

KAVRAMSAL BİLEŞENLERİ AÇISINDAN ENTELEKTÜEL SERMAYE KAVRAMI

Yunus Emre ÖZTÜRK¹

ÖZET

Küreselleşmenin ortaya çıkardığı inanılmaz fırsat ve riskler sonuçta daha önceden bilinen, fakat yeterince önemsenmeyen ya da fark edilmeyen bazı değerlerin etkinleştirilmesini sağlamıştır. Dolayısıyla; bilginin, üretimde ve katma değer yaratma konusunda her geçen gün artan öneminin organizasyonlarca ve yöneticilerce anlaşılması, entelektüel sermaye ve unsurlarının irdelenmesini ve hayata geçirilmesini beraberinde getirmektedir.

Bu nedenle bu çalışmada, entelektüel sermaye ve kavramsal bileşenlerinin teorik çerçevede irdelenerek aktarılmasını amaç edindik.

Anahtar Kelimeler

Entelektüel Sermaye, İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye, İlişkisel Sermaye

ABSTRACT

Intellectual capital (IC) could provide a new instrument for observing organizational hidden value. Opportunities and threats caused by globalization the values which are known but undervalued or avoided previously. As a result of increasing awareness and importance of information in value adding and production process considerations and studies about intellectual capital and its components increased.

This study subject intellectual capital and its components theoretically

Keywords

Intellectual Capital, Human Capital, Structural Capital, Relational Capital

¹ Öğr.Gör. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

1.GİRİŞ

Yaklaşık son elli yıldan itibaren küresel anlamda artan rekabet, dünya ekonomisindeki finansal gelişmeler ve ilerleyen teknoloji işletmeleri dışa açılmaya, yenilik yapmaya ve teknoloji geliştirmeye zorlamış, özellikle son on yıl içinde iş dünyasında bilişim teknolojilerine bağlı önemli bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönemde, milyonlarca işletme, ürettikleri milyonlarca ürünle globalleşen piyasalarda kendine yer edinebilme çabası içinde faaliyet göstermektedirler. Piyasaların sürekli değişim gösterdiği, belirsizliğin yoğun bir şekilde yaşandığı, teknolojik gelişmelerin hızına erişmenin mümkün olmadığı, yeni ürün ve hizmetlerin bir gecede bile eskiyebildiği bu ortamda, bilgi; firmaların ayakta kalıp diğer firmalarla rekabet edebilmesinin tek güvenilir kaynağı durumuna gelmiştir. Maddi ve finansal kaynaklar, firmaların uzun dönemli başarısında artık etkisini kaybetmektedir. Hamel 'in belirttiği gibi: "Geleceğe yolculuğun yakıtı para değil, işgörenlerin duygusal ve zihinsel enerjisidir." Bu enerjiyi kurumsallaştıran ve sahip oldukları bilgiyi kendileri için bir kaldıraç vazifesi görecektir şekilde kullanan işletmeler dinamik piyasa şartlarında diğerlerinden bir adım önde olacaklardır.

Organizasyonlar, sanayi toplumunda üretim sürecinde girdi olarak toprak, sermaye ve emeği kullanıyorlardı. İletişim teknolojilerinin takip edilemeyecek oranda gelişme göstermesi, teknolojik yeniliklerin günden güne artması ve internetin yayılması ile beraber, bilginin akışkanlığının saniyelerle ifade edilmesi sonucu bilgi toplumunu yaşamaya başlayan insanoğlu, artık bilgiyi yukarıda sayılan maddi varlıkların yanında bir üretim faktörü olarak kullanmaya başlamıştır.

Üretimde beden gücünün kullanım oranı 1930'lu yıllarda %90 seviyelerinde iken 2000'li yıllarda bu oran %10'un altına düşmüştür. Bilginin bu derece üretimi etkilediği ortamda, doğal olarak bilginin değeri artmış ve bilgi rekabette fark yaratan başlıca etken olmaya başlamıştır. Yeni ekonominin rekabet ortamında bilgiyi üreten, onu daha verimli kullanan şirketler rakiplerine karşı önemli ölçüde rekabet avantajı sağlamaktadırlar. Yönetim teknikleri ve yeni iş modellerindeki gelişmelerin bilgi temelli olması da organizasyonları bilgi üretme, bilgiyi içselleştirme ve üretime girdi olarak kullanma noktasında zorlamaktadır.

Üretim kavramının ortaya çıktığı ilk zamanlardan beri var olan, hissedilen, ancak fiziksel bir niteliği olmamasından dolayı görünmeyen bir varlık olan bilgi, son yıllarda özellikle bilgi teknolojilerine dayalı endüstrilerin gelişmesi ve buna paralel olarak bu endüstrilerde üretilen ü-

rün ve hizmetlerin değerlerinin geleneksel muhasebe sistemlerinde tam olarak gözükmemesi sonucu, işletmelerin defter değerleriyle piyasa değerleri arasındaki farkın giderek açılması, bu kaynağın fark edilmeye başlanmasına neden olmuştur. Son on yıldır yoğunlaşan gerek akademik gerekse uygulamaya dönük çalışmalar, bilginin kaynakları, örgütsel başarıya etkisi, bilgiye dayalı varlıklar (entelektüel sermaye), bilginin ölçülmesi gibi konularda bilimsel sonuçların elde edilmesine neden olmuştur.

1. Entelektüel Sermaye

Entelektüel sermaye kavramının kavramsal boyutuna geçmeden önce entelektüel sermayeye yol açan süreci açıklamamızda fayda vardır. Bu nedenle çalışmada ilk önce entelektüel sermayenin algılanmasına yol açan sosyo-ekonomik gelişmeleri belirtmek doğru olacaktır.

Şu an içinde bulunduğumuz süreç sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecidir. Toffler'in ifadesi ile "ikinci dalga"dan "üçüncü dalya"ya geçiş aşamasıdır.(Toffler,1981:32) Bu süreçle birlikte, yeni kurum ve kurallar ortaya çıkmış, bilgi toplumunun dinamikleri oluşmaya başlamıştır.

Günümüzde işletmeler, mali tablolarına ya da görünür varlıklarına bakılarak kaynağı bulunamayacak çok yüksek değerlere ulaşmaktadırlar. Bilgi, işletmelerin en önemli varlığı ve değer kaynağı olmuştur. Dünyanın en pahalı işletmesi Microsoft.tur. Microsoft bir bilgisayar yazılım işletmesidir ve dünyanın en büyük işletmesi olan General Motors.un 2000 yılının ilk çeyreği itibariyle yaklaşık 8 katı büyüklüğünde piyasa değerine sahiptir. Microsoft.un sahip olduğu bu değeri, mali tablolarından yapılacak çıkarsamalarla ya da binalarıyla, fabrikalarıyla açıklamak mümkün değildir. Çünkü işletme 2 milyar dolar civarında fiziksel aktifle 500 milyar dolar civarında piyasa değerine ulaşmıştır. Yani işletme bu piyasa değerine mali tablolarında görünen maddi varlıklarıyla ulaşmış değildir. İşletmenin bu değere ulaşmasının altında, mühendislerinin kodlar yazma ve yeni yazılımlar geliştirme yeteneği, işletmenin müşteriler ile ilişkileri, diğer işletmelerle birlikte iş yapabilme yeteneği ve sahip olduğu süreçler, sistemler, yani örgüt; kısaca en genel ifadesiyle .bilgi yatmaktadır. En göze batan örnek Microsoft olmakla birlikte, yeni ekonomik ortam buna benzer örneklerle doludur. Bir başka deyişle işletmelerin yeni zenginliği ve değer kaynağı, endüstri çağında ve dolayısıyla geleneksel işletme değerlemesinde göz ardı edilen, görünmeyen bilgi varlıkları, yani entelektüel sermayedir.

Dolayısıyla, bu örnekten de anlaşılacağı üzere; bilgi son yıllarda ekonomide rekabetçi üstünlük sağlayan önemli bir üretim faktörü haline

gelmiştir. İçinde bulunduğumuz yeniçağda zenginlik bilginin ürünüdür. Bilgi, ekonomisinin başlıca hammaddesi ve en önemli ürünü haline gelmiş bulunmaktadır. Bilgi artık alıp sattığımız bir şeydir. Bu süreçte zenginlik yaratmak için gerek duyulan sermaye varlıkları: arazi, bedensel emek, imalat aletleri ve fabrikalar değil, bilgi varlıkları olmuştur.(Stewart, 1997:16)

Bilgi soyut bir kavramdır. Bilgi ekonomisi adı verilen yeni ekonomide de fiziksel olmayan, soyut varlıkların önemi hızla artmaktadır. 1997 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan, yatırımların çeşitliliğini inceleyen araştırmada ilginç bir perspektif ortaya çıkarılmıştır. 1929 yılında yapılan yatırımların, yaklaşık % 70 oranında fiziksel varlıklara, %30 oranında ise soyut varlıklara yapıldığı görülmüştür. Fakat 1990'lı yıllara kadar bu tablo büyük ölçüde değişmiştir. Günümüzde yapılan yatırımlar; araştırma-geliştirme, eğitim ve yetkinlikler, enformasyon teknolojileri, yazılım ve internet gibi soyut varlıklar üzerine yapılmaktadır.(Edvinsson,2000:15). 1994 yılında Business Week dergisinin enformasyon sektörüyle ilgili olarak yaptığı bir araştırmaya göre Amerikan işgücünün yaklaşık %15,3'ü enformasyon sektöründe çalışmaktadır. (Stewart, 1997:11) Enformasyon çağının ortaya çıkmasında ve büyümesinde ise, bilgisayarın ve bilgi işlem sistemlerinin sürükleyici bir rol oynadığı kesindir. ABD Ticaret Bakanlığına bağlı Ekonomik Analiz Bürosu sermaye harcamalarının seyrine ait yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre; ABD'de sanayi çağına özgü geleneksel sermaye mallarına 1982 yılından itibaren yapılan yıllık yatırım tutarları yaklaşık olarak 110 milyar dolar seviyesindedir ve bu rakam gerileme ve büyüme dönemlerinde aşağı yukarı seyirler izlemiş olsa bile önemli bir değişim yaşanmamıştır. Enformasyon sektörüne yönelik yapılan sermaye harcamalarında ise yukarıya doğru, sürekli bir ivmenin olduğu gözlenmektedir. 1982 yılında Amerikalı şirketler enformasyon sektörünün temel taşları olan, bilgisayar ve telekomunikasyon alanında 49 milyar dolarlık yatırım harcaması yapmıştır. Bu tutar 1987 yılında 86,3 milyar dolara çıkmıştır. Ve 1991 yılına gelindiğinde ise ABD'de sanayi mallarına yapılan toplam yatırım tutarı 107 milyar dolar iken enformasyon mallarına yönelik yapılan yatırımların toplam tutarı 112 milyar dolardır.

Dolayısıyla bilgi üretilen, satılan ve satın alınan şeylerin asıl bileşeni haline gelmiş bulunmaktadır. Bir bakıma bilgi, doğal kaynaklardan, büyük fabrikalardan ya da şişkin banka hesaplarından daha değerli ve daha güçlü konuma gelmiştir. Bu nedenle bilgiyi yönetmek bireylerin, işletmelerin ve ülkelerin en önemli ekonomik görevi haline gelmiştir.

Ünlü Yönetim gurusu Peter Drucker bilgi toplumuna geçiş sürecinin neden olduğu gelişmeleri şöyle sıralamaktadır(Drucker ,1995: 55):

- Bilginin üretilmesine, erişilmesine ve kullanılmasına katılım yaygınlaşmıştır.
- Son 25 yıla kadar mal hareketleri hızlı bir şekilde gerçekleşirken, günümüzde para hareketlerinin hızı kıyaslanamayacak derecede mal hareketlerinin hızını aşmıştır.
- Eğitilmiş insanın önemi ortaya çıkmış ve bu güç işletmenin varlıkları arasında bir değer olarak belirtilmeye başlanmıştır.
- Bilgi toplumunun dinamiklerinden yararlanan işletmeler, üretim ve cirolarını 2-3 kat arttırırken, işgören sayısında %25.lere varan azaltmalara gitmişlerdir.

Gelişmiş ülkeler, 25 yıl önce üretilen bir ürün için harcanan çabanın aynı miktarını, hammaddenin ve işçiliğin ise daha azını kullanarak üretim miktarlarını 2,5 katı kadar arttırmayı başarmışlardır. Bilgi toplumu oluşturan dinamiklerin ortaya çıkmasıyla birlikte ekonomide hızlı bir değişim sürecine girilmiş ve bu süreç geleneksel üretim faktörlerinin sıralamasında değişikliğe yol açmıştır. Sanayi ekonomisinde yatırımların önemli kısmı makine, teçhizat, fabrika binası gibi unsurlara ayrılırken, günümüzde yatırımların önemli bir kısmı bilginin arttırılması veya insan sermayesine sahip olmak için yeterlilik ve uzmanlık geliştirmeye yönelik olmaktadır.

Bilgi ve teknoloji yeni yüzyılın anahtar kelimeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni modelin en az sermaye kadar önemli olan yeni üretim faktörü bilgidir. Teknoloji ise bilginin vazgeçilmez bir parçasıdır. Yaşadığımız çağ bu nedenlerle bilgi çağı, toplumumuz bilgi toplumu, insanlar ise bilgi çalışanı olarak nitelendirilmektedir. Böyle bir dönemde ise neredeyse işletme yönetimi eşittir bilgi yönetimi olmaktadır.

Yine Drucker.a göre; .Geçtiğimiz yüzyılda emek işçilerinin verimliliğinde gerçekleşen artış sanayi devrimine damgasını vurdu. Bu yüzyılda ise işletmeler rekabetçi kalabilmek için aynı verimlilik artışını bilgi çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirmelidirler.

Sonuçta bilgi toplumunda ve yeni ekonomide bilgi odaklı işletmelerin sayısı artmış ve bu işletmeler somut yada maddi sermaye yatırımlarından, soyut entelektüel sermaye yatırımlarına yönelmiş oldukları gözlenmektedir. Bu nedenle işletmelerin içinde buldukları bu yeni ekonomide eski usullerle ve kurullarla ayakta kalmaları mümkün görülmemektedir.(Ertuğrul,2000:72)

Bir şirketi geleceğe taşıyacak olan unsur, bünyesinde çalışan insanların yarattığı değerlerin, şirket stratejilerinin, yapısının, sistem ve süreçleri ile şirketin müşterileri ve toplumla kurduğu ilişkilerin toplamından oluşan entelektüel sermaye olacaktır.

Kullanıldıkça değeri artan bir varlık olan entelektüel sermaye, bilgiye dayalı rekabetin yaşandığı günümüz dünyasında uyandırılması gereken bir devdir. Bunun farkına varamayan şirketler gün geçtikçe entelektüel erozyona uğramakta ve bir noktada verimsiz, katma değer üretmeyen bir şirket haline dönüşmektedir. Bu durumu engellemek için önce entelektüel sermaye tanımlanmalı ve ortaya çıkarılmalı, sonrasında ise sürekli gelişimi sağlanmalıdır.

1.1. Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

1969 yılında ilk olarak John Kenneth Galbraith tarafından kullanılan entelektüel sermaye terimi, özellikle son yıllardaki teorik ve endüstriden uygulamalı yayınlarla² ve sadece bu konuya özgün dergilerin yayımlanması³ ve konferansların, seminerlerin düzenlenmesiyle⁴ popülerlik kazanmıştır.

Tarihsel gelişimine baktığımızda ise bir çok kavramsal düşünürün varlığı göze çarpmaktadır. Hepside entelektüel sermaye kavramına farklı katkılar sağlamışlardır. Entelektüel sermaye yönetimi hareketi birbirinden çok uzak ve farklı üç orjine dayanmaktadır:

Birincisi, Japonya'da 1980 yılında Hiroyuki Itarni tarafından yazılan ve İngilizce'ye 1987 yılında çevrilen 'Görünmeyen Aktifleri Harekete geçirmek' (Mobilizing Invisible Assets) isimli çalışmasıdır. Bu çalışma Japonya'da ki şirketlerde görünmeyen aktiflerin yönetiminin diğer bir deyişle soyut varlıkların yönetiminin işletmelerdeki etkilerini ortaya koyarak bu alanda bir çığır açmıştır.

İkincisi, Penrose, Rumelt, Wemerfelt ve diğer başka ekonomistlerin firma teorisine farklı bir bakışı ararken ortaya çıkardıkları ve daha sonra 1986 yılında UC Berkeley'de David Teece'in çalışmasıyla birleştirdikleri ayrıca bir seminer düzenleyerek, 'Ticaretleştirilmiş Teknoloji' isimli

² Bu yayınlardan bazıları:

Bassi, L., ve M. van Buren, "Valuing investments in intellectual capital", **International Journal of technology Management**, Vol. 18, no. 5/6/7/8, , 1999 pp. 414-432

Bontis, N., ve C.W. Choo (Ed.), **The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge**, Oxford University Press, New York, 2001.

Edvinsson, L., ve M. Malone, **Intellectual Capital : Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower**, Harper Business, New York, 1997

³ Örneğin: JIC, **Journal of Intellectual Capital**, MCB University Press, ISSN 1469-1930, 2001

⁴ Konferanslara örnek olarak: IC, **Intellectual Capital World Congress**, Adresse web: <http://worldcongress.mcmaster.ca/>

makaleyi çıkararak entelektüel sermaye kavramı ve yönetiminde ki ilk düşünürler arasına girmişlerdir.

Son olarak, İsveçli Karl-Erik Sveiby kendi dilinde çıkardığı çalışması, entelektüel sermayede insan kapitalini vurgulamıştır. Çalışanların yetkinlikleri ve bilgisinin, bir işletmenin potansiyel zenginlik kaynağı olduğunu, dolayısıyla şirket performansını ölçmek için kullanılacağını savunmuştur.

Kavramın ortaya çıkışına geri dönersek; Galbraith bireysel entelektüel sahiplikten bahsederken, artık günümüzde işletmelerin sahip olduğu entelektüel sermaye kavramı üzerine yoğunlaşmaktadır. Gelişen bilgi ekonomisi trendine paralel, **organizasyonel anlamda** entelektüel sermayenin ilk olarak **Thomas Stewart** tarafından Haziran 1991 tarihinde kaleme alınan "**Brain Power (Beyin Gücü)**" makalesi ile gündeme geldiği kabul edilmektedir. Bu makalede entelektüel sermaye, "işletmeye piyasada rekabet avantajı sağlayan, işletme çalışanlarının bildiği herşeyin toplamı"(Stewart, 1991:33) olarak tanımlanmıştır.

Stewart'ın diğer entelektüel sermaye tanımları arasında ise "Buluşçuluk ve yenilenmenin kaynağı olan bireyin bilgi ve know-how birikimi" veya "insan beyinlerinde gömülü olan yetenek, beceri, uzmanlık" sayılabilir. (Stewart, 1991:28-33)

Stewart, 1997 yılında yayımlanan "**Entelektüel Sermaye: Örgütlerin Yeni Zenginliği**" adlı kitabında ise entelektüel sermayeyi, "elde edilmiş kullanışlı bilgi" olarak en genel şekilde tanımlamakta ve bunun örgütün süreçlerini, teknolojilerini, patentlerini, iş görenlerinin becerilerini ve müşteriler, tedarikçiler ve diğer ilişkili taraflar hakkındaki bilgileri içerdiğini belirtmektedir.

1.2. Tanımı

Entelektüel sermaye en kısa ve öz olarak Stewart tarafından faydalı bilgi paketi olarak; Brooking tarafından ise işletmenin işlevlerini sürdürmesine olanak sağlayan maddi olmayan varlıkların bütünü olarak tanımlanmıştır(Brooking, 1996: 12). Entelektüel sermaye teriminin orijini, bir işletmede yasal olarak korunmuş bilgi paketi olarak entelektüel mülkiyettir. Ancak hala entelektüel sermayenin genel kabul görmüş kesin bir tanımı yoktur ve sık sık Entelektüel Mülkiyet, Entelektüel Varlıklar, Maddi Olmayan Varlıklar, Bilgi varlıkları terimleri ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Aslında bu terimler birbirinden farklılaştırılabilirler de her biri bir diğeri ile karşılıklı ilişki içindedir (Önce, 1999: 13).

Leif Edvinsson'a göre entelektüel sermaye, bilginin işletme için bir değere dönüştürülmesidir. Bilginin işletme için bir değere dönüştürülme-

sinin ortaya çıkardığı her bir ürün ise entelektüel varlık yada bilgi varlığı olarak adlandırılır. Entelektüel sermaye bilançoda görünmeyen varlıkları kapsar. Entelektüel sermayenin statik bir varlıktan çok işletmenin gereksinimlerine uygulandığında katma değer yaratan dinamik bir unsurdur. (Şamiloğlu, 2002:69)

Bu tanımlardan yola çıkarak şöyle bir tanımlama yapılabilir: Entelektüel sermaye kâra dönüştürülebilen bilgidir. Dolayısıyla bu bilgi işletmenin;

- fikirlerinin,
- yeniliklerinin,
- teknolojilerinin,
- genel bilgilerinin,
- bilgisayar programlarının,
- dizaynlarının,
- veri kullanma yeteneklerinin,
- ilişkilerinin,
- süreçlerinin,
- yaratıcılıklarının
- yayınlarının.

bir bütündür.

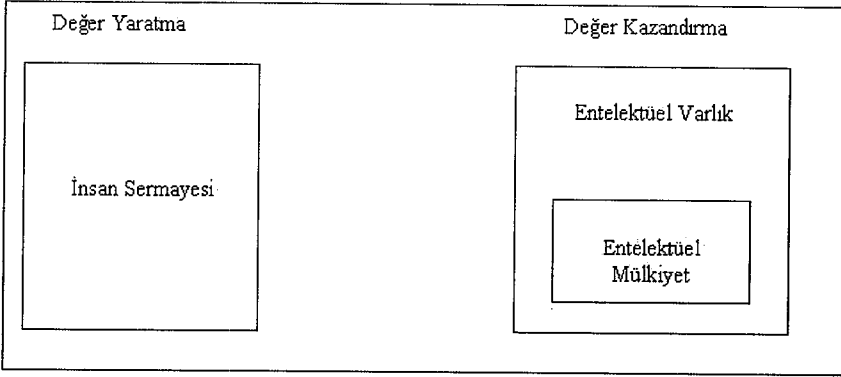
1.3. Konusu

Entelektüel sermaye büyük ölçüde soyut varlıklardan oluşmaktadır. Soyut varlıkların kazanılması ve işletmeye yarar sağlar hale getirilmesi bir başka deyişle ondan katma değer sağlanması, entelektüel sermayenin konusunu oluşturmaktadır. Soyut varlıkların kazanılması, iyi eğitim almış yetenekli personelin istihdamı ve en yeni teknolojiyle donatılmış işletme alt yapısının sağlanmasıyla bir ölçüde elde edilebilir. Fakat bir diğer önemli husus bu entelektüel materyalden katma değer çıkarılabilmesidir.

Temelde işletmelere bakıldığında, onların fiziki, finansal ve entelektüel varlıklardan oluştuğu görülecektir. Entelektüel varlıklar işletmenin tek soyut varlıklarıdır. Dolayısıyla entelektüel sermaye, işletmelerin maddi varlıklarından çok maddi olmayan varlıklarıyla daha fazla değer yaratabileceklerini vurgular. (Akdemir, 1998: 1) Entelektüel sermayenin günümüzde geçerli olan muhasebe anlayışıyla değerlendirilmesi yanlış sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Çünkü geleneksel muhasebede entelektüel sermaye adı altındaki herşey şerefiye olarak nitelendirilmektedir. Sonuç olarak maddi olmayan varlıklar ve şerefiye amortismanına tabi tutularak zamanla değerlerini yitirmektedirler. Halbuki entelektüel varlıkların değerleri zamanla yükselmektedir. Entelektüel sermayenin içinde telif

hakları, patentler ve markalar gibi yasal boyut kazanmış varlıklara entelektüel mülkiyet denilmektedir. Ayrıca hiç bir zaman entelektüel mülkiyeti, entelektüel sermayenin tek çıktısı olarak düşünmemek gereklidir. Entelektüel mülkiyet sadece bilançolarda da takip edilebilen entelektüel sermayenin çıplak gözle görülebilen kısmıdır.(Ertuğrul, 2005:1)

İşletmeler kâr elde etmek amacıyla kurulan organizasyonlardır. Dolayısıyla, yukarıda da belirtildiği gibi, entelektüel sermaye işletme sahip ve çalışanları açısından; kâra dönüştürülebilen bilgi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımlamanın ışığı altında entelektüel sermayenin yapısını aşağıda yer alan tablo yardımıyla inceleyebiliriz.



Şekil 1. Entelektüel Sermayenin Yapısı (M.Ertuğrul a.g.y. s.3)

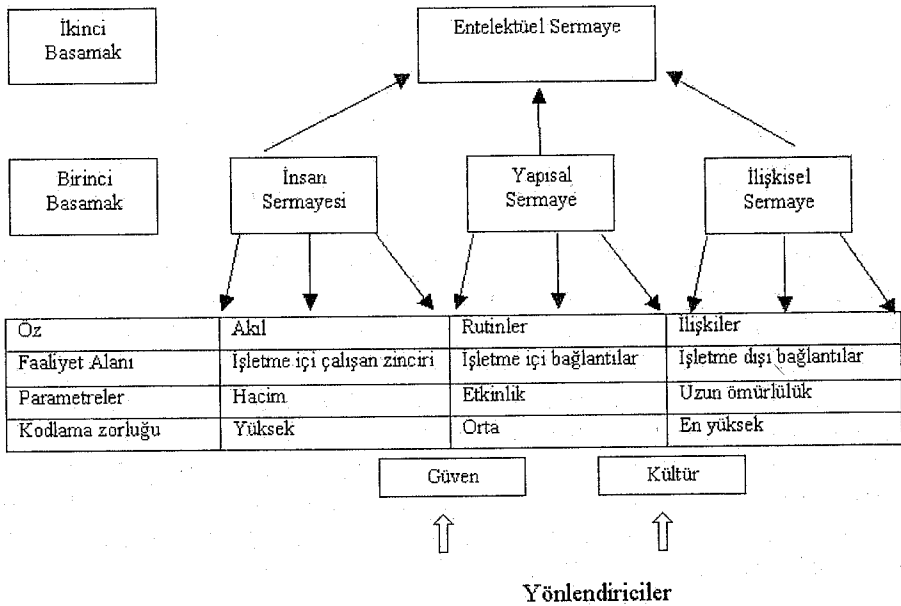
Şekilde entelektüel sermayenin yapısı gösterilmektedir. İnsan sermayesi sahip olduğu gömülenmiş olan örtülü bilgisiyle değer yaratma kaynağıdır. İnsanların, diğer bir deyişle işletme çalışanlarının sahip oldukları bilginin çözümlenmesini sağlayarak ya da diğer bir ifadeyle sisteme enjekte ederek bu örtülü bilgi açık hale getirilir. Bu çözümlenmiş bilgiye artık entelektüel varlık denilmektedir. Entelektüel varlıklar (aktifler) hukuksal çevreye girerek koruma altına alındığında yani mülkiyet kazandığında entelektüel mülkiyet ismini almaktadır. Patentler, telif hakları, ticari markalar, ticari sırlar bunların her biri entelektüel mülkiyete örnek teşkil etmektedir.(Üç, 2005:1)

2. Entelektüel Sermayenin Kavramsal Bileşenleri

Entelektüel sermayenin kavramsal bileşenleri literatürde kimi zaman "entelektüel sermayenin unsurları" olarak da geçmektedir. Yine entelektüel sermayenin bileşenleri üzerinde de kavramsal bir bütünlük sağlandığı söylenemez. Ancak temelde ortaya konulan düşünceler farklı adlarla da olsa birbirine benzer kavramsal bütünlükler olarak karşımıza çık-

maktadır. Entelektüel sermaye kavramının ortaya ilk çıkışından itibaren oluşturulan modellerin birbirlerinden çok da farklı olmadıklarını görebiliriz. Şöyle ki: Dünyada ilk kez entelektüel sermaye raporu yayımlayan İsviçre şirketi Skandia'ya göre entelektüel sermayenin "insan" ve "yapısal" olmak üzere iki bileşenden meydana geldiği belirtilmektedir.(Edvinsson, 1997:366) Rapora göre, yapısal sermaye müşteri ve organizasyonel sermaye olmak üzere iki alt bölüme ayrılırken, organizasyonel sermaye de kendi altında yenilik ve süreç sermayelerine ayrılmaktadır.

Nick Bontis ise entelektüel sermayeyi, insan sermayesi, yapısal sermaye, ilişki sermaye şeklinde üçe ayırmaktadır(Arıkboğa, 2003:76). Bontis entelektüel sermaye konusunda çalışmalar yaparak akademik ünvan elde eden ilk akademisyendir. Bontis'in entelektüel sermayenin kavramsal yapısını çeşitli yönleriyle ele alan bir şekli aşağıda sunulmuştur.(Arıkboğa, 2003:76)



Şekil 2. Entelektüel Sermayenin Kavramsal Bileşenleri ve Yapısı (Arıkboğa,2003; s.76)

Şekilde entelektüel sermayenin unsurları ve bu unsurların oluşumunu sağlayan ana faktörler gösterilmiştir. Akıl hem entelektüel sermayenin hem de entelektüel sermayenin çekirdeği olarak isimlendirilebilir.

ğimiz insan sermayesinin özüdür. Akıl kendine has bir sürecin sonucunda oluşur. Veri bu sürecin temelini oluşturur. Verilerin toplanması ve düzenlenmesi sonucu ortaya enformasyon çıkar. Enformasyonun özetlenerek analiz edilmesi sonucunda bilgi elde edilir. Bilginin sentezlenmesiyle akıl meydana gelmektedir. Akıl özümsemiş bilgidir. Bilginin ortaya çıkışı esnasında nesnellikten, öznelliğe doğru bir akış vardır. Aklın içerisinde büyük ölçüde geçmiş tecrübelerinde olduğu öznelleşmiş kişisel bilgiler mevcuttur. İnsanlar karar alma mekanizmalarını akla dayanarak çalıştırır. İşletme çalışanları bazen yukarıda bahsedilen sürecin tüm evrelerini yavaş yavaş işleterek kararlarını alırlar. Bazen ise özellikle rutin işlerde daha önce özümstedikleri bilgileriyle, karar mekanizmalarını çok hızlı çalıştırır.(Barutçugil, 2002:60)

Şekilde yer verilen güven ve kültür mekanizmanın yönlendiricileridir. Eğer çalışanlar işlerinde sorumluluk alabiliyor ve kendilerine güvenildiğini hissediyorlarsa gömülenmiş bilgilerini açık hale getirmekte zorlanmayacaklardır. Açık ki organizasyon yapısının, yetki devrine ve hiyerarşiden uzak basit bir yapıya sahip olması önemlidir. İşletme çalışanlarının sahip olduğu bilginin açığa çıkarılıp, rutin hale getirilerek, örgütsel diğer bir deyişle yapısal sermaye haline gelmesi organizasyon yapısı ve örgüt kültürüyle yakından ilgilidir. İşletme içi bağlantılar örgüt içinde rutinleşen bilgilerle beraber örgüt kültürü çatısı altında toplanırlar. Kültürün oluşumu yapısal sermayenin kalıcılığının sağlanmasında önemli bir noktadır. Çünkü insan sermayesi geçicidir. Fakat yapısal sermaye daha uzun ömürlüdür. Üçüncü unsur ilişkiler ve dolayısıyla ilişki sermayesidir. Bu noktada ilişki sermayesi kavramının kullanılmasıyla ilgili olarak şunları söyleyebiliriz. Literatüre bakıldığında bir çok yazarın üçüncü unsur olarak müşteri sermayesine kavramına yer verdiği görülmektedir.

Müşteri sermayesi sadece işletme dışı olan ve işletmenin satış yaptığı kişi veya kurumları akla getirmektedir. Oysa ilişki sermayesi, sadece satış yapılan müşterileri değil, firmaların tedarikçilerini de içeren işletme dışı tüm varlıkları içine alan daha genel bir kavramdır. Dolayısıyla günümüzde açık sistemlerin baskın olduğu da düşünülürse, ilişki sermayesi kavramının tercih edilmesi daha doğru olacaktır. Firmalar müşteri ihtiyaçlarının tatmini noktasında sürekli işletme dışı çevrelerle bağlantı halindedirler. Ve özellikle müşterilere gerekli olan çözümün en iyi şekilde üretimi için onların ihtiyaç ve problemlerin eksiksiz tanımlanması ve bilinmesi gereklidir. Zamanla bunlar bilgi haline gelerek yapısal sermayenin içine dahil olacaklardır. Bontis'in sunduğu şekilde ölçmeyle ilgili olan iki satıra yer verildiği görülmektedir. Bunlardan birincisi parametrelerdir. İnsan sermayesinin ölçülmesinde ele almamız gereken parametre ha-

cimdir. Hacim sayıca çok olan insan veya bilgiyi değil, sisteme gerek akılı gerekse bilgisiyle katma değer yaratan insan sayısı düşünülmelidir. Yapısal sermayenin ölçülmesinde etkinlik kriteri olarak alınmaktadır. İlişkisel sermayede ise uzun ömürlü ilişkiler ölçü olarak alınmaktadır. Ölçmenin doğru veya doğruya en yakın sonuçları vermesi için ölçülecek parametrelerin açık ve somut olmasının gerekliliği ortadadır. Şekle bakıldığında kodlama zorluğunun en fazla insan sermayesinde an az ise ilişki sermayesinde olduğu görülmektedir. Bunu nedeni ise temelinde akıl, bilgi ve yetkinlik yatan insan sermayesinin en soyut entelektüel sermaye unsuru olması ve ilişki sermayesinin ise müşteri ziyaretleri sayısı, kaybedilen müşteri sayısı gibi somut parametrelere dayanmasıdır.(Şamiloğlu, 2002:184)

Son olarak şeklin bütünü dikkate alınarak şunlar söylenebilir. Bütün unsurlar, insan sermayesinin özü olan akıl, yapısal sermayenin özü olan rutinler ve ilişkisel sermayenin özü olan ilişkilerle bağlantı halindedir. Ve bu üç unsurda bir araya gelerek aralarında oluşan sinerjiyle entelektüel sermaye kavramını oluşturmaktadırlar. Eğer bu unsurlar arasındaki ilişkilerde tam bir iletkenlik yoksa sağlıklı bir entelektüel sermaye çıktısı elde edilemez.(Arikboğa, 2003:75) Entelektüel sermaye analizi işletmelerin stratejik yönetimi açısından da önem arz etmektedir.

2.1.İnsan Sermayesi

İnsan sermayesi, işletme bünyesinde bulunan insanların bilgi, beceri, yetenek, tecrübe, sezgi ve tutumları gibi beşeri unsurların toplamını ifade eder. Modern ve geniş bir anlamda insan sermayesini şöyle tanımlayabiliriz. İnsan sermayesi, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayacak çözümler üretebilme kabiliyeti, çalışanların yetenekleri ve fikir yapılarıdır. İnsan sermayesi yeniliklerin kaynağıdır.

Stewart, insan sermayesini, bütün merdivenlerin başladığı yer, buluşçuluğun kaynağı ve kavrayışın pınarı olarak kabul etmekte, Edvinson ise, entelektüel sermayeyi bir ağaca benzeterek insanları bunun yetişmesini sağlayan bitki özüleri olarak betimlemektedir.(Stewart ,1994:94)

Ancak insan sermayesi, zannedilenin aksine işletmelerin mülkiyetine sahip olabileceği bir unsur değildir. İşletmeler insan sermayesine sahip olamazlar; sadece kişilerin sahip olduğu bilgi ve becerilerden yararlanabilirler, diğer bir ifade ile onu kiralayabilirler.. İşletmelerin kişilerin sahip oldukları bilgi, yetenek ve becerilerden yararlanabilmesi ve bunu işletme varlıklarına dahil edebilmeleri için insan sermayesinin yapısal (örgütsel) sermayeye dönüştürülmesi gerekir. Başka bir ifade ile bireye

ait bilgi, örgütsel değer yaratmak için kullanıldığında ve paylaşıldığında katma değer yaratan bir unsur olarak entelektüel sermayenin bir parçası olur ve bireylere ait bilginin işletme varlıklarına dönüştürülmüş şekli olan entelektüel varlıklar veya bilgi varlıkları olarak adlandırılır. Aksi takdirde kişinin sahip olduğu bilgi kişinin kendisine yarar sağlayacaktır. (Lynn, 1998:45)

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında işletmelerin temel hedefi insan sermayesini verimli bir şekilde kullanmaktır. İşletmelerin içinde bulunduğu kızgın rekabet ortamı onların sahip oldukları insan sermayesini verimsiz kullanma lüksünü ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle işletmeler, bünyelerinde bulunan insanların tümünü işin içine katmakta ve onların sahip oldukları fikirlerden maksimum düzeyde yararlanma yoluna gitmektedirler. Bünyesinde bulunan insanların sahip oldukları bilgilerden en iyi biçimde yararlanmada işletmenin kollektif yeteneği olarak da belirtilen insan sermayesinin bileşenlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Teknik bilgi (know –how),
- Eğitim,
- Mesleki yeterlilik,
- Bilgi üretimine yönelik çalışmalar,
- Yetenek/beceri oluşturmaya yönelik çalışmalar,
- Girişimcilik coşkusu, mucitlik, kabullenici ve reddedici yetenekler, değişimcilik.

Dolayısıyla bir işletmede çalışan insanlar, zamanlarını ve yeteneklerini büyük ölçüde yenilik getirici faaliyetlere yönelttiğinde, insan sermayesi yaratılmış ve kullanılmış olur. Ancak; insan sermayesinin her an elden gidebileceğini düşünerek, insan sermayesinde bulunan örtülü bilginin açık bilgiye dönüştürülmesini desteklemek suretiyle, bilgiyi insan sermayesinin tekeliinden kurtararak işletmenin yapısal sermayesinin bir unsuru haline getirmek gerekir. Böylece insan sermayesi işletmeden ayrılrsa da bilgi işletmede kalır. Zira insanlar kiralanabilir, ama insanlara sahip olunamaz. Günümüzde çalışanlar gittikçe artan oranda, en önde gelen ve en derin bağlılığı işverenlerinden çok mesleklerine ve pratik topluluklarına gösterme eğilimindedirler. Bu yüzden sahip olunan insan sermayesini kaybetmemek için, bir tür süreklilik ve bir tür aidiyet duygusuyla insanları şirkete bağlı kılmak gerekmektedir.

2.2. Yapısal Sermaye

Yapısal sermaye literatürde bazen organizasyonel veya örgütsel sermaye olarak da geçmektedir. Yapısal sermaye, temel olarak, işletmenin çalışma ya da işlerlik sistemi olarak da adlandırılabilir. Yani yapısal sermaye, organizasyonlardaki insan unsuru dışındaki bütün bilgiye dayalı varlıkları kapsamaktadır. Veri tabanları, organizasyonel planlar, iş ile ilgili kılavuzlar, el broşürleri, stratejiler, operasyonel planlar ve diğer organizasyon için materyal değerinden daha yüksek soyut değere sahip yapısal varlıklardır. Yapısal sermayenin en akılda kalıcı ve reel tanımlarından birisi; yapısal sermaye, çalışanların akşam eve gittiğinde organizasyon içinde geride bıraktıklarıdır. Yapısal sermaye, işletmelerin gelecek için yenilenme ve gelişim değerini sağlamak için, içsel ve dışsal çalışmaların yanında organizasyon içerisindeki süreçlerden ve örgütsel değerlerden ortaya çıkar.

Peter Drucker'e göre; Bilgi işçilerinin verimli olmak için gerek duyduğu temel sürekliliği ancak kuruluş sağlayabilir. Bilgi işçisinin uzmanlık bilgilerini ancak kuruluş performansına çevirebilir. (Stewart, 1994:161-162)

Yapısal sermayenin özenli yönetimi, uzmanlığı ortaya sermenin ve derinleşmenin yanı sıra üretkenliği de artırabilir. Çabuk bilgi paylaşımı, kolektif bilgi gelişimi, kısalmış geçmiş süreleri, daha üretken insanlar; bütün bunlar yapısal sermayeyi yönetmenin gerekçelerini oluşturur. Yapısal sermayesi hizmet etmesi gereken başlıca iki amaç şudur; birincisi aktarılabilir bilgi bütünlerini düzen altına almak, tersi durumda kaybolabilecek tarifleri korumaktır. Yapısal sermayenin ikinci amacı, insanların tam zamanında devreye girecekleri biçimde verilere, uzmanlara ve uzmanlığa bilgi bütünleri dahil ulaşmasını sağlamaktır. (Stewart, 1994:190)

İşletmeden işletmeye farklılık arz etmekle birlikte örgüt içerisinde yapısal sermayeyi oluşturan unsurları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Patentler,
- Telif hakları,
- Dizayn hakları,
- Ticari sırlar,
- Ticari amblemeler,
- Hizmetle ilgili amblemeler.
- Yönetim felsefesi,
- Örgüt kültürü,
- Yönetim süreçleri,
- Bilgi sistemleri,
- Ağ sistemleri,
- Finansal ilişkiler.

Yapısal sermaye için, yöneticilerin yapması gereken, bilgiyi şirketin içine alıp tutmak ve böylece şirket malı haline gelmesini sağlamaktır. Zira; yapısal sermaye bir bütün olarak kuruluşun kendisine aittir. Yeni-

den üretilebilir ve paylaşılabilir. Girişimci veya buluş sahibi olan mucit ise saf insan sermayesidir. Mesela; Thomas Edison daha sonra General Electric'e dönüşen şirketi kurmakla kendi insan sermayesini yapısal sermayeye dönüştürmüştür. Bireysel kabiliyet, buluş veya başarılar kurumsal çatı altına girmelidir. Kuruma kazandırılan her yeni bilgi yapısal sermayeye yapılan katkının yanı sıra kurumun entelektüel sermaye zenginliğini de arttırmaktadır.

2.3. İlişkisel (Müşteri) Sermaye

İlişkisel sermaye organizasyonun müşteri, çalışan ve toplumun geri kalan kesimiyle ilişkisinin değerini ortaya koyan kavramdır. Söz konusu kişilerin organizasyona bağımlılıklarını ifade eder. (Çıkarım: 2002:22) Dolayısıyla, ilişkisel sermaye dışsal bir unsurdur. İnsan sermayesinde olduğu gibi mülkiyeti hiçbir zaman tam olarak organizasyonun kendisine geçmemektedir. İlişkisel sermaye işletmenin dışsal getirileriyle çevrelenmiştir. İşletmenin sahip olduğu markaların kamuoyu önündeki imajı, stratejik iş birlikleri, müşteri ilişkileri gibi şeylerin yanı sıra dağıtım kanalları da ilişkisel sermayenin önemli unsurları arsındadır. Zira, Coca-Cola ismi, satışa çıkarıldığında dünya çapındaki dağıtım ağlarıyla, sadece jenerik bir markanın bedelinden çok daha fazlasını edecektir.

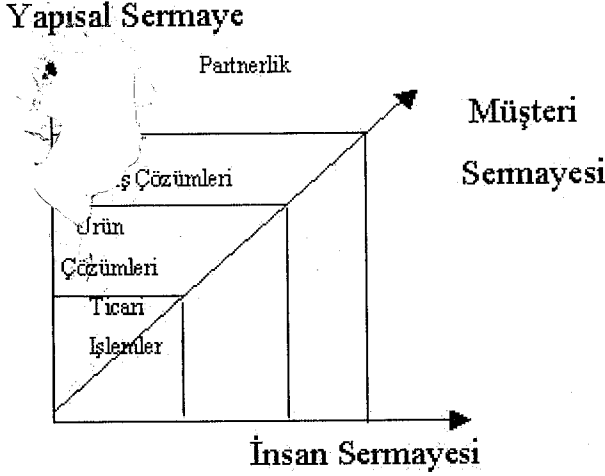
Günümüzde işletmelerin temel amacı olan kârı elde edebilmelerinin gerekli araçlarından birisi müşteri memnuniyetini sağlamaktır. Tarihi süreç içerisinde bir zamanların üreticinin egemenliğine dayanan geleneksel pazarlama anlayışında "ne üretirsem alırlar!" felsefesi yerini müşteri memnuniyeti ve toplumun uzun vadeli çıkarlarını gözetmeye dayalı "neyi, nasıl üretir ve ne şekilde sunarsam alırlar?" anlayışına bırakmıştır. Doğal olarak bu anlayış, aniden oluşmayıp toplumsal ve ekonomik gelişmeyle paralel bir seyir izlemiştir.

Dolayısıyla, ilişkisel sermayenin temelinde müşteri ilişkilerinin yer aldığı açık bir gerçektir. İşletmelerin müşterileriyle olan ilişkileri değişik şekillerde ortaya çıkabilir. Şekil 3'te görüldüğü gibi bunlar en sığ olan şekli ticari işlemlerden başlayarak en yoğun olduğu partnerliğe kadar uzanmaktadır.

- **Ticari İşlemler:** Ürün veya hizmetin satışını ifade etmektedir.
- **Ürün Çözümleri:** Müşterinin belirlenmiş bir ihtiyacını karşılamak için ürün yada hizmetin seçilmesi veya sunulmasıdır.
- **İş Çözümleri:** Müşteri için değer yaratıcı fonksiyonelliğin gerektirdiği hizmet çeşitleri ve kazanımların şekillendirilip sıralanmasıdır.

- **Partnerlik:** Müşteri ile karşılıklı anlayış ve güven olmadan mümkün olmayacak iş fırsatlarında birlikte çalışmaktadır.

Yukarıda sayılan bu ilişki seviyeleri, diğer entelektüel sermaye unsurları da dahil edilerek aşağıda diyagram yardımıyla gösterilmiştir.



Şekil 3. Müşteri İle Kurulan İlişkilerin Diğer Entelektüel Sermaye Unsurlarıyla Beraber Etkileşim Boyutları (Arıkboğa, a.g.e, s.103).

Şekil incelendiğinde, müşteri ilişkilerinin temelde sadece basit bir alım satım faaliyeti olan ticari işlemlerden başlayarak partnerliğe kadar sürdürülebildiği görülmektedir. Ancak bu süreçte diğer entelektüel sermaye unsurları olan insan ve yapısal sermayenin de rolü olmaktadır. Müşteri sermayesinin maksimizasyonu ancak diğer iki unsurunda tam katılımlarıyla gerçekleşebilmektedir. (Arıkboğa, 2003:104)

3. SONUÇ

Çeşitli dönemlerde farklı kavramlarla ifade edilse de entelektüel sermaye dünya üzerinde ilk satıcı ile ilk alıcının ortaya çıkmasıyla birlikte var olduğu bilinmektedir. Küreselleşmenin ortaya çıkardığı inanılmaz fırsat ve riskler sonuçta daha önceden bilinen, fakat yeterince önemsenmeyen ya da fark edilmeyen bazı değerlerin etkinleştirilmesini sağlamıştır. Günümüzde bir şirketi değerlendirirken sadece fiziksel ve finansal sermayelerini dikkate alan yöneticiler, yatırımcılar ya da konuyla ilgili herhangi biri Titanic'teki bir yolcu olmaktan ileriye gidemeyecektir. Çün-

kü buz dağına sadece görünür kısmıyla değerlendirmekte ve asıl gücü oluşturan ve görünmez varlıkları temsil eden entelektüel sermayeyi gözardı etmektedir. Dolayısıyla örgütler maddi olmayan varlıklarına bu çerçevede hayati önem vermeye başlamışlardır.

Bir bakıma 'hardware' bir yaklaşımdan 'software' bir yaklaşıma geçerek, "entelektüel" olanın fiziksel olana hükmedeceği anlayışı organizasyonları etkisi altına almıştır.

Bu nedenle; işletmelerde faaliyet süreçleri boyunca üretilen, temelini bilgi ve deneyimin oluşturduğu işletmenin rakipleriyle farkını ortaya koyan ve bazen işletmeyi diğer işletmelerden bir adım önde kılan, entelektüel sermaye olarak nitelendirilen soyut varlıklar 20.yüzyıl işletmeciliğinin dikkat çeken yönünü oluşturmaktadır. Günümüzde işletmeler maddi varlıklardan ziyade bilgiye, bilgi sistemlerine, bilgi teknolojilerine yönelik yatırımlara yönelmektedirler.

Tüm bunların sonucunda artık işletmeler entelektüel sermayenin önemini anlamışlar ve onu en etkili şekilde yönetebilme çabalarına girmişlerdir. Entelektüel sermayenin sağlayacağı avantajlar fark edilmekte, işletmeler bu avantajlardan yararlanmak istemektedirler.

Entelektüel sermaye unsurlarından saydığımız insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesi birbirinden ayrılmaz kavramlardır. Üç unsur da birbirinden etkilenmektedir. Ayrıca insan sermayesi ile yapısal sermaye birlikte müşteri sermayesini artırmayı amaçlamaktadır.

Sonuç olarak, bilginin üretimde ve katma değer yaratma konusunda her geçen gün artan öneminin organizasyonlarca ve yöneticilerce anlaşılması, entelektüel sermaye ve yönetimi kavramlarının irdelenmesini ve hayata geçirilmesini beraberinde getirmektedir. Entelektüel sermayesinin farkında olan, mevcut entelektüel sermaye birikimini geliştirmek için işgörenlerine ve sistemlerine yatırım yaparak katma değer yaratan organizasyonlar yeni ekonomide her geçen gün artan rekabette öne çıkacaklardır.

KAYNAKÇA

Akdemir.A.; "Entelektüel Sermaye Konseptinin İşletmecilik Anlayışındaki Dönüşümleri", **Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**,1998, Sayı:3

Anıkboğa Ş.F; **Entelektüel Sermaye**,Derin Yayınları,İstanbul 2003

Barutçugil, İsmet; **Bilgi Yönetimi**, Kariyer Yayıncılık, İstanbul. 2002

Bassi, L., ve M. van Buren, "Valuing investments in intellectual capital", **International Journal of technology Management**, Vol. 18, no. 5/6/7/8, , 1999

Bontis, N., ve C.W. Choo (Ed.), **The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge**, Oxford University Press, New York, 2001.

Brooking, Annie; **Intellectual Capital**, International Thomson Business Pres, 1996

Çıkrıkçı, Mustafa; Abdulkerim Daştan, "Entelektüel Sermayenin Temel Finansal Tablolar Aracılığıyla Sunulması", **Bankacılar Dergisi**, sayı:43, 2002

Drucker, Peter; **Gelecek İçin Yönetim** (Çev: Fikret Üçcan), Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara:1995

Edvinsson, Leif; "Developing Intellectual Capital at Skandia", **Long Range Planning**, Cilt:30, Sayı: 3, 1997,

Edvinsson, L., ve M. Malone, **Intellectual Capital : Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower**, Harper Business, New York, 1997

Edvinsson, Leif, "Some Perspectives On Intangibles And Intellectual Capital 2000", **Journal Of Intellectual Capital** Vol.1 2000 No.1

Ertuğrul, Murat; **Bilgi çağında işletmelerin yeni kaynağı: Entelektüel**
http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=293
(11.12.2005)

IC, **Intellectual Capital World Congress**, Adresse web:
<http://worldcongress.mcmaster.ca/>

JIC, **Journal of Intellectual Capital**, MCB University Press, ISSN 1469-1930, 2001

Lynn, B.; "Intellectual Capital", **The Management Accounting Magazine**, Vol;72, Number 1, Feb 1998

Önce, Saime; **Muhasebe Bakış Açısı ile Entelektüel Sermaye**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999

Stewart, T.A., "Your Company's Most Valuable Asset: Intellectual Capital", **Fortune**, Vol. 130, no.7, 1994. ,

Stewart, T.A ; "Brainpower", **Fortune**, june 1991.

Stewart,T.A; **Entelektüel Sermaye** (Çev. N.Elhüseyni) ,MESS Yay.,İst.,1997,

Şamiloğlu, Famil; **Entelektüel Sermaye**, Gazi Ktb, Ankara-2002

Toffler, Alvin; **Üçüncü Dalga** (çev: A. Seden), Altın Kitaplar Yay., İstanbul-1981,

Üç, Mustafa; **Entelektüel Sermaye Ve Unsurları**
http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=581 (11.12.2005)

