmış olmaktadır. Bu da çalışanların müşteri odaklı yeni ürün ve hizmet geliştirmeleri ve var olan ürün ve hizmetleri iyileştirmelerini kolaylaştırmaktadır. Firma performansını artırmayı hedefleyen sağlık işletmeleri, yenilikçiliği destekleyen uygulamalar yoluyla sektörlerinde lider rolü üstlenmektedirler. Araştırmanın bu sonucu göstermiştir ki, firmadaki yenilikçilik ne kadar yüksekse firmanın performansı da bu durumdan o kadar olumlu yönde etkilenecektir.

5.2. Araştırmanın Önerileri

Araştırma bulgularının yorumunu takiben, sağlık sektörü için uygulamaya dönük ve araştırmacılar için teorik önerilerde bulunulabilir.

5.2.1. Sağlık İşletmelerine Yönelik Öneriler

Sağlık işletmelerinin sahip olduğu entelektüel sermaye, işletmenin taklit edilemez ve eşiz bilgi kaynağıdır. Bu kaynak firmanın yenilikçilik eğilimlerini etkileyerek firmanın performansını belirlemektedir. Sağlık işletmelerinin başarılı olması için firmanın yenilikçilik performansının yüksek olması gerekmektedir. Sağlık işletmelerinde yapılan bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında entelektüel sermayenin alt boyutlarından insan sermayesi ve ilişki sermayesinin firma yenilikçiliğini pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Ancak organizasyonel sermaye ile firma yenilikçiliği arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamaktadır. Bu doğrultuda aşağıda sağlık işletmelerinin yenilikçilik performanslarını artırmak için entelektüel sermaye unsurlarını ne şekilde değerlendirmeleri gerektiğine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Sağlık işletmelerinde entelektüel sermayenin oluşturulması ve yayılması, çalışanlara ve dış müşterilere bağlıdır. Bu nedenle sağlık yöneticilerinin çalışanların kişisel bilgi ve tecrübelerini geliştirebilecekleri, işletme içi bilgi

akışını artıran ve destekleyen eğitim programlarıyla insan sermayesini geliştirmeleri önemlidir. Benzer şekilde, sağlık işletmeleri dış çevre ile iletişimlerini sağlayan ve teknolojik, sosyal ve ekonomik gelişmelerden haberdar olmalarını sağlayan ilişki sermayesi unsurlarını doğru şekilde yönetmelidirler. Müşteriler, tedarikçiler ve rakipler uzun vadeli ve güvene dayalı ilişkiler kurarak işletmenin dış çevresi ile uyumlu, proaktif yenilikler geliştirmesini sağlar. Bu değerlendirmeler sonucunda sağlık işletmelerinde yenilikçiliğin başarısı için insan ve ilişki sermayesine öncelik verilmesi ve yatırım yapılması önerilmektedir. Sağlık işletmelerinin sahip oldukları insan sermayesi ve ilişki sermayesini sürekli iyileştirebilecek ve geliştirebilecek bir yönetim anlayışına, felsefesine ve entelektüel sermaye odaklı stratejiye sahip olmaları gerekmektedir. Sağlık yöneticilerinin var olan ürün ve hizmetin iyileştirilmesi için; yeni ürün oluşturma sürecini destekleyen bir örgüt kültürü oluşturması, çalışanların yaratıcılık, motivasyon ve kabiliyetlerini desteklemesi, müşterilerle uzun vadeli ilişkiler geliştirmesi ve yenilikçi yatırımları destekleyen ortaklıklar kurması gerekmektedir.

Araştırma sonucunda organizasyonel sermayenin firma yenilikçiliği ile arasında anlamlı bir ilişkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yenilikçiliği oluşturan önemli katma değerlerden bazıları işletmeyi diğer işletmelerden ayıran kültürü, yönetim süreçleri ve bilgi sistemleridir. Organizasyonel sermayenin yenilikçilik ile anlamlı bir ilişkisinin olmaması sağlık işletmelerinde beklenen bir durum değildir. Organizasyonel sermayenin sağlık sektöründe yenilikçiliğe etki eden bir unsur olarak algılanmamasının nedeni; sağlık sektöründe kurumsal bir yapıya sahip sağlık işletmelerin sayıca az olması, sektörde kurum kültürü ve sektör dinamiklerinin oturmamış olması ve sektörün henüz gelişme sürecinin başında olmasıdır. Bu sonucu sağlık işletmeleri açısından değerlendirecek olursak; sağlık sektöründe yenilik, çalışanların ihtiyaç duydukları bilgiye kolayca ulaşmaları ve bu bilgiyi hızlıca paylaşmaları, işletme içerisinde gerekli altyapının oluşturulması ve veritabanı aracılığıyla bilginin tüm çalışanlara yayılabilmesi ile sağlanacaktır. Bu doğrultuda, işletme içerisinde örtük halde bulunan ve henüz kurumsallaşmış bilgi tecrübelerinin işletme kültürüne paralel ve yönetim felsefesine uyumlu bir altyapı oluşturarak etkin bir şekilde kullanımı desteklenmelidir. Kayıt

altına alınan bilgilere iç ve dış müşterilerin erişiminin sağlanması ile firma yenilikçiliği gelişecektir. Bu süreçler sonucunda gelişen yenilikçilik performansı işletmenin patent sayılarını arttıracak gibi markalaşmasına ve güçlü bir imaja sahip olmasına yol açacaktır. Böylece organizasyonel sermayenin işletme içerisindeki önem ve değeri belirginleşecektir. Bu nedenle entelektüel sermaye unsurları birbirleri ile etkileşim içerisinde olduklarından işletmeye ayırt edici bir üstünlük sağlamaları için bu üç unsurun de etkin bir şekilde kullanılması/yönetilmesi gerekmektedir.

Araştırmamızın bir diğer bulgusu insan sermayesinin firma performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığıdır. Sağlık işletmelerinin faaliyetlerindeki temel üretim faktörü insandır ve bir sağlık işletmesinin farklılık yaratmadaki anahtar faktörünü, sahip olduğu insan sermayesinin niteliği ve yapısı belirlemektedir. Yüksek firma performansı sağlayan ve sağlık işletmelerini diğerlerinden ayıran en önemli özelliklerden biri nitelikli, bilgi paylaşımına açık ve yetenekli çalışanlara sahip olma gereğidir. Bu nedenle insan sermayesinin firma performansına etkisinin olmaması sağlık işletmeleri için beklenen bir durum değildir. Sağlık işletmelerinde insan sermayesinin firma performansı üzerinde direkt etkisi olmaması insan sermayesinin firma performansını yenilikçilik yoluyla dolaylı bir şekilde etkilediği fikrini oluşturmaktadır. Çalışanların süreçlere dâhil olamaması, bilgi birikim ve tecrübelerini kullanabilecekleri bir esnekliğe sahip olmamaları, yaratıcılıklarını geliştirecek eğitimlerin yeterli olmaması, liderlik yeteneklerinin geliştirilmemesi insan sermayesinin performans çıktılarına yansımaları engellemektedir. Sağlık işletmelerinde sunulan hizmetlerin karmaşık olması, yoğun teknoloji kullanımı ve birebir insan ilişkilerinin yer alması sağlık işletmelerinin çevreyle uyumunu güçleştirmekte ve yönetsel sorunlara neden olmaktadır. Önceleri sağlık işletmelerinde yöneticiler sadece tıp ve sağlık alanında eğitim almış, yöneticilik eğitimi almamış olan başhekim, başhekim yardımcısı, hastane müdürü ve başhemşireden oluşmaktaydı. Bu nedenle liderlik yeteneğine sahip olan çalışanlar hiyerarşik yönetim anlayışından dolayı uzun yıllar bu yeteneklerini işletme süreçlerinde kullanamamışlardır. Sağlık sektöründe son yıllardaki hızlı değişim sağlık yöneticileri için lisans ve yüksek lisans düzeyinde sağlık yönetim bölümleri açılmasına ve sağlık çalışanlarının liderlik yeteneklerini

geliştirmeye yönelik eğitim programları oluşmasına yardımcı olmuştur. Bu eğitim programları, etkin yönetimin teknik becerilerinin, yönetim becerilerinin ve liderlik becerilerinin bir bileşimden meydana gelmektedir. Sağlık işletmesinin tüm kademelerinde çalışanlarının alabileceği bu eğitimler zengin bir tecrübe paylaşımı ve bilgi transferi imkânı sunmakta ve çalışanın kariyer gelişimine katkıda bulunmaktadır. Daha etkin hale gelmek isteyen bilinçli yöneticiler ve çalışanlar, kişiler arası becerileri geliştirme, iletişim becerileri ve müzakere yürütme yeteneğinin önemli olduğunun bilincinde olarak bu eğitimleri almaktadır. Liderlik yeteneğinin pekiştirilmesi için alınan bu eğitimde, koçluk ve mentörlük anlayışını destekleyici yönetim modeli benimsenmektedir. Sağlık işletmeleri çalışanlara liderlik yeteneklerini geliştirici eğitimler sunarak ya da vererek çalışanları yönetim süreçlerine dâhil edebilmekte, çalışanlara sorumluluk vererek işletmede yenilik ve yaratıcılık için uygun bir zemin hazırlayabilmektedir. Çalışanların işletme bağlılıklarını arttıracak bu süreçler çalışanların iş yapma verimliliklerini dolayısı ile işletme performansını da pozitif yönde etkileyecektir. Bu nedenle sağlık işletmesinde tüm kademelerdeki çalışanlara eğitim verilmesi ve iş yapma şekilleri ile ilgili ürettikleri fikirlerin değerlendirilmesi, sahip oldukları yeteneklerin işletmenin hizmet sürecine dâhil edilmesi önerilmektedir.

Bir diğer bulgu ise ilişki sermayesinin firma performansı ile arasında anlamlı bir ilişki olmadığıdır. Firma performansı kavramı tüm işletmeler için mühim olsa da merkezinde insanın yer aldığı sağlık işletmeleri açısından müşteri (hasta) beklentilerini karşılamada ve dolayısıyla müşteri (hasta) memnuniyeti sağlamada daha büyük önem taşımaktadır. İşletme performansının en önemli göstergesi işletmeye sadık ve memnuniyet düzeyi yüksek ve iç ve dış müşterilerdir. Bu nedenle ilişki sermayesinin firma performansı arasında ilişkinin olmaması sağlık işletmeleri için beklenen bir durum değildir. Sağlık işletmelerinde tedavi sürecinin belirleyicileri doktorlar ve sağlık çalışanlarıdır. Ancak müşterilerin bu sürece dâhil edilememesi aidiyet duygusunu azaltmakta ve müşterilerle ilişkilerin performansa yansımalarını engellemektedir. Müşterinin sağlık sektöründe en önemli performans çıktısı olduğu düşünüldüğünde sağlık işletmelerinin müşteri devamlılığı sağlamak için müşterilerin/hastaların kendilerini sağlık işletmesinin bir parçası gibi hissettirmeleri amacıyla onlara

işletmenin hedefleri doğrultusunda işbirlikçi uygulamalar sunup hizmet sürecine dâhil etmeleri önerilmektedir. Hastaların görüş ve önerilerini dinlemek ve hizmet süreçlerinde hasta beklentilerine yönelik değişiklikler yapmak, başarılı bir hasta ilişkileri yönetimi ile hasta şikâyetlerine iki iş günü içerisinde çözüm üretmek geri dönüş yapmak gibi uygulamalarla hasta bağlılığının artırılması önerilmektedir. Böylelikle hastalarla kurulan karşılıklı iletişim ve güvene dayalı ilişkiler sağlık işletmelerinde performans artışıyla sonuçlanabilecektir.

Sağlık işletmelerinde organizasyonel sermayenin firma performansı ile arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırma bulgularına dayanarak organizasyonel sermayenin firma performansını direkt olarak olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. İşletmenin performansının artmasını sağlayan bir örgütsel yapı oluşturan organizasyonel sermaye, işletmenin sahip olduğu sistem, yapı ve süreçlerle ilgilidir. Bu sistem, yapı ve süreçler, işletmenin temel yeteneklerinin tüm birimler tarafından doğru algılanmasını ve çözüm üretmek için etkin bir şekilde kullanılmasını kolaylaştırmaktadır. Farklı birimlerin işbirliği içerisinde çalışmasını, çalışanlar arası bilgi paylaşımını, uyumu ve takım çalışması faaliyetlerini kuvvetlendirmektedir. Böylelikle firma performansına yönelik ortak bir çaba sergilenmesine olanak tanımaktadır.

Ayrıca araştırma bulguları işletme yenilikçiliğinin performansı olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. İşletmenin performansının artması için yenilikçilik düzeyinin artması, işletmenin proaktif, yani yeni ürün, hizmet ve süreçlerde rakiplerinden daha doğru, hızlı ve ihtiyaca yönelik davranması gerekmektedir. Bu sonuç bize yenilikçiliğin artmasının finansal performansı arttırdığını göstermektedir. Bu sağlık işletmeleri açısından da beklenen bir sonuçtur. Bunun nedeni ise, işletmelerin yenilikçilik sürecine tamamen hâkim olmaları, stratejik hızlı ve doğru karar almaları, esnek bir yapıya sahip olmaları, risk alma becerisine sahip olmaları ve kaynakları etkin kullanmalarıdır. Firma yenilikçiliğinin firma performansına olumlu etkisi sayesinde işletmenin gelir seviyesi ve kârlılığı artmaktadır. Bu nedenle sağlık işletmelerinin yöneticileri, işletme süreçlerini etkileyecek karar ve uygulamaların insan sermayesine,

organizasyonel sermayeye ve ilişki sermayesine nasıl etki edeceğini değerlendirmelidirler.

Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer önemli sonuç ise entelektüel sermayenin insan sermayesi, organizasyonel sermaye boyutları ile performans arasındaki ilişkisinin yenilikçilik tarafından açıklanmasıdır. İnsan sermayesi ve organizasyonel sermaye firma performansını yenilikçilik yoluyla etkilemektedir. İnsan sermayesi çalışanların yaratıcı becerilerini yeni ürün ve süreç geliştirmek için kullanmalarını sağlar. Organizasyonel sermaye ise firmada yenilikçi uygulamalar gerçekleştirilmesi ve yeni fikirlerin ürün/süreç yeniliklerine dönüştürülmesi için gerekli altyapıyı oluşturur. Bu nedenle insan sermayesi ve organizasyonel sermaye firma performansını direkt olarak etkilemese de yenilik yoluyla firma performansına katkı sağlar.

5.2.2. İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler

Bu araştırmada firma yenilikçiliği tek bir başlık altında incelenmiş ve alt unsurları (ürün yenilikçiliği, süreç yenilikçiliği, pazarlama yenilikçiliği ve organizasyonel yenilikçilik) entelektüel sermaye ve performans ile ilişkileri açısından incelenmemiştir. Bu nedenle ileride yapılacak araştırmalarda firma yenilikçiliğinin alt unsurları araştırmaya dâhil edilebilir. Böylelikle entelektüel sermayenin tüm alt boyutlarının firma yenilikçiliğinin alt boyutları ile olan ilişkisi ve firma performansı üzerindeki etkileri daha detaylı olarak incelenebilir.

Bir başka öneri ise; entelektüel sermaye ile firma performansı arasındaki ilişkinin firma performansının alt boyutları analiz edilerek incelenmesidir. Gelecek çalışmalarda entelektüel sermayenin üç boyutunun finansal ve finansal olmayan performans ile ilişkileri ampirik olarak test edilmelidir. Sağlık işletmesinin finansal performans göstergeleri; maliyet yapıları, sermaye karlılığı, doluluk oranı, ortalama günlük yatan hasta sayısı, hasta harcamalarıdır. Finansal olmayan performans göstergeleri ise; marka değeri, isgörenlerin işletmeye duydukları güven, iş tatmini, örgütsel bağlılık gibi unsurlardır. Bu göstergeler yoluyla entelektüel sermayenin performans üzerindeki etkisi daha spesifik olarak incelenebilir.

İleride yapılacak olan araştırmalar için diğer öneriler ise araştırma modeline eklenebilecek moderatör değişkenlerdir. Çevre belirsizliği, işletme büyüklüğü gibi moderatör değişkenler farklı çevresel ve teknolojik koşullarda entelektüel sermaye ve firma yenilikçiliği arasındaki ilişkinin nasıl etkilendiği değerlendirilebilir. Böylelikle entelektüel sermayenin insan sermayesi, organizasyonel sermaye ve ilişki sermayesi boyutları ile performans arasındaki ilişkisinin yenilikçilik tarafından nasıl etkilendiği değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Agarwal, S., Erramilli, M. K. ve Dev, C. S., “Market Orientation and Performance in Services Firms: Role of Innovation”, *Journal of Services Marketing*, Vol:17, No:1, (2003):68-82.
- Akgün, A.E., Keskin, H., Günsel, A., “ **Bilgi Yönetimi ve Öğrenen Örgütler** “, Ankara: Eflatun Yayınları, 2009.
- Akgün, A.E., Byrne, J.C., Lynn, G.S., Keskin, H., “New product development in turbulent environments: Impact of improvisation and unlearning on new product performance”, *Journal of Engineering and Technology Management*, Vol:24, No:3, (2007):203-230.
- Aksay, K., Orhan, F., “Hastanelerde İnovasyon Sürecinin Risk Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi: Bir Model Önerisi“, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*: Cilt:2, Sayı:3, (2013):10-23.
- Alegre, J., Lapiedra, R., Chiva, R., “A measurement scale for product innovation performance,” *European Journal of Innovation Management*, Vol:9,No:4, (2006):333–346.
- Alegre, J., Chiva, R., “Assessing the impact of organizational learning capability on product innovation performance: An empirical test”, *Technovation*, Vol:28,(2008):315–326.
- Armstrong, G., Kotler, P., **Marketing: An introduction**, New Jersey: Prentice Hall, 2005.
- Anonymous, “Innovations in Hotel Products and Services” *Lodging Hospitality*, Vol:62 No:7, (2006):44–46.
- Andriessen, D., “Weightless Wealth Four Modification To Standart Intellectual Capital”, *The 4th World Congress on The Management of Intellectual Capital Theory, Paper Presented*, Kanada: Nyenrode Üniveristesi, The Netherlands Business School, 2001.

- Anderson, J.C., Gerbing, D.W., “Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach.” *Psychological Bulletin*, Vol:103, (1988):411-423.
- Antonicic, B. ve Hisrich, R.D., “Clarifying The Intrapreneurship Concept”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol:10, No:1, (2003):7-24.
- Arıkboga, Ş., “**Entelektüel Sermaye**“, İstanbul: Derin Yayınevi, 2003.
- Asunakutlu, T., Aktan, C.C., (Ed.), Saran.U., **Sağlık Hizmetlerinde Kalite, Kamu Yönetiminde ve Kamu Hizmetlerinde Kalite**, Hizmet İş Sendikası Yayını, (2005):159-182.
- Axtell, C.M., Holman, D.J., Unsworth, K., Wall, T.D., Waterson, P., Harrington, E., "Shopfloor Innovation: Facilitating The Suggestion and Implementation of Ideas", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol:73, (2000):265–85.
- Bahadır, B.E., **Patent Hakkının Korunmasına ve Patent Hakkına İlişkin Sözleşmelere Uygulanacak Hukuk**, İstanbul, Beta Basım Yayım ,2000.
- Barış, G., **Kusursuz Müşteri Memnuniyeti için Şikayet Yönetimi**, Mediacat Yayınları, İstanbul,2006.
- Bantel, K. A. ve Jackson, S.E., “Top Management and Innovations in Banking: Does the composition of the Top Team make a difference?,” *Strategic Management Journal*, Vol:10, (1989):107-125.
- Bayarçelik, E., **Entelektüel Sermayenin Girişimsel Oryantasyona Etkisi ve Firma Performansı ile İlişkisi**, İstanbul:Beta Basım Yayım, 2012.
- Bayon, T., Gutsche, J., Bauer, H., “Customer Equity Marketing: Touching the Intangible” ,*European Management Journal*, Vol:20,No:3, (2002):214.
- Berber, M., **İktisadi Büyüme ve Kalkınma**, Trabzon:Derya Kitabevi, 2004.

- Bharadwaj, A .S., Bharadwaj, S. G., Konsynski, B. R., “Information technology effects on firm performance as measured by Tobin's q” *Management Science. Linthicum*, Vol:45, No: 7,(1999):1008-1024.
- Bih-Shiaw, J., Wang, C.Y.P, Chen, Y. , “Knowledge flows and performance of multinational subsidiaries: the perspective of human capital,” *The International Journal of Human Resource Management*, Vol:17, No:2, (2006): 225 – 244.
- Bostan, S., Acuner,T., Gökhan Yılmaz,G.,“**Hastane İşletmelerinde Müşteri (Hasta) Beklentileri Araştırması**”, Sağlık ve Hastane Yönetimi 2. Ulusal Kongresi Bildiriler Kitabı, Ankara, 2005.
- Bontis, N., “Intellectual Capital:An Exploratory Study That Develops Measures and Models”, *Management Decision*, Vol:36, No:2, (1998):3-76.
- Bontis, N., "Managing Organizational Knowledge by Diagnosing Intellectual Capital: Framing and Advancing the State of the Field," *International Journal of Technology Management*,(1999):18.
- Bontis, N., Keow, W.C.C. ve Richardson, S., "Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries," *Journal of Intellectual Capital*, Vol:1, No:1, (2000).
- Bontis, N., “Assesing Knowledge Assets: A Review of the Models Used Meseasure Intellectual Capital”, *International Journal of Management Reviews*, Vol: 3, Issue 1, (2001): 41-60.
- Bontis, N. ve Fitz-en, J., “Intellectual capital ROI: A causal map of human capital antecedents and consequents,” *Journal of Intellectual Capital. Vol:3, No:3, (2002):223–248.*
- Bontis, N., **World Congress of Intellectual Capital Readings**, Elsevier Butterworth Heinemann KMCI Press, Boston, 2002.

- Bontis, N., Serenko,A.,“Longitudinal knowledge strategising in a long-term healthcare organization”, *The International Journal Technology Management*, Vol.47, No.1/2/3, (2009).
- Bookman, M., & Bookman, K. R., “**Medical Tourism in Developing Countries**”
New York: Palgrave Macmillan, New York, 2007.
- Bosworth, D.,Webster, E., “**New Horizons In Intellectual Property**”, **The Management of Intellectual Property**, Cheltenham, UK Edward Elgar Publishing, MA, USA, (2006).
- Bozbura, T. F., “Türkiye’de Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ile İlgili Model Çalışması ve Bir Uygulama”, *İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul, 2003.
- Bozbura, F.T., “Measurement and application of intellectual capital in Turkey”,
The Learning Organization: An International Journal, Vol:11, No: 4–5, (2004):357–367.
- Bozgeyik A., **Rekabet Avantajı İçin Müşteri İlişkileri Yönetimi**, İstanbul: Hayat Yayıncılık,2005.
- Brooking, A. **Intellectual Capital: Core Assets for the Third Millennium Enterprise**, Thomson Business Press, London,1996.
- Brooking, A., (1997), “The Management of Intellectual Capital”, *Long Range Planning*, Vol: 30, Issue 3, (1997):364-365.
- Brown, J. B. ve McDonnell, B., The Balanced Score-Card: Short- Term Guest or Long-Term Resident, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol:7 No:2–3 (1995):7–11.
- Burgelman,R.A., Maidique,M.A., Wheelwright,S.C., **Strategic Management of Technology and Innovation**, Irwin Homewood, New York, 1995.

- Büyüközkan, G., “Entellektüel Sermaye Yönetimi”, *KalDer Forum* , İstanbul, Türkiye ,Nisan-Haziran (2002):35-44.
- Büyüközkan, G., Dinçmen, M., (Ed.), **Bilgi Yönetimi ve Uygulamaları**, Papatya Yayınevi, İstanbul, Bölüm.3,(2010):77.
- Cabrita, M., Vaz, J.,” Intellectual Capital and Value Creation: Evidence from the Portuguese Banking Industry”, *The Electronic Journal of Knowledge Management*, Vol:4, No:1, (2006):11-20.
- Caldwell, D.F. ve O’Reilly, C., "The Determinants of Team Based Innovation in Organizations", *Small Group Research*, Vol:34,No:4, (2003):497-517.
- Canizares, S. M. S., Munoz, M. A. A., & Guzman, T. L., “Organizational Culture and Intellectual Capital: A New Model”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol:8,No:3, (2007):409-430.
- Carneiro, A., “How to Knowledge Management Influence Innovation and Competitiveness.” *Journal of Knowledge Management*. Vol.4 No.2: (2000):87-98.
- Chang, A., Tseng, C., “Building customer capital through relationship marketing activities: The case of Taiwanese multilevel marketing companies” *Journal of Intellectual Capital*, Vol:6, No:2, (2005):253-266.
- Chen, M. C., Chengand, S.J., Hwang,Y., An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firms’ Market Value and Financial Performance”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.6, No.2, (2005):159-176.
- Chen, C. J., Huang, L., “Creative workforce density, organizational slack, and innovation performance,” *Journal of Business Research*, Vol:63,No:4,(2010):411-417.

- Choo, C.W., Bontis, N., **“The Strategic Management of Intellectual Capital Organizational Knowledge,”** Oxford University Pres, NewYork, NY, 2002.
- Connell, J., “Medical Tourism: Sea, Sun, Sandand Surgery,” *Tourism Management*, 27, (2006):1093-1100.
- Covin, J. G., Slevin, D. P., “A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol: 16, (1991):7–24.
- Cuganesan, S., “Intellectual Capital in Action and Value Creation”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol:6 , No:3, (2005):357- 373.
- Cumming, B.S.,“ Innovation Overview and Future Challenges”, *Europen Journal of Innovation Management*, Vol: 1, No: 1, (1998):21-29.
- Çatı, K., Toksöz, E., Sebahat, Ü., Gelibolu, L. , “Müşteri Beklentileri ile Müsteri Sadakati Arasındaki İlişki: Bes Yıldızlı Bir Otel Örneği” ,*Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol:19,No:1, (2010):429-446.
- Çekmecelioğlu, H.G., “Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma” ,*C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Vol: 6,No:2, (2005):23-39.
- Çelebi, M., “Doğa Eğitimi Etkinliklerinin Liderlik Becerilerinin Ortaya Çıkarılmasındaki Rolü”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi ,Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Bolu, 2002.
- Dalziel M., “Leadership For Health. How Can We Ensure That The Values and Principles of Public Health Become Central to Health and Social Policy?”, *Journal of Epidemiology and Community Health*, Vol:54, (2000):703-704.

- Damanpour, F., Walker, M. R., Avellaneda, N. C., “Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations”, *Journal of Management Studies*, Vol.46, No.4, (2009):650-675.
- Das, S., Sen, P.K., Sengupta, S., “Strategic Alliances: Valuable Way to Manage Intellectual Capital”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol:4 No:1, (2003): 10-19.
- Davis, S., “The Power Of The Brand”, *Strategy&Leadership*, Vol:28, No:4, (2000).
- Davenport, T.H., Prusak, L., **İş dünyasında bilgi yönetimi: Kuruluşlar ellerindeki bilgiyi nasıl yönetirler?** (Çev): Ünal, A.G. ,İstanbul, Rota Yayın Yapım, 2001.
- Delloite, Fikirler ve Çözümler, Yayın ve Raporları ”Türkiye Sağlık Sektörü Raporu”http://www.deloitte.com/view/tr_TR/tr/fikirlervecozumler/yayin-veraporlar/584c2edb86ffb310VgnVCM2000003356f70aRCRD.htm», (30.12.2013 Tarihinde Erişilmiştir).
- Demir, H., “21. Yüzyıla Doğru Dönüşümler : Emek Geleneğinden Bilgi Hakimiyetine, Mamül Üretiminden Hizmet Üretimine”, *Dış Ticaret Dergisi*, DTM, Sayı:15, Yıl:4, Ekim (1999).
- Demirel, Y., **Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Bilgi Paylaşımı**, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, Yayın No:195, İstanbul, 2006.
- Dennis, P.D., “Transforming: Leadership Focusing On Outcomes of the New Girl Scout Leadership Experience,” *Girl Scout Research Institute*, New York, 2008.
- Deshpande, R., Farley, J.U., Webster, Jr. F.E., “Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: a quadrad analysis”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol:57, No:1, (1993):23–27.

- Dess, G.G., Lumpkin, G.T., Covin, J.G.,“Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models”, *Strategic Management Journal*, Vol:18,No:9, (1997):677-695.
- Devebakan, N., “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi ve Ölçümü”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü*, Kalite Yönetim Temsilcisi, İzmir, 2005.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T., Covin, J.G.,“Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models”, *Strategic Management Journal*, Vol:18,No:9, (1997):677-695.
- Dinçer, Ö., Fidan, Y., **İşletme Yönetimine Giriş**, 4. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1999.
- Drucker, F.R., **Management (Tasks, Responsibilities, Practices)**, Harper & Row Publishers,New York, 1985.
- Doğan, S., **Çalışan İlişkileri Yönetimi ERM**, Kare Yayınları, İstanbul,2005.
- Durna, U., **Yenilik Yönetimi**, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Baskı, Ankara,2002.
- Durna, U., Eren, V., “Üç Bağlılık Unsuru Ekseninde Örgütsel Bağlılık”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Vol:6 ,No:2, (2006):210-219.
- Edvinsson, L., Malone M.S., **Intellectual capital: realizing your company’s true value by finding its hidden brainpower**, NewYork: Harper Business,1997.
- Elçi, Ş., **İnovasyon Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı**, Acar Matbaacılık,7.Baskı, Ankara,2006.
- Elitaş, C., Demirel,L., Aşıkoğlu,R.(Ed.), **Entelektüel Sermaye ve Muhasebeleştirilmesi**, (2008):114-131.
- Ercan, M. K., Öztürk, B., Demirgüneş, K., **Değere Dayalı Yönetim ve Entelektüel Sermaye**, Gazi Kitapevi, Ankara, 2003.

- Erdil, O., Kitapçı, H.,” TKY Araçlarının Kullanımı ve Firma Yenilikçiliğinin Yeni Ürün Geliştirme Hızı ve İşletme Performansına Etkisi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Vol:21, No:1, (2007):233–245.
- Erdil, O., Keskin, H., İmamoğlu,S.Z., Erat,S., “Yönetim Tarzı ve Çalışma Koşulları, Arkadaşlık Ortamı ve Takdir Edilme Duygusu ile Dış Tatmini Arasındaki Dilişkiler: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Sayı 5, (1), (2004):17-26.
- Eren, E., **Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi**,” 8. Baskı, İstanbul, Beta, 2004.
- Eren, M. Ş., Yücel, R., Eren, S. S., “Firma Performansına Etkileri Kapsamında Çevresel Olumsuzluk, Pazar Dinamizmi, Müşteri Odaklılık ve Yenilikçilik Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”*Yaşar Üniversitesi Dergisi*, Cilt:18, Sayı:5, (2010):3102-3116.
- Ersoy, S., Bayraktaroğlu,S., **Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Davranışta Güncel Konular**, (Ed.) Derya Ergun Özler, İstanbul: Ekin Yayın Evi, 2010.
- Ferreira, V.H.S., Godinho, M., “Building an innovation function with patents and trademarks: evidence from Portuguese regional innovation systems.” *DRUID*, 2011.
- Field, A.P., **Discovering statistics using SPSS (2nd edition)**, Sage Publication, 2005.
- Ford, R., Sivo,S., Fottler, M., Dickson,D., Bradley, K., Johnson, L., “Aligning Internal Organizational Factors With A Service Excellence Mission: An Exploratory Investigation in Healthcare.” *Health Care Management Review*, Vol:31, No.4, (2006):259-269.
- Fornell, Johnson ,M.D., “The American Customer Satisfaction Index : Nature, Purpose and Findings.” *Journal of Marketing*, Vol: 60, October, (1996): 7-18.

- Fornell, C., Larcker, D.F., “ Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error“ *Journal of Marketing Research*, Vol:18, (1981):39-50.
- Gallupe, B., McKeen, J. (Ed.), “Health care and knowledge management: building bridges to better patientcare’, *Knowledge Roundtable*, Queen’s Centre for Knowledge-Based Enterprises, London, (2002):1–17.
- Guatam,T., Rolf,V.D., Ulrich,W.(2004) “Organizational Identification and Organizational Commitment: Distinct Aspects Of Two Related Concepts.” *Asian Journal of Social Psychology*, Vol:7,No:3, (2004):301-315.
- Gray, B. J., Matear, S. M., Matheson, P. K., “ Improving the Performance of Hospitality Firms, “ *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol:12, No:3, (2000):149-155.
- Gregoire, M., “Consistently Acquiring and Retaining Top Talent”, *Workforce Management*, Vol:85,No:19, (2006):6-6.
- Gurteen,D.,” Knowledge, Creativity and Innovation “, *Journal of Knowledge Management*, Vol: 2, No: 1, September (1998).
- Guthrie, J.P., Spell, C.S.,Nyamori, R.O. ,” Correlates and Consequences of High Involvement Work Practices: The Role of Competitive Strategy”, *International Journal of Human Resources Management*, Vol:13, No:1, (2002):183-97.
- Güleş, H.K., Bülbül, B., Toplam Kalite Yönetiminin İşletmelerde Yenilik Çalışmalarına Katkıları, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:1, (2004):115–129.
- Güleş, H.K., Özata, M., **Sağlık Bilişim Sistemleri**, 1.Basım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005.

- Habersam, M. ve M. Piber., “ Exploring Intellectual Capital in Hospitals: Two Qualitative Case Studies in Italy and Austria. “ *European Accounting Review*, Vol:12, No:4, (2003):753-779.
- Haeffner,E. A., “The Innovation Process”, *Technology Review*, Vol:75,Issue:5, (1973):15-25.
- Hamel, G., “Competition for competence and inter-partner learning within international strategic alliances,” *Strategic Management Journal*, Vol:12, (1991):83-103.
- Han, J. K., Kim, N. ve Srivastava, R. K., ” Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link?”, *Journal of Marketing*, Vol:62, (1999):30-45.
- Harrison, Sullivan, P.H., “Profiting from Intellectual Capital: Learning from Leading Companies”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol: 1, Issue: 1, (2000):33-46.
- Hayran, O., Uz, H.,(Ed.) Osman Hayran, Haydar Sur , **Sağlık Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi**”, **Sağlık Hizmetleri El Kitabı**, İstanbul:Yüce Yayın, 1998.
- Hayton, J. C. (2002), “The effect of IC on Entrepreneurial Orientation in High Technology New Ventures” *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, *George State University*, Georgia.
- Hermansson, K., Holberg, N. ve Ringquist, A., “Intellectual Capital Reporting in Health Care Centers“ – *The Developing of a Prototype Framework*, Lund University, Lund, 2004.
- Ho, R. (2006). “**Handbook of Univariate and Multivariate Analysis and Interpretation with SPSS**. “ Boca Raton, FL, ABD : Taylor & Francis Group, 2006.

- Hoq, Z., Ha, N. C.,” Innovativeness: Its Antecedents and Impact on SME Business Performance” *International Journal of Business and Management* “Vol:4, No:11, (2009):100–110.
- Huang, G. Z. D., Roy, M. H., Ahmed, Z. U., Heng, J. S. T. & Lim, J. H. M., “Benchmarking the human capital strategies of MNCs in Singapore,” *Benchmarking*, Vol:9, No:4, (2002):357–373.
- Huang, C. ve Hsueh, S., A Study on the Relationship Between Intellectual Capital and BusinessvPerformance in the Engineering Consulting Industry: A Path Analysis, *Journal of Civil Engineering and Management*, Vol:13,No.4, (2007):265-271.
- Huang, C. J. ve Liu C. J. (2005). “Exploration for the relationship between innovation, IT and performance,” *Journal of Intellectual Capital*, Vol:6, No:2, (2005):237.
- Huselid, M. A., Jackson, S. E., Schuler. R. A., “Technical and strategic human resource management effectiveness as determinants of firm performance,”*Academy of Management Journal*, Briarcliff Manor, Vol:40,No: 1, (1997):171-188.
- Hsu, Y-H., Fang, W., “Intellectual capital and new product development performance: The mediating role of organizational learning capability,” *Technological Forecasting & Social Change*, Vol:76, No:5, (2009):665
- Hsu, I-C., Sabherwal, Rajiv, (2011), “From Intellectual Capital to Firm Performance: The Mediating Role of Knowledge Management Capabilities,” *IEEE Transactions On Engineering Management*, doi:10.1109/TEM.2011.2111455 ,(2011): 1-15.
- İraz,R., (2005), **Yaratıcılık ve Yenilikçilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler**, Çizgi Kitapevi, 1. Baskı, Konya,2005.

- Ittner, C. D., Larcker, D. F., “Assessing Empirical Research in Managerial Accounting: A Value-Based Management Perspective”, *Journal of Accounting and Economics*, December, (2001):349-410.
- İşcan, Ö.F., Naktiyok A., “Çalışanların Örgütsel Bağdaşlarının Belirleyicileri Olarak Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Adalet Algıları”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt:59 Sayı:1, (2004): 181-201.
- Kağncıoğlu, H., C. “Günümüz İşletmelerinin Hayat Anahtarı: Müşteri Odaklılık”, *Ege Üniversitesi İ.İ.B.F Ege Akademik Bakış Dergisi*, İzmir, (2002):79-90.
- Kanıbir, H., “Yeni Bir Rekabet Gücü Kaynağı Olarak Entelektüel Sermaye ve Organizasyonel Performansa Yansımaları,” *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi* ,Cilt:1,Sayı:3, (2004):77-85.
- Kanter, R. M., Innovation: The Classic Traps, *Harvard Business Review*, Vol:84, No:11, (2006):73-83.
- Kaplan, R., S, Norton, D. P., **Balanced Scorecard, Şirket Stratejisini Eyleme Dönüştürmek**, Sistem Yayıncılık, İstanbul,1999.
- Kaplan, R.S. and Norton, D.P., **The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment**, Harvard Business School Press, Boston, MA , 2001.
- Kaplan, R.S. and Norton, D.P., 'Transforming the Balanced Scorecard From Performance Measurement to Strategic Management: Part II', *Accounting Horizons*, Vol. 15, No. 2, (2001):147-160.
- Karacan, S., **Entelektüel Sermaye ve Yönetimi**, *Mali Çözüm Dergisi*, İSMMMO Yayın Organı, Sayı:6, (2004):177-199.
- Kavuncubaşı, Ş., **Hastaneler ve Sağlık Kurumları Yönetimi**, Ankara: Siyasal Kitabevi, Ankara, 2001.

- Kaygusuz, S.Y., Yönetim Muhasebesinin Performans Yönetimi Fonksiyonunda Geldiği Son Nokta: Balanced Scorecard (Ölçüm Kartı Tekniği), “İş, Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt:7, Sayı :1, (2005):82-100.
- Kırım, A., **Kârlı Büyümenin Reçetesi İnovasyon**, İstanbul, Sistem Yayıncılık, 2007.
- Kibritçiöğlü, A., “İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt:53, Sayı:1-4, (1998):207-230.
- Klaus J., **Intellectual Property Management The Role of Technology Brands in the Appropriation of Technological Innovation Contributions to Management Science**, A Springer Company, Physica Verlag ,Germany, Heidelberg, 2005.
- Knight, A. G., “Cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation,” *Journal Of Business Venturing*, No:12, (1997):213-225.
- Kogut, B. ve Zander, U., “Knowledge of the firm, combinative capabilities and the replication of technology,” *Organization Science* 3, (1992):383-397.
- Korkmaz, Ş., “Sağlık Kuruluşlarında İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Konuya İlişkin İstanbul İl sınırları İçinde Yer Alan 50 Yatak ve Üstü Kapasiteli Özel Sektör Hastanelerinde Bir Araştırma”, *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul ,2003.
- Kotler, P., **Kotler ve Pazarlama**, İstanbul: Sistem Yayıncılık,2000.
- Lee, A., J. Neilson, J., Tower G., Mitchell Van der Zahn, J-L.W., “Is communicating intellectual capital information via the internet viable? Case of Australian Private and Public Hospitals.” *Journal of Human Resource Costing &Accounting*, Vol:11,No:1, (2007):53-78.

- Liaw, SS., "Understanding user perceptions of world-wide web environments", *Computer Assisted Learning*, Vol:18, No:2, (2002):132-48.
- Ling, Y., "The Influence of Intellectual Capital on Organization Performance-Knowledge Management as Moderator" *Asia Pacific Journal of Management*, doi:10.1007/s 10490-011-9257-5, (2011)1-28.
- Longo, M., Mura, M., "The effect of intellectual capital on employees' satisfaction and retention", *Information & Management*, doi:10.1016/j.im.2011.06.005, (2011):1-10.
- Lueg, C., "Knowledge management and information technology: relationship and perspectives", *Upgrade*, Vol:3, No:1, (2002):4-7.
- Malergo, F., Orsenigo, L., "Towards a History Friendly Model Of Innovation, Market Structure and Regulation In The Dynamics Of The Pharmaceutical Industry: The Age Of Random Screening" *Cespri Working Paper*, No:124, Milano, (2001).
- Marr, B., Ross, G., Bernard Marr(Ed.), **A Strategy Perspective on Intellectual Capital, Perspectives on Intellectual Capital: Multidisciplinary Insights Into Management, Measurement, and Reporting Perspectives**, London, 2005.
- Martensson, M., "A Critical Review of Knowledge Management as a Management Tool", *Journal of Knowledge Management*, Volume 4, Number 3,(2000).
- Martin, B., "Knowledge Management Within the Context of Management: An Evolving Relationship", *Singapur Management Review*, Vol. 22, No. 2: (200):17-36.
- Mavondo, F. T., "Marketing as a Form of Adoption: Empirical Evidence from a Developing Economy", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol:18, No:5, (2000):256-272.

- Maydeu-Olivares, A., Lado, N., “Market orientation and business economperformance: A mediated model,” *International Journal of Service Industry Management*, Vol:14, No:3/4, (2003):284-309.
- Mazzanti, M., Pini, P., Tortia, E., “Organizational Innovations, Human Resources and Firm Performance -The EmiliaRomagna Food Sector”, *The Journal of Socio-Economics*, Vol.35, (2006):123– 141.
- McAdam,R., “Knowledge Management as a catalyst for innovation within organizations: A qualitative study”. *Knowledge and Process Management*, Vol.7, No.4, (2000):233-241.
- Meeus, M.T.H., Oerlemans, L.A.G., “Firm Behavior and Innovative Performance an Empirical Exploration of the SelectionAdaptation Debate,” *Research Policy*, No:29, (2000):41-58.
- MERITUM*, “Guideliness for Managing and Reporting on Intangibles (Intellectual Capital Report)”, Madrid, 2002.
- Miller, D. ve Friesen, P.H., “Archetypes of Strategy Formulation,” *Management Science*, Vol:24, No:9, (1978):921-933.
- Ministry of Science Technology and Innovation, **Intellectual Capital Statements–The New Guideline**, Bilim Teknoloji ve İnovasyon BakanlığıYayınları, Kopenhag: Danimarka 2003.
- Moore, L., Craig, *Intellectual Capital in Enterprise Success Strategy*, Revisited John Wiley & SonsInc. Hoboken, New Jersey,2008.
- Mumford,T. V., Champiob, M. A., Morgeson.F.P., “The Leadership Skills Strataplex : Leadership Skill Requeriments Across Organizational Level” *The Leadership Quarterlty*, Vol:18, (2007):154-166.
- Narvekar, R. S. & Jain, K., “A New Framework To Understand The Tecnological Innovat ion Process”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol:7, No:2, (2006):174-186.

- Naktiyok, A., “Yenilik Yönelimi Ve Örgütsel Faktörler”, *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, Vol:21,No:2,(2007):211-230.
- Nalbant, Ş.,”Türkiye’de Sağlık Sektöründe Çalışma Koşulları Sendikal Örgütlenme Hakkı” *Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir, 2006.
- Newbold, P., Carlson, W., Thorne, B., **Statistics for Business and Economics** ,7. Eddition, Prentice Hall, 2009.
- Nonaka, I., Treece, D.J.,**Managing Industrial Knowledge: creation, transfer and utilization**, Sage Puplication, London,2001.
- Nonaka,I., Takeuchi, H., **The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation**, New York: Oxford Universit y Press, New York: Scribner,1995.
- Odabaşı, Y, **Müşteri İlişkileri Yönetimi**, İstanbul: Sistem Yayıncılık, 2000.
- Organization for Economic Cooperation and Devolopment (OECD) , “Technology and Industrial Performance”, *The OECD Observer*, 204 February, March, Paris, (1997): 204
- OSLO KLAUVUZU, **Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler**, 3. Basım, Ankara, TÜBİTAK, 2005.
- Ottenbacher, M., Gnoth, J., “How to Successful Hospitality Innovation” *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol:46, No:2, (2005):205–222.
- Örücü, E., Esenkal, F. (2005). “Konaklama İşletmelerinde İş Gören Tatminini Etkileyen Faktörler (Bandırma ve Erdek Örneği)”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:8, Sayı:14, (2005):141-166.

- Öncü, M. A., Mesci. M., Şahin. Ö.,“Finansal Yeniliklerin İşletme Performansına Etkisi: İstanbul’daki Turizm İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 3, 2012.
- Özdil, N., “JCI Akreditasyonu Olan özel Hastanelerde Personel Temini Ve Uygulaması”,*Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Uluslararası Kalite Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul, 2011.*
- Özçer, N., **Yönetimde Yaratıcılık ve Yenilikçilik**, 1. Baskı, Rota Yayınları, İstanbul, 2005.
- Öztürk, M.B., Demirgüneş, K., “Kurumsal Yönetim Bakış Açısıyla Entelektüel Sermaye”, *Selçuk Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:19, Sayı:402, (2008).
- Pablos P.O., “Evidence of intellectual capital measurement from Asia, Europe, and the Middl East,” *Journal of Intellectual Capital*, Vol:3, No:3, (2002):287-302.
- Palacios, B., Thomás M., Ramon Sanguino Galvan, R. S., , “Intangible Measurement Guidelines: A Comparative Study in Europe”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.8, No. 2,(2007): 192-204.
- Peng, T., Pike, S., Ross, G., “Intellectual Capital and Performance Indicators: Taiwanese Health Sector”, *The Journal of Intellectual Capital*, Vol:8, No:3, (2007):538-556.
- Perdomo-Ortiz, J., Gonzalez-Benito, J. ve Galende, J., “Total Quality Management as Forerunner of Business Innovation Capability”, *Technovation*, Vol:26, No:10, (2006):1170–1185.
- Petrash, G. ” Dow’s Journey to a Knowledge Value Management Culture”, *European Management Journal*, Vol:14, No:4, (1996):365-373.

- Petty, R., Guthrie, J., "Intellectual Capital Literature Review Measurement, Reporting and Management", *Journal of Intellectual Capital*, Vol:1, No:2, (2000).
- Phillips, P. A., Performance Measurement Systems and Hotels: A New Conceptual Framework. *Hospitality Management* Vol:18, (1999):171–182.
- Poon, J. M. L., "Effects of Performance Appraisal Politics on Job Satisfaction and Turnover Intention", *Personel Review*, Vol:33, No:3, (2004): 322–334.
- Remedios, R. ve Boreham, N. (2004), "Organizational Learning and Employees Intrinsic Motivation", **Journal of Education and Work**, Vol:17 No:2, June, (2004):219-235.
- Riege, A., "Three-Dozen Knowledge-Sharing Barriers Managers Must Consider", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 9, No. 3, (2005):23-28.
- Rosenfeld, R., Servo,R.J., (Ed.) Henry,J.,Walker,D., "**Facilitating Innovation in Large Organizations**", **Managing Innovation**, Sage Publications, London, 1994.
- Ross, G., Ross, J., "**Measuring Your Companies Intellectual Performance**", **Long Rance Planing** , (1997):30-3.
- Ross, G., Edvinsson, L., Dragonetti, N.C., **Intellectual capital: navigating in the new business landscape**. New York University Press, 1998.
- Rowe, W.G., Cannella JR., A.A., Rankin, D., Gorman, D.," Leader Succession & Organizational Performance: Integrating The Common-Sense, Ritual Scapegoating and Vicious-Circle Succession Theories", *The Leadership Quarterly*, Vol:16, No:2, (2005):197-219.

- Samad, S., “Predicting Turnover Intentions: The Case Of Malaysian Government Doctors”, *The Journal Of American Academy of Business*, Cambridge, Vol:8,No:2, (2006) 113–119.
- Samuel, C. C., **Modern Management Diversity, Quality, Ethics & the Global Environment**, Prentice Hall International Inc., London, (2000).
- Sarıaltın, H., (2003). “Örgüt Performansının Ölçülmesinde ve Geliştirilmesinde Kıyaslama Yöntemi ve İmalat Şirketlerinde Kıyaslama Uygulamaları”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Sakarya,(2003).
- Sarıhan, H. İ., **Rekabette Başarının Yolu:Teknoloji Yönetimi**, 1. Baskı, Desnet Yayınları,İstanbul,1998, İstanbul.
- Schultz, T. W., **Investment in Human Capital**, The Free Press A Division of the Macmillan Company, U.S.A,1971.
- Scott, E.S., “Perspectives On Healthcare Leader And Leadership Development”, *Journal of Healthcare Leadership*, Vol:2, (2010): 83-90.
- Seleim, A., Ashour, A., Bontis, N. , “Intellectual capital in Egyptian software firms” *The Learning Organization*, Vol:11, No:4/5, (2004):332-346.
- Shane, S. A., “Who is publishing the Entrepreneurship Research?” *Journal of Management*, Vol.23, (1997):83-95.
- Simpson, J., “Doktorlar ve Yönetim Sıkıntı Nedeni?” *Toplum ve Hekim*, Cilt:12, Sayı:80, Temmuz – Ağustos, (1997):68-69.
- Slavkin, H.C., “Leadership for Health Care in the 21st Century: A Personal Perspective”, *Journal of Healthcare Leadership*, Vol:2, (2010):35-41.
- Stewart, T.A., “Brain Power”, *Fortune*, Vol.44, (June),1991.
- Stewart, T.A., Elhüseyni, N., (Çev.), **Entelektüel Sermaye Kuruluşların Yeni Zenginliği**, BZD Yayıncılık, İstanbul, 1997.

- Solitander, M., & Tidström, A.,” Competitive Flows Of Intellectual Capital İn Value Creating Networks”; *Journal Of Intellectual Capital*, Vol:11, No:1, (2010):23-38.
- Sökmen, A., “Ankara’daki Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Bağlılık İle İşgören Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Araştırma”, *Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara, 2000.
- Stoel, M.D., Muhanna, A.W.,” IT capabilities and firm performance: A contingency analysis of the role of industry and IT capability type”, *Information & Management*, Vol:46 No:3, (2009):181-189.
- Stoep, V., Scott, W., Johnston, Deirdre, D., **Research Methods for Everyday Life : Blending Qualitative and Quantitative Approaches**, San Francisco, CA, ABD : John Wiley & Sons, 2009.
- Subramaniam, M. ve Youndt, M. A., “The Influence Of Intellectual Capital On The Types Of Innovative Capabilities,” *Academy of Management Journal*, Vol:48,No:3, (2005):450-466.
- Sullivan, P.H., “**How to convert intangible corporate assets into market value**”, Wiley, 2000.
- Sullivan, P.H., **Value-Driven Intellectual Capital**, John Wiley & Sons, New York, 2000.
- Sveiby, K.E., “**The New Organizational Wealth :Managing and Measuring Knowledge-Based Assets**,” San Francisco CA:Berret-Koehler Publishers Inc, 1997.
- Sveiby, K. E.. “Measuring Intangibles and Intellectual Capital- An Emerging First Standard”, 1998, «<http://www.sveiby.com/articles/EmergingStandard.html> » , (08.10.2013 tarihinde erişilmiştir).

- Swan, J., Newell, S., Scarbrough H., Hislop D. , “Knowledge Management and Innovation:Networks and Networking.” *Journal of Knowledge Management*, Vol.3, No.4, (1999):262-275.
- Şahin, A., “Mersin’de Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Yenilik Faaliyetlerinin Ölçülmesi”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi* , Cilt:10, Sayı:2, (2009):259–271.
- Şamiloğlu, F., **Entellektüel Sermaye**, Ankara: Gazi Kitapevi,2002.
- Taşkın, E., **Müşteri İlişkileri Eğitimi**, Papatya yayıncılık, İstanbul, 2000.
- Teece, D.J., **Managing Intellectual Capital: Organizational, Strategic and Policy Dimensions**, Great Britain :Oxford University Press, 2000.
- Teixeria, A., “On the Link Between Human Capital and Firm Performance; A Theoretical and Empirical Survey”, *FEB Working Paper*, No 121, (2002):1-3.
- Tengilimoğlu,D., Isık, O., Akpolat,M., **“Sağlık İşletmeleri Yönetimi”**, Genisletilmiş 2. Baskı, Nobel Yayınları, Ankara, 341, 2009.
- Thakur,R., Hsu.S.H.Y., Fontenot,G., “Innovation in healthcare:Issues and future trends”, *Journal of Business Research*, ,Vol:65, Issue:4, (2012):562-569.
- Tidd, J., Bessant,J., Pavitt,P., **Managing Innovation**, John Willey & Sons, Chicester, 1997.
- TOBB, **Teknoloji Geliştirme ve Yenilik Destekleri Rehberi**, Sayı 3,2004.
- Tokmak, İ., “Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimin İşletmelerin Yenilikçilik Yeteneğine Etkisi ve Elektronik Sanayisine Yönelik Bir Araştırma Bir Araştırma”, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmış Doktora Tezi, Sakarya, (1998).

- Toraman, C., Abdioğlu, H., İşgüden, B.“ İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi.“ *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Vol:11 No:1, (2009):91-120.
- Tsang, W., Chang, C.,” Intellectual capital system interaction in Taiwan” *Journal of Intellectual Capital* , Vol:6, Issue:2, (2005):285.
- Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği (Tüsiad), 2011 Sağlıkta İnovasyon Raporu [«http://www.tusiad.org.tr/komisyonlar/sosyal-isler-komisyonu/basin-bulteni/tusiad--saglikta-inovasyon-konulu-raporunu-ankarada-tanitiyor](http://www.tusiad.org.tr/komisyonlar/sosyal-isler-komisyonu/basin-bulteni/tusiad--saglikta-inovasyon-konulu-raporunu-ankarada-tanitiyor) » (11.11.2013TarihindeErişilmiştir).
- Tütüncü,Ö., Doğan, İ., Ö. Müşteri Tatmini Kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulaması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 5, Sayı:4, 01 Ekim-31 Aralık (2003):130-151.
- Uzay, Ş., Savaş O., “Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi: Mobilya Sektöründe Karşılaştırmalı Bir Uygulama Örneği”; *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:20, Ocak-Haziran, (2003).
- Van Beveren, J., “Does health care for knowledge management?”, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 7, (2003):90-95.
- Van De Ven, H., A.&P., Douglas, E., Garud, R.,**The Innovation Journey**, Oxford University Press, Oxford, 1999.
- Van Grembergen, W., De Haes , S. (2005). “Measuring and improving information technology governance through the balanced scorecard.” *Information Systems Control Journal*, Vol. 2 No:6, (2005): 46-49.
- Varinli, İ., Çakır, A.,“Hizmet kalitesi, değer, hasta tatmini ve davranışsal niyetler arasındaki ilişki -Kayseri'de poliklinik hastalarına yönelik bir araştırma”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:2, Sayı:17, (2004):33-52.

- Velioğlu, S., Vatan F., “Yönetici Hemşirelerin Liderlik Davranış Boyutlarının İncelenmesi”. 5. *Ulusal Sağlık kuruluşları ve Hastane Yönetimi Sempozyumu*, Eskişehir, (2002).
- Victorino, L., Verma, R., Plaschka, G., Dev, C., “ Service Innovation and Customer Choices in the Hospitality Industry”, *Managing Service Quality*, Vol:15,No:6, (2005):555-576.
- Von Hippel, E., **The Sources of Innovation**, Oxford University Press, 1998.
- Wang, G., Netemeyer,R. G., “The Effects of Job Autonomy, Customer Demandingness, and Trait Competitiveness on Salesperson Learning, Self-Efficacy, and Performance”, *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol:30, No:3, (2002):217–228.
- Wang, W., Chang, W., “Intellectual capital and performance in causal models: Evidence from the information technology industry in Tawain,” *Journal of Intellectual Capital* ,Vol:6, Issue:2, (2005):222-236.
- Weill, P., Marianne Broadbent, M., **Enformasyon Altyapısı**, (Çev.):Ünal, A.G., Boyner Holding Yayınları, İstanbul, 1999.
- William, M.L., Richard A.P., **The Economic Structure of Intellectual Property Law**,” Harvard University Press,2003.
- Yalçın, P.,“ Türkiye’de Sağlık Turizminde Altyapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma”, *Ankara Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Hastane İşletmeciliği Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*, Ankara, 2006.
- Yereli, A. N., Gerşil, G., (2005),” Entelektüel Sermayeyi Ölçme ve Raporlama Yöntemleri.” *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:15, Sayı:2, (2005):17-29.
- Yılmaz, A., **Rekabet Hukuku – Teori, Uygulama ve Mevzuat**, Genişletilmiş 4. Basım Ekin Kitabevi, 2007.

- Yılmaz, M. “Sağlık bakım kalitesinin bir ölçütü: hasta memnuniyeti” *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, Cilt:5, Sayı:2 ,(2001).
- Yoon, M. H., Suh, J., “Organizational Citizenship Behaviors and Service Quality As External Effectiveness of Contact Employees”, *Journal of Business Research*, No:56, (2003): 597–611.
- Youndt, M. A., Subramaniam, M., Snell, S. A., “Intellectual capital profiles: An examination of investments and returns,” *Journal of Management Studies*, Vol:41,Issue:2, (2004):335–361.
- Yuan, F.,Woodman,R.W., “Innovative Behavior in The Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations”, *Academy of Management Journal*, Vol:53, No:2, (2010):323-342.
- Zehir, C. ve Özşahin, M.,” Stratejik Karar Verme Hızını Etkileyen Örgütsel, Çevresel Faktörler ve Firma Performansı İlişkisi: İmalat Sektöründe Bir Saha Çalışması”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:9 Sayı:1, (2006):137–157.
- Zerenler, M., Türker,N., Şahin,E., “Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) ve Yenilik İlişkisi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Eylül, Sayı:17, (2007):653-668.
- Zhang, O. ve Doll, W.J., “The Fuzzy Front end and Success of New Product Development: A Casual Model”, *European Journal of Innovation Management*, Vol:4, No:2, (2001): 95-112.
- Zhu, W., Chew, I., Spangler, W., “CEO Transformational Leadership and Organizational Outcomes: The Mediating Role Of Human-Capital-Enhancing Human Resource Management”, *The Leadership Quarterly*, Vol:16, (2005):39-52.

EKLER

Ek 1:Anket Soruları

Sayın İlgili,

Bu anket formu, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetim Doktora programında **Sn. Prof. Dr. Halit Keskin** danışmanlığında yürütülen ”**Entelektüel Sermayenin Firma Yenilikçiliği ve Firma Performansına Etkisi: Sağlık İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama**” Doktora Tezi için hazırlanmıştır. Anketten elde edilen veriler doktora tezinde ve sadece bilimsel araştırma amacı doğrultusunda kullanılacaktır. Vereceğiniz yanıtlar kimse ile paylaşılmayacağından, soruları kendi kişisel görüşlerinize göre cevaplamanız anketin objektifliği açısından önemlidir.

Aşağıdaki sorularda çalışmakta olduğunuz sağlık işletmesi ve işletmenin yapısıyla ilgili ifadeler bulunmaktadır. Sizden istenen, bu ifadelere ne oranda katıldığınızı belirtmektir. Sorulara yanıt verirken sonuçların bilimsel geçerliliği olması bakımından soruların gerçekte yapılan davranışlar ve algılanan sonuçlar olarak yanıtlanması önem arz etmektedir.

Değerlendirmenizi yaparken aşağıda “ (1) Kesinlikle Katılmıyorum”, “(2) Katılmıyorum”, (3) Kararsızım”, “(4) Katılıyorum”, (5) “Kesinlikle Katılıyorum” a doğru uzanan cevap seçeneklerini kullanın. Lütfen ifadeleri dikkatle okuyunuz ve her bir ifade için sizce uygun olan basamak hangisi ise o basamaktaki kutuyu işaretleyiniz.

İlginiz ve katılımınız için teşekkür ederim.

Esra Çiğdem Cezlan

KATILIMCI DEMOGRAFİK BİLGİLERİ**1. Çalıştığınız Kurumun Faaliyet Alanı :**

Kamu Hastanesi Özel Hastane

2. Çalıştığınız Kurumdaki Unvanınız:

İdari Çalışan Sağlık Çalışanı

3. Cinsiyetiniz:

Kadın Erkek

4. Yaşınız:

20 - 25 25 – 35 35 – 40 40 ve üzeri

5. Eğitim Düzeyiniz:

Lise Önlisans Lisans Lisansüstü ve Doktora

6. Çalıştığınız Kurumda Çalışma Süreniz:

1 – 5 yıl 6 – 10 yıl 11 – 15 yıl 16 yıl ve üzeri

Aşağıda, kurumunuzun yapısıyla ilgili ifadeler bulunmaktadır. Sizden istenen, bu ifadelere ne oranda katıldığınızı belirtmektir. Değerlendirmenizi yaparken aşağıda “kesinlikle katılmıyorum” dan (1) “kesinlikle katılıyorum” a (5) doğru uzanan cevap seçeneklerini kullanın. Lütfen ifadeleri dikkatle okuyunuz ve her bir ifade için sizce uygun olan basamak hangisi ise o basamaktaki kutuyu işaretleyiniz.					
İnsan Sermayesi	1	2	3	4	5
1. Hastanemizdeki çalışanlar yüksek düzeyde niteliklidir.					
2.Hastanemizdeki çalışanlar yaratıcı ve zekidir.					
3.Hastanemizdeki çalışanlar çok yeteneklidir.					
4. Hastanemizdeki çalışanlar kendi iş ve işlemleri konusunda deneyim sahibi ve uzmandır.					
5. Hastanemizde çalışanlar sağlık sektörünün en iyileridir.					
6.Hastanemizdeki çalışanlar bütün birikimlerini işlerinde kullanırlar.					
7. Hastanemizdeki çalışanlar yeni fikir ve bilgiler üretirler.					
8. Hastanemizdeki çalışanların verimliliği yüksektir.					
İlişki Sermayesi	1	2	3	4	5
1. Hastanemizin birçok mükemmel tedarikçisi bulunmaktadır.					
2. Hastanemizde ulusal ve uluslararası hastalarımız için iyi bir hasta hizmeti sunulmaktadır.					
3. Hastanemizde uluslar ve uluslararası hasta ve iş ortaklık ilişkisine önemli ölçüde değer verilmektedir.					
4. Hastanemizde uluslar ve uluslar arası hastaların taleplerinin tatmininin doğru tahmini için iç mekanizma bulunmaktadır.					
5. Hastanemizdeki yöneticiler hastalara yönelik çalışan çalışanlarını destekler.					
6.Hastanemizde beraber çalıştığımız arkadaşlarımız yapılan çalışmaların hasta memnuniyeti üzerindeki etkilerinin farkındadır.					
7.Hastalarla ilgili sorunlarla karşılaştığımızda hastalarımız ile beraber güçlüklerle göğüs germekte, sorunları çözmekteyiz.					
Organizasyonel Sermaye	1	2	3	4	5
1.Hastanemizde geçmiş tecrübelerden alınan dersler, benzer görevler üstlenecek çalışanlar için örnek teşkil etmektedir.					

2. Hastanemizde anında çözümler ya da ilgili sorunları çalışmak üzere başvuru bilgileri tüm çalışanlar tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır.					
3. Hastanemizde dâhili arama motorları(örneğin bilgi haritaları ya da kurumsal sarı sayfalar) soruları ve cevaplarını arayanlar bulabilmektedir.					
4.Hastanemizin kurum kültürü değerli fikirler, iş yapmanın yöntemleri vb. bilgiler içerir.					
5.Hastanemizdeki bilgi ve enformasyon yapı, sistem ve süreçler içerisinde bulunmaktadır.					
	1	2	3	4	5
Firma Yenilikçiliği					
Aşağıda kurumunuzun özellikleri ve yönetim anlayışıyla ilgili bir takım ifadeler verilmiştir. Sizden istenen, bu ifadelere ne oranda katıldığınızı belirtmektir. Değerlendirmenizi yaparken aşağıda “kesinlikle katılmıyorum” dan (1) “kesinlikle katılıyorum” a (5) doğru uzanan cevap seçeneklerini kullanın. Lütfen ifadeleri dikkatle okuyunuz ve her bir ifade için sizce uygun olan basamak hangisi ise o basamaktaki kutuyu işaretleyiniz.					
1.Hastanemiz rakiplerine kıyasla Araştırma-Geliştirme 'ye daha fazla yatırım yapmaktadır.					
2.Hastanemiz rakiplerine kıyasla yeni ürün ya da yeni teknoloji geliştirmek için daha düşük maliyete sahiptir.					
3.Hastanemiz rakiplerine kıyasla yeni teknoloji ve yeni ürün geliştirmeyi tercih etmektedir.					
4. Hastanemizde karın büyük bir bölümü yeni ürün veya teknolojinin gelişiminden kaynaklanmaktadır.					
5.Hastanemizdeki yenilikler mevcut ürün ve hizmet hatlarını güçlendirmektedir.					
6. Hastanemiz sürekli yeni ürün ve hizmet geliştirmekte ve üretmektedir.					
	1	2	3	4	5
Firma Performansı					
Aşağıdaki soruları, son bir yıl dikkate alarak sağlık işletmeleri ortalamasıyla karşılaştırdığımızda çalıştığınız hastane performansını 1-5 arasında değerlendiriniz.(1) “Endüstri ortalamasından oldukça düşük”, (2) Endüstri ortalaması biraz düşük (3) “Endüstri ortalamasına eşit” (4) Endüstri ortalaması biraz yüksek (5) “Endüstri ortalamasından oldukça yüksek” olarak belirlenmiştir.					
1. Hastanemizin gelecek görünümü					
2.Hastanemizin karı					
3.Hastanemizin kar artışı					

4. Rekabete genel tepki					
5. Yeni hizmet lansmanındaki başarı oranı					
6. Genel iş performansı					
7. Pazar performansı					
8. Yeni hizmetin gelir hedeflerine uygunluk					
9. Yeni hedefin pazar payı hedeflerine uygunluk					

ÖZGEÇMİŞ

11.04.1980 tarihinde Siirt'te doğdum. İlkokul Siirt Atatürk İlkokulu'nda, ortaokul ve lise öğrenimimi Vefa Anadolu Lisesi'nde tamamladım. Marmara Üniversitesi Satış Yönetimi ve sonrasında Anadolu Üniversitesi İşletme bölümünden mezun oldum. Ardından İstanbul Ticaret Üniversitesi'nde İşletme Yüksek Lisans eğitimimi tamamladım.

Sağlık sektöründe 10 yıldır çeşitli kademelerde orta düzey yöneticilik yapmaktayım. Yabancı dilim İngilizcedir. Özel ilgi alanlarım, fotoğrafçılık, kitap okumak ve edebiyattır.

Esra Çiğdem CEZLAN