

Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Belirleyicileri: Yöneticilerin Bakış Açısına Dayanan Bir Değerlendirme

Determinants of Intellectual Capital in Five Star Hotels: A Review Based on Managers' Perspective

Yunus Emre TAŞGİT*, **İstemi ÇÖMLEKÇİ****, **M. Akif ÖNCÜ*****

*Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Konuralp Yerleşkesi, 81620, Düzce.
E-posta: yunusemretasgit@duzce.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Konuralp Yerleşkesi, 81620, Düzce.
E-posta: istemicomlekc@duzce.edu.tr

***Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Konuralp Yerleşkesi, 81620, Düzce.
E-posta: mehmetakifoncu@duzce.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 15 Nisan 2014

Birinci değerlendirme: 22 Haziran 2014

Kabul: 25 Temmuz 2014

Anahtar sözcükler:

Entelektüel sermaye, Otel işletmeleri,
Konaklama endüstrisi, Türkiye.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 15 April 2014

Resubmitted: 22 June 2014

Accepted: 25 July 2014

Key words:

Intellectual capital, Hotel manage-
ment, Lodging industry, Turkey.

ÖZ

Araştırmanın konusunu, alanyazında işletmelerin başarısını etkileyen en önemli unsurlardan biri olarak tartışılan entelektüel sermaye kavramı oluşturmaktadır. Soyut ve ölçülmesinin zor olduğu için turizm alanında yeterli ilgiyi görmeyen bu kavramın öneminden dolayı göz ardı edilmesi mümkün değildir. Alanyazındaki bu boşluğu doldurmak için yürütülen bu çalışmanın amacı, otel yöneticilerinin entelektüel sermaye kavramını nasıl algıladıklarını araştırmak ve bu algılara dayanarak otel işletmelerinde entelektüel sermayenin temel belirleyicilerini tespit etmektir. Bu kapsamda Türkiye'deki beş yıldızlı otel işletmeleri araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler anket tekniği ile toplanmış, analiz için SPSS 18.0 ve LISREL 8.7 programlarından yararlanılmış ve tanımlayıcı istatistikler ve faktör analizleri (keşifsel ve doğrulayıcı) aracılığıyla sonuçlar elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre otel işletmelerinde entelektüel sermaye dört boyutlu bir kavram olarak algılanmaktadır. Bu boyutlar içinde otel işletmelerinin entelektüel sermaye yapısının en önemli belirleyicisi, insan sermayesini oluşturan "çalışan özellikleri" dir. Bu boyutu sırasıyla; yapısal sermayeyi temsil eden "organizasyonel yapı", ilişki sermayesini temsil eden "müşterilerle ilişkiler" ve "paydaş ilişkileri" boyutları takip etmektedir.

ABSTRACT

The aim of the study is to explore how intellectual capital is understood by hotel managers and to determine the main dimensions of intellectual capital in hotels based on these perceptions. In this context, five star hotels in Turkey have been chosen as the research population and the hotel managers as research subject. Qualitative research method was used in the study and the survey data were collected by using questionnaire forms. The data were analyzed in SPSS 18 and LISREL 8.7, using descriptive statistic and factor analyzes. According to the result of research, intellectual capital in the hotel businesses is perceived as a four-dimensional concept. The most important agent of this four-dimensional concept is "personnel features" that constitute human capital of the hotels. It is respectively followed by "organizational structure characteristics" that is structural capital. The rest of the two elements are "customer relationship" and "stakeholder relationship" representing the relationship capital.

GİRİŞ

Yaşanan küreselleşme süreci ile birlikte bireysel ve kitlesel anlamda ortaya çıkan büyük değişimler, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, rekabet avantajı sağlamak için yeni yönetim yaklaşımlarını ve çalışma biçimlerini gündeme getirmektedir. Entelektüel sermaye yaklaşımı da bu bağlamda ileri sürülen yeni yaklaşımlardan biridir (Kanbir 2004: 77).

İşletmeler sahip oldukları maddi varlıkların değerini, gelişimini ve izlemiş olduğu seyrini çeşitli yöntemlerle kolaylıkla ölçebilmektedirler. Fakat

entelektüel sermaye gibi maddi olmayan varlıkların ölçümü bu kadar kolay olmamaktadır. Bu özellikteki olguların soyut varlıklar olması, sektörden sektöre, işletmeden işletmeye, sunulan ürün veya hizmetin türüne göre farklılıklar arz etmesi, bu tür varlıkların ölçümünü ve değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Otel işletmelerinin sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerin özellikleri göz önüne alındığında bu durum daha karmaşık ve zor bir hal alsa da entelektüel sermayenin öneminden dolayı göz ardı edilmesi mümkün değildir.

Entelektüel sermaye konusuna ilişkin turizm alanına yönelik uluslararası alanyazının gelişim düze-

yi iyi olarak kabul edilebilirken ulusal alanyazının aynı düzeyde olduğunu söylemek çok kolay değildir. Genelde mevcut ulusal turizm alanyazını, özelden ise otel işletmeleri alanyazını incelendiğinde kavramın yeterli ilgiyi görmemiş olması bu bilgiyi doğrulamaktadır. Otel işletmeciliği alanyazınında gerek entelektüel sermayenin ölçülebilmesi için ölçek geliştirme gerekse ilişkili olduğu diğer örgütsel kavramlarla nedensel ilişkilerini inceleme yönlü önemli boşluklar vardır. Bu doğrultuda yürütülen çalışma ile birinci alana yönelik alanyazındaki bu boşluğu doldurmak için otel yöneticilerinin entelektüel sermaye kavramını nasıl algıladıklarını araştırmak ve bu algılara dayanarak otel işletmelerinde entelektüel sermayenin temel belirleyicilerini tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu amaçla mevcut alanyazın kapsamlı bir şekilde incelendikten sonra, entelektüel sermaye kavramı ve bileşenleri ile ilgili bir özellikler havuzu oluşturulmuş ve bu özellikler, otel işletmelerinin yapısal özellikleri ile uyumlu hale getirilerek anket formu geliştirilmiştir.

Araştırma sorunsalının çözümünü için kuramsal çerçevede kapsamında öncelikle entelektüel sermaye kavramı tanımlanmış, entelektüel sermayenin sınıflandırılması, bileşenleri ve ölçülmesi ile ilgili alanyazında yer alan temel bilgiler aktarılmıştır. Daha sonra otel işletmelerine yönelik yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Sonraki aşamada araştırma yöntemi (evren-örneklem, anket hazırlama-veri toplama) ve elde edilen bulgular paylaşılmıştır. En sonunda ise sonuç ve değerlendirme kısımları ele alınmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Günümüzde bilgiyi elde etmek ve yönetmek firmaların, hatta ulusların, rekabetteki başarısının en önemli unsuru olarak tartışılmaktadır. Çünkü geliştirdiğiniz veya elde ettiğiniz gelecekte gerçekleşme ihtimali yüksek yeni bir bilgi, yarının temel bilgisi haline gelmekte ve rekabet avantajının kaynağını oluşturmaktadır. Diğer taraftan organizasyonların sahip olduğu tek soyut kaynak ve varlık bilgi değildir. Aynı zamanda, daha kapsamlı olarak soyut varlıkları içerisine alan, işletmenin finansal raporlarında kayıtlı görünmeyen "Entelektüel Sermaye" kavramı vardır (Martinez-Torres 2006: 617)

Entelektüel Sermaye Kavramı

Mevcut alanyazın incelendiğinde, entelektüel sermaye ile ilgili genel kabul görmüş, üzerinde fikir

birliği bulunan bir tanım olmadığı görülmektedir. Birçok yazar kavrama kendi disiplinleri açısından bakmışlardır. Örneğin, pazarlamacılar müşteri sermayesi açısından; muhasebeciler ve finansçılar, finansal tablolarında görünmeyen soyut varlık değeri açısından (Brooking 1997); yöneticiler daha çok insan sermayesi ve yapısal sermaye açısından kavramı açıklamaya çalışmışlardır. Bununla birlikte konuyla ilgili yazarlar tarafından yapılan tanımlarda üç ortak noktanın olduğu dikkati çekmektedir: (I) Soyutluk, (II) Değer oluşturan bilgi ve (III) Kolektif uygulama etkisi (Cabrita ve Vaz 2006).

Edvinson ve Malone'ye (1997) göre entelektüel sermaye, sahip olunan bilgi, uygulanan deneyim, organizasyonel teknoloji, müşteri ilişkileri ve işletmeye piyasada (pazarda) rekabet avantajı kazandıran profesyonel yeteneklerdir. Stewart (1991) ise kavramı, "işletmeye piyasada rekabet avantajı sağlayan, işletme çalışanlarının bildikleri şeylerin toplamı" şeklinde ifade etmektedir. Stewart (1997) başka bir tanımlamasında kavramı, "zenginlik elde etmek için kullanıma sokulabilen bilgi, enformasyon, entelektüel mülkiyet ve deneyim gibi entelektüel malzeme" olarak değerlendirmektedir. Bontis vd. (2000) ise entelektüel sermayeyi, işletmenin sahip olduğu soyut kaynaklar ve bu kaynakların işletmeye kazandırdığı avantaj ve özelliklerin toplamı olarak tanımlamaktadır. Bukh vd. (2001) entelektüel sermayeyi, bilgi yönetimi aktiviteleri şeklinde ifade etmektedirler. Edvinson (1997) ise kavramı, bilançoda görünmeyen varlıkları kapsayan, kişiler, fikirler ve bilgi arasındaki ilişkileri ortaya koyan, tek bir şey ya da hedef değil de ilişkilere yönelik bir olgu olarak değerlendirmektedir. Entelektüel sermaye, sürdürülebilir rekabet avantajı için bir kaynak olarak kullanılabilen maddi olmayan varlıklar ve değere dönüştürülebilir bilgi ile ilgilidir (Edvinsson ve Sullivan 1996) ve işletmelerin uzun vadeli hedeflerini gerçekleştirmesinde önemli rol oynayan stratejik varlıklar olarak değerlendirilebilir (Yereli ve Gerşil 2005). Bununla birlikte entelektüel sermayenin rekabetçi avantaj sağlaması ise firmanın sahip olduğu bilgiyi elde etme, yapılandırma, paylaşma ve kullanmasında ne kadar etkin olduğuna bağlıdır (Cabrita ve Vaz 2006).

Entelektüel Sermayenin Sınıflandırılması

Konuya ilişkin alanyazın incelendiğinde entelektüel sermaye ile ilgili çeşitli sınıflamaların yapıldığı görülmektedir. Edvinsson (1997) entelektüel ser-

mayeyi, öncelikle insan sermayesi ve yapısal sermaye olmak üzere iki temel boyutta incelemekte daha sonra yapısal sermayeyi; organizasyonel sermaye ve müşteri sermayesi adı altında iki bileşene ayırmaktadır. Johannessen vd. (2005) entelektüel sermayeyi temelde iki, toplamda dört bileşene ayırmaktadırlar. "Çevre ve Sistem": Çevre bileşeni daha çok işletme dışı ilişkileri kapsayan network sermayesi ve sistemik sermayeden, sistem bileşeni ise işletme içi özellikleri yansıtan, insan sermayesi ve yapısal sermayeden oluşmaktadır. Alanyazında kapsam ve içerik itibari ile birbiri ile örtüşen bu sınıflamalarda en fazla kabul gören ve entelektüel sermayenin ölçümünde kullanılan, alandaki otoritelerin kabul ettiği sınıflandırma; İnsan Sermayesi, Yapısal Sermaye ve Müşteri veya İlişki Sermayesi olmak üzere üç bileşenden oluşan sınıflandırmadır (Saint-Onge 1996; Edvinsson ve Malone 1997; Roos ve Roos 1997; Stewart 1997).

Entelektüel Sermayenin Bileşenleri

İnsan sermayesi bireyin sahip olduğu genetik kalıtı, eğitim, deneyim, hayata ve işe karşı tutumu gibi dört özelliğin bileşeni şeklinde tanımlanmaktadır (Bontis ve Fitz-enz 2002). Rudez ve Mihalic'e (2007) göre çalışanlar, yetenekleri, tutum ve davranışları aracılığıyla işletme için sermaye oluştururlar. Bu kapsamda; çalışanların eğitimi, işe karşı tutumları, değişimlere açıklıkları ve yenilikçi olmaları insan sermayesinin sahip olması gereken özellikler olarak düşünülebilir.

Yapısal sermaye ise Bontis'e (1996) göre organizasyonel yapılar ve yapılan işler (routines), yönetim felsefesi, kurum kültürü, iş süreçleri ve bilgi teknolojisi kullanımı gibi kritik başarı faktörlerini içermektedir. Müşteri veya ilişki sermayesi ise müşteri temelli düşünüldüğünde, her firmanın sahip olduğu fiili müşteri kitlesidir ve müşteri memnuniyeti ve bağlılığı (sadakati), imaj, marka ve doğrudan dağıtım kanalları gibi kavramları içermektedir. İlişki temelli düşünüldüğünde ise işletmenin ilişkide bulunduğu tüm çevreleri kapsamaktadır. İş ortakları, hükümet, yerel yönetimler, rakipler, kredi sağlayıcılar, özel ilgi grupları, medya gibi grupları içermektedir (Rudez ve Mihalic 2007: 190).

Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermaye ile İlgili Alanyazın

Araştırma konusu ile ilgili ulusal ve uluslararası alanyazına yönelik yapılan taramalar sonucunda

bir takım çalışmalara ulaşılmıştır. Ulaşılan çalışmaların içerik ve sonuçları yürütülen araştırmanın önemini ve özgünlüğünü ortaya koyma adına oldukça önemli olmuştur.

Uluslararası alanyazında yer alan araştırmalarla ilgili olarak, örneğin Engström vd. (2003) tarafından otelcilik sektörüne yönelik Radisson SAS otelleri (13 adet) ve Resorts otel zincirleri üzerinde yürütülen bir örnek olay çalışmasında entelektüel sermaye ve işletme performansı arasındaki potansiyel ilişkiler incelenmiş ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Canina vd. (2006) tarafından Amerika'daki 563 otel üzerinde yürütülen bir diğer araştırmada entelektüel sermayenin işletmelerin operasyonel performansı ile önemli düzeyde ilişkili olduğu, özellikle kârlılık üzerinde diğer faktörlerden daha büyük bir etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Rudez ve Mihalic (2007) tarafından Slovenya otelleri üzerinde yapılan bir araştırmada ise entelektüel sermaye dört boyutlu bir yapı olarak ele alınmış (insan sermayesi, yapısal sermaye, son kullanıcılar ile ilişkiler ve son kullanıcı olmayan müşterilerle ilişkiler) ve finansal performans üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre entelektüel sermayenin bir bütün olarak finansal performans üzerinde anlamlı bir etkisinin olmasına rağmen, yalnızca son kullanıcılar ile ilişkiler boyutunun finansal performans üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Abeysekera (2006) tarafından özel sahipli kamu zincir otelleri üzerinde yürütülen araştırmada ise insan sermayesinin, işletme değerini maksimize etmek için kullanılacak önemli bir araç olduğu belirlenmiştir.

Ulusal alanyazında yer alan araştırmalarla ilgili olarak ise örneğin, Kurgun ve Akdağ (2013) tarafından Akdeniz bölgesinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin yöneticileri üzerinde entelektüel sermaye ve örgüt performansı ilişkisini belirlemeye yönelik bir araştırmada müşteri sermayesi ve yapısal sermaye ile örgüt performansı arasında pozitif bir ilişki tespit edilirken, insan sermayesi ile örgüt performansı arasında ise negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Paksoy ve Öztürk (2006) tarafından GAP (Güneydoğu Anadolu Projesi) kapsamında kalan illerde yapılan bir araştırmada ise otel işletmelerinde entelektüel sermayenin unsurlarını oluşturan insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesinin oluşumunun henüz yeterli düzeyde gerçekleşmediği belirtilmek-

tedir. İpçioğlu ve Şahin (2012) tarafından konaklama işletmelerinin sahip oldukları örgüt kültürü ile entelektüel sermayeleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla 260 adet dört ve beş yıldızlı otel işletmesi üzerinde yürütülen çalışmada örgüt kültürü ve entelektüel sermaye arasında güçlü bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Ertaş ve Coşkun (2005) tarafından turizm işletmelerinde entelektüel sermayenin ölçülmesi ile ilgili olarak İMKB'deki turizm şirketlerinde yapılan nicel bir çalışmada, İMKB'de işlem gören turizm işletmelerinde yapısal sermayeye diğer entelektüel sermaye unsurlarına göre daha fazla önem verildiği ve performanslarını etkileyen asıl unsurun yapısal sermaye olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalhan vd. (2013) tarafından müşteri sermayesinin otel işletmelerinin performansı üzerindeki etkisine yönelik ikincil veriler üzerinden yapılan bir diğer çalışmada, işletme bakış açısıyla bu iki kavram arasında güçlü bir ilişki olduğu belirtilmektedir.

YÖNTEM

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış, Veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. Nicel araştırma yönteminin tercih edilmesinin en önemli nedeni daha objektif kriter ve değerlendirmelerle, araştırma sonuçlarının geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamaktır.

Araştırma Evreni, Birim ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye genelinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Evreni belirlemek için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmi web sayfası kullanılmıştır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2012 (31.09.2012 tarihi itibarıyla güncel) yılı verilerine göre Türkiye'de faaliyet gösteren 416 adet 5 yıldızlı otel vardır. Otel işletmelerinin her birini temsil eden bir üst düzey yönetici, araştırma birimi olarak kabul edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini beş yıldızlı otel işletmelerinde yöneticilik yapan 416 üst düzey yönetici oluşturmuştur.

Araştırmada evrenin tümüne ulaşmanın zorluğu, zaman sınırlaması ve maliyet yüksekliği gibi faktörler dikkate alınarak, evreni temsil edebilecek örneklem belirlenmiştir. Birçok örneklem yöntemi arasından araştırma evreninin özelliklerine daha uygun olduğu düşünülen kümeleme, kotalı ve te-

sadüfi örneklem yöntemleri tercih edilmiştir. Bu örneklem yöntemlerinin uygun olmasının nedeni evreni oluşturan otel işletmelerinin coğrafik açıdan farklı yerleşim bölgelerine ve statü itibarı ile farklı yıldız kategorilerine sahip olmalarıdır. Araştırma evrenini oluşturan otel işletmeleri coğrafik açıdan farklı yerleşim bölgelerine ve yıldız kategorilerine sahip oldukları için kümeleme örneklem yöntemi, bölge ve yıldız kategorileri evrende sayısal olarak farklı dağılımlara sahip oldukları için kotalı örneklem yöntemi ve oluşturulan küme ve kotalara giren her bir otel işletmesine eşit seçilme fırsatı tanımak için tesadüfi örneklem yöntemleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda ilk aşamada Türkiye'nin yedi coğrafik bölgesinin ve otel kategorilerinin (üç-dört-beş yıldız) her biri örneklem kümesi olarak belirlenmiştir. Sonraki aşamada otel işletmelerinin bölge ve yıldız kategorisine göre dağılımları hesaplanmış ve kota oluşturulmuştur. Daha sonra ise anket formları çekilen kuralara göre tesadüfi olarak dağıtılmıştır. Tesadüfi seçim için her bir otel işletmesine bir ile 416 arasında bir rakam verilmiş, daha sonra bunlardan 300'ünün kura çekimi sonucunda anket katılacağı belirlenmiştir.

Araştırma evrenini temsil edebilecek örneklem sayısının belirlenmesi için Sekaran (2003: 292-295) tarafından geliştirilen örneklem sayısını belirleme formülü ve tablosu kullanılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini oluşturan 416 üst düzey yöneticiyi temsil edebilecek örneklem sayısı, 201 yönetici olarak belirlenmiştir.

Anket Hazırlama ve Veri Toplama

Araştırma anketinin hazırlanması için detaylı alan yazın okumaları yapılmış, elde edilen dokümanlar ve bilgiler ışığında, araştırma anketinin hazırlanması için önceden yapılmış (farklı veya benzer alanlarda) çalışmalar incelenmiş ve otel işletmelerinin yapısal özellikleri ile uyumlu hale getirilerek anket formu oluşturulmuştur. Oluşturulan anket formu alanda uzmanlaşmış akademisyenler ve beş yıldızlı otel işletmelerinin üst düzey yöneticileri (yedi yönetici) ile birlikte değerlendirilmiş, teorik ifadelerle ilgili yapılan eleştiriler doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Sonraki aşamada oluşturulan anket formunun yapısal geçerliliğini sağlamak amacıyla 45 otel işletmesi üzerinde bir pilot uygulama (ön test) yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar (ön değerler itibarıyla) geliştirilen anket

formunun yapısal geçerlilik ve içerik açısından yeterli olduğunu ortaya koymuştur.

Anket formu, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, otel işletmeleri ve yöneticiler ile ilgili demografik özelliklerin yer aldığı ifadeler bulunmaktadır. İkinci bölümde, 24 önermeden oluşan organizasyonel çevre ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise araştırmacı ile ilgili iletişim bilgileri bulunmaktadır. Otel işletmeleri ve yöneticiler ile ilgili demografik özelliklerin yer aldığı bölümde kategorik ölçekler kullanılırken, entelektüel sermaye değişkeninin yer aldığı bölümde aralık ölçeği kullanılmıştır. Diğer taraftan değişkenlerle ilgili önermelerin değerlendirilmesinde beş aşamalı Likert ölçeği kullanılmıştır. Geliştirilen anket kapsamında otel yöneticilerinden, kendilerine sunulan anket formunda yer alan önermelere ilişkin algılarına göre işletmelerini 1'den 5'e kadar puanlardan (1- Çok Kötü, 2- Kötü, 3- Orta Düzeyde, 4- İyi, 5- Çok İyi) oluşan ölçek üzerinde konumlandırmaları ve önermelere katılma veya katılmama derecelerini belirtmeleri istenmiştir.

Araştırma evrenini oluşturan otel işletmeleri ile ilgili ayrıntılara ulaşabilmek için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sayfası kullanılmıştır. İlgili web sayfası aracılığıyla otel işletmelerinin özellikleri, iletişim-yazışma adresleri vb. gerekli bilgiler elde edilmiştir. Bu bilgiler ışığında, otel işletmelerinin kurumsal web sayfaları kullanılarak otel işletmelerinin yönetim profilleri incelenmiş, irtibata geçilecek üst düzey yöneticiler belirlenmiş ve anket formunun gönderilmesi için iletişime geçilmiştir. Hazırlanan ankete katılım davet yazısı, evrendeki 300 otel işletmesinin araştırma konusu ile ilgili olabilecek (insan kaynakları yönetimi veya bu alana benzer sorumluluk üstlenen) üst düzey yöneticilerine e-posta yoluyla gönderilmiştir. E-posta yoluyla davet gönderilen otel yöneticilerine, ankete cevap verme konusundaki istekliliği sorulmuş ve anketi çevrimiçi olarak cevaplayabileceği gibi istemeleri durumunda (araştırmacıya e-posta aracılığıyla ulaşarak) kendilerine posta yoluyla veya imkân varsa yüz yüze görüşme yoluyla da anket ulaştırılabileceği belirtilmiştir. Anket katılım davet yazısının gönderildiği 300 otel yöneticisi arasından 250 yönetici ankete cevap verme konusunda istekli olduğu yönünde dönüş yapmıştır. 250 yönetici içinden 200 yönetici kendisi ile yüz yüze anket yapılması isteğini bildirirken, 50 yönetici posta yoluyla anketi cevaplandırabileceğini bildirmiştir.

Veri toplama süreci sonucunda, toplam 220 anket formuna ulaşılmıştır. Bu anket formlarından 183 tanesi yüz yüze görüşme yoluyla, 37 tanesi posta yoluyla elde edilmiştir. Posta yolu ile elde edilen anketlerden 19 tanesi içsel tutarlılık açısından sağlıklı olmadığı için veri setinden çıkarılmıştır. Sonuçta veri seti 201 anket çalışmasından oluşmuştur. Bu miktar (201/300), araştırma evrenini temsil edebilecek örneklem sayısı için yeterlidir.

Araştırmadaki anketlerin evren düzeyinde cevaplanma oranı %67'dir (201/300). Sektör araştırmalarında genel olarak kabul edilmiş bir en düşük cevaplama oranı olmadığı ve cevaplama oranı araştırılan konunun içeriğine ve seçilen sektörün özelliklerine bağlı olarak değiştiği (Dillman 2000) için araştırmanın hedef grubu da dikkate alındığında anketlerin cevaplanma oranının yeterli olduğu söylenebilir.

Araştırmada Yapılan Analizler

Araştırma kapsamında veri setinin analizi için SPSS 18 ve LISREL 8.72 istatistiksel analiz paket programları kullanılmıştır. Sonuçların kalitesini arttırmak amacıyla analizlere başlamadan veri seti ile ilgili bazı ön hazırlık çalışmaları yapılmıştır. Öncelikle verilerin hatasızlığı (accuracy) incelenmiş, sonrasında kayıp değerler ve bunların etkileri değerlendirilmiş, daha sonra uç değerlerin etkileri değerlendirilmiş, en sonunda ise veriler ve uygulanacak analiz teknikleri ile ilgili temel sayıtlar (Doğrusallık, Eşvaryanslılık) değerlendirilmiştir.

Diğer taraftan değişkenlerin her biri ile ilgili olarak öncelikle SPSS programında keşfedici (exploratory) faktör analizi yapılmış, sonrasında ise LISREL programı aracılığı ile doğrulayıcı (confirmatory) faktör analizi yapılarak ölçüm modelleri geliştirilmiştir.

Veri Seti Analiz Kriterleri

Yürütülen araştırmanın amacına ve veri toplama yöntemine bağlı olarak veri analizinde, açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) birlikte kullanılmıştır. Alanyazında hem açımlayıcı faktör analizi hem de doğrulayıcı faktör analizi uygulamaları için çeşitli kriterler kullanılmaktadır. Kullanılan bu kriterler; araştırmanın amacı, kapsamı, araştırmacının tercihi, veri setinin özellikleri gibi birçok değişkene göre farklılaşmak-

tadır. Bu araştırmada göz önünde bulundurulan açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi ile ilgili kriterler aşağıda sunulmaktadır.

Açımlayıcı (Keşifsel) Faktör Analizi İçin Kriterler

Açımlayıcı faktör analizi ile ilgili olarak, maddelerin rotasyon öncesindeki faktör yükü değerlerini genel olarak incelemek için ortak faktör varyansı (communality) dikkate alınmıştır. Faktörleştirme tekniği olarak, sosyal bilimlerde en fazla kullanılan ve yorumlanması en kolay olan temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Aynı yapıyı ölçmeyen maddelerin ayıklanması için, maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerleri için alt sınır 0,45 kabul edilmiştir. Bu sınır değer sosyal bilimlerde madde ayıklaması için iyi bir ölçü olarak kabul edilmiştir (Stevens 2002). Birden fazla faktörde yüksek faktör yükü veren ve faktör yükleri arasındaki farklılık 0,10'dan aşağı olan maddeler binşik madde olarak tanımlanmış ve ölçekten çıkarılmıştır. Mevcut değişkenlerin kaç tane önemli yapıyı-faktörü ölçtüğüne karar vermek için, faktörlerin özgün değeri (eigenvalue) dikkate alınmıştır. Özgün değeri 1'in üstünde olan faktörler önemli faktör olarak kabul edilmiştir. Faktörlerin bağımsızlığını, yorumlamada açıklık ve anlamlılığını sağlamak amacıyla rotasyon yapılmıştır (Stevens 2002). Rotasyon tekniği olarak varimax rotasyon yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin faktör analizi için uygunluğunu belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısının alt sınır değerinin 0,60 ve üzeri (Tabachnick ve Fidell 2001), Barlett Sphericity testi sonuçlarının ise istatistiksel olarak anlamlı olması ön koşul olarak dikkate alınmıştır.

Doğrulayıcı Faktör Analizi İçin Kabul Edilen Kriterler

Açımlayıcı faktör analizi, araştırmanın başlangıç aşamalarında olası temel yapıları keşfetme imkânı sunarak, zayıf faktörleri elimine ederek doğrulayıcı faktör analizine zemin hazırlamakta, doğrulayıcı faktör analizi ise araştırmacıya önerilen bir model veya teoriyi test etme imkânı sunmaktadır (Tabachnick ve Fidell 2001).

Doğrulayıcı faktör analizin birincil amacı, hipotezlenirilmiş model ile örneklem veri seti arasındaki uyum iyiliğini belirlemektir. Alanyazında model-veri uyumunu değerlendirmek için çeşitli uyum iyiliği indeksleri kullanılmaktadır. Bu kapsamda tartışılan birçok uyum iyiliği indeksi vardır ve model-veri uyumunu en iyi belirleyen tek bir test yoktur. Dolayısıyla birkaç uyum iyiliği birlikte kullanılmaktadır. Alanyazında uyum iyiliği indeksleri genel olarak üç grupta kategorize edilmektedir: Mutlak uyum endeksleri (Absolute fit indices), Artan uyum endeksleri (Incremental fit indices), Basitlik (Parsimony) uyum endeksleri (Parsimony fit indices) (Hooper vd. 2008). Bu araştırmada mutlak uyum ölçümleri için dört test: Ki-kare (χ^2/df) testi (Relative/normed Chi-square (χ^2/df) test), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA), İyilik Uyum İndeksi (GFI) ve Artık Ortalamaların Karekökü (RMR); Karşılaştırmalı uyum endeksleri için iki test: Normlaştırılmış uyum indeksi (Normed fit index, NFI) ve Karşılaştırmalı uyum indeksi (Comparative fit index, CFI), Basitlik uyum endeksleri için ise tek test: Basitlik uyum iyiliği indeksi (Parsimony Goodness-of-Fit Index, PGFI) kullanılmıştır. Uyum iyiliği indekslerinin kabul edilen değer aralıkları ile ilgili kriterler Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Uyum İyiliği Değer Aralıkları Kriterleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
Ki-kare (χ^2/df) testi:	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 5$
NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI < 0,95$
CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)	$0,97 \leq CFI \leq 1$	$0,95 \leq CFI < 0,97$
GFI (Uyum İyiliği İndeksi)	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI < 0,95$
RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 < RMSEA < 0,10$
PGFI (Tutarlı Uyum İyiliği İndeksi)	1'e yakın	En alt sınır değeri 0.50
RMR (Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü)	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 \leq RMR \leq 0,08$

Kaynak: Hooper, Coughlan ve Mullen (2008: 53-60).

Tablo 2. Otel işletmelerinin Özellikleri ile ilgili Bulgular (n=201)

Değişken	Kriterler	Sıklık	Yüzde
İşletmenin Bulunduğu Bölge	Akdeniz	97	48,3
	Ege	43	21,4
	Marmara	32	15,9
	Karadeniz	5	2,5
	İç Anadolu	17	8,5
	Doğu Anadolu	3	1,5
	G. Doğu Anadolu	4	2,0
İşletmenin Statüsü	Münferit	78	38,8
	Zincir Otel	123	61,2
Faaliyet Süreniz	Her Mevsim	113	56,2
	Sezonluk	88	43,8
Sektörel Yapınız	Dinamik	24	11,9
	Sürekli Gelişen	17	8,5
	Krizlere Açık	39	19,4
	Dışa Bağımlılığı Fazla	46	22,9
	Hepsi	75	37,3
Sektörün En Temel Sorunları	Nitelikli İş Gücü Eksikliği	19	9,5
	Dışa Bağımlılık	33	16,4
	Mevsimsellik	32	15,9
	Stratejik Yönetimden Yoksunluk	42	20,9
	Hepsi	75	37,3

Analiz ve Bulguların Yorumlanması

Verilerin analiz edilmesinde SPSS 18 ve LISREL 8.72 programlarından, betimleyici istatistikler ve faktör analizi tekniklerinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan bulgular iki grupta toplanmıştır: (I) Araştırmaya katılan yöneticiler ve otellere ait bulgular ve (II) Entelektüel sermayenin algılanmasına yönelik bulgular.

Birinci grupta yer alan bulgular demografik bulgulardır. Demografik bulgu, herhangi bir şeye ait temel özellikleri ifade etmek için sunulan bilgidir. Tablo 2'de araştırmaya katılan otellere ait demografik bulgular sunulmaktadır.

Tablo 2'de görüldüğü gibi araştırmaya katılan otel işletmelerinin büyük bir bölümü Akdeniz, Ege, Marmara ve İç Anadolu bölgelerinde yer almaktadırlar. Statü itibarı ile çoğunlukla zincir otel sınıfında olan otel işletmeleri, faaliyet süreleri açısından ise genelde her mevsim hizmet veren bir özellik taşımaktadırlar.

Diğer taraftan yöneticilerin düşüncelerine göre otel işletmelerinin faaliyetlerini yürüttükleri sektörel yapının dışa bağımlılığı fazla, krizlere açık ve dinamik bir sektör olduğu görülmektedir. Sektörün yaşadığı en temel sorunlar olarak ise stratejik yönetimden yoksunluk, dışa bağımlılık, nitelikli iş gücü eksikliği ve mevsimsellik gibi sorunlar ön plana çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında dikkate alınan bir diğer demografik bulgu ise otel işletmelerinin yöneticilerinin özellikleri ile ilgilidir. Otel yöneticilerinin temel özellikleri ile ilgili bulgular Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 3 incelendiğinde, araştırmaya katılan otel yöneticilerinin genelde yedi yıl ve üstü bir yöneticilik deneyimine sahip oldukları, işletmedeki pozisyonları itibarı ile üst düzey yönetici pozisyonunda yer aldıkları görülmektedir. Diğer taraftan araştırmaya katılan yöneticilerin çoğunluğunu erkek yöneticiler oluştururken, eğitim düzeyi itiba-

Tablo 3. Yöneticilerin Temel Özellikleri ile İlgili Bulgular (n=201)

Değişken	Kriterler	Sıklık	Yüzde
Yöneticilik Deneyiminiz	1-3 yıl	70	34,8
	4-6 yıl	50	24,9
	7 yıl ve üstü	81	40,3
İşletmedeki Pozisyonunuz	Üst Düzey Yönetici	152	75,6
	Orta Kademe Yönetici	49	24,4
Eğitim Düzeyiniz	Lisans	164	81,6
	Lisansüstü	37	18,4
Cinsiyetiniz	Bayan	33	16,4
	Bay	168	83,6

riyle yöneticilerin genel olarak lisans eğitimini tamamlamış kişiler oldukları görülmektedir.

Otel işletmelerinde entelektüel sermayenin belirleyicilerini yöneticilerin bakış açısıyla belirlemek

amacıyla açımlayıcı (keşifsel) ve doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen analizler aşağıda sunulmaktadır. Otel işletmelerinde entelektüel sermayenin belirleyicileri ile

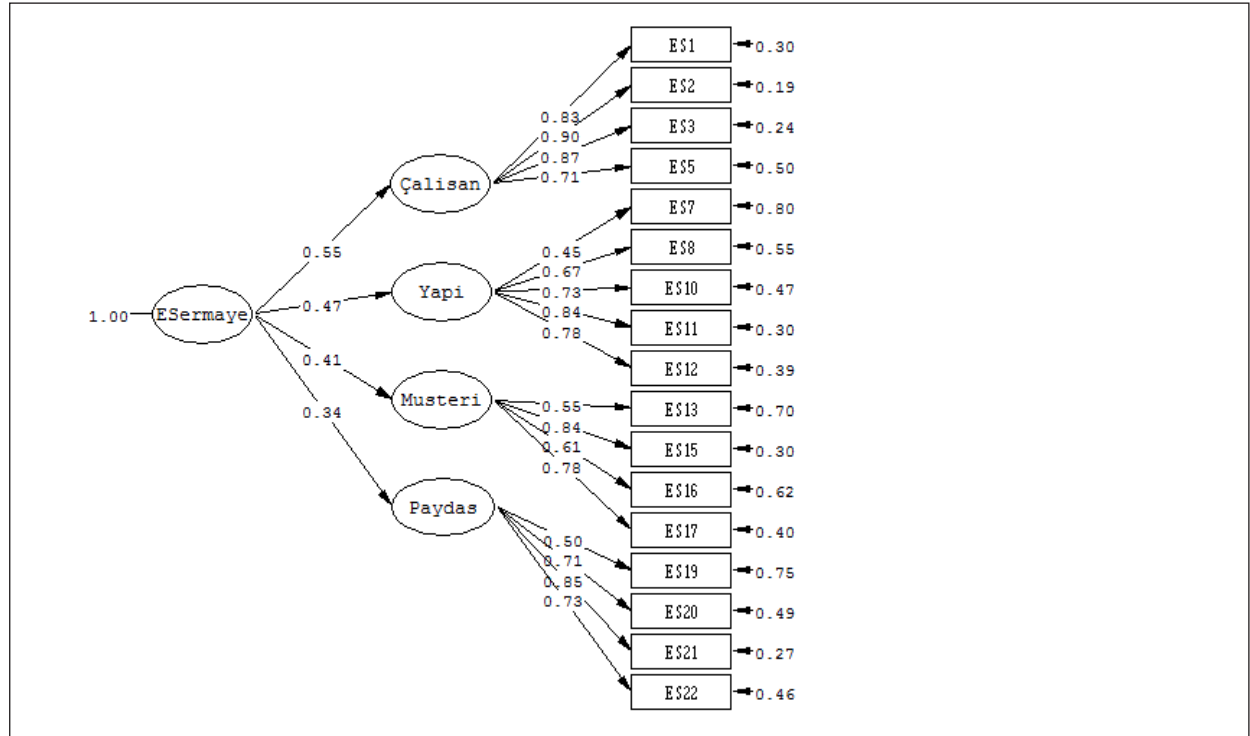
Tablo 4. Entelektüel Sermayenin Belirleyicileri Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Değişkenler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Öz Değer
Çalışan Özellikleri	ES3	,883	20,625	5,742
	ES2	,866		
	ES1	,825		
	ES5	,812		
	ES6	,804		
	ES4	,795		
Organizasyonel Yapı	ES11	,820	17,016	3,118
	ES12	,802		
	ES9	,799		
	ES8	,779		
	ES10	,762		
	ES7	,536		
Müşterilerle İlişkiler	ES15	,811	14,649	2,335
	ES14	,794		
	ES17	,743		
	ES13	,742		
	ES16	,677		
Paydaş İlişkileri	ES21	,843	11,985	2,233
	ES20	,796		
	ES22	,796		
	ES19	,662		
Değerlendirme Kriterleri	Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy: ,802. Approx. Chi-Square: 2290,166. Bartlett's Test Of Sphericity: ,000. Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax With Kaiser Normalization. Açıklanan Varyans: Toplam: 64,275			

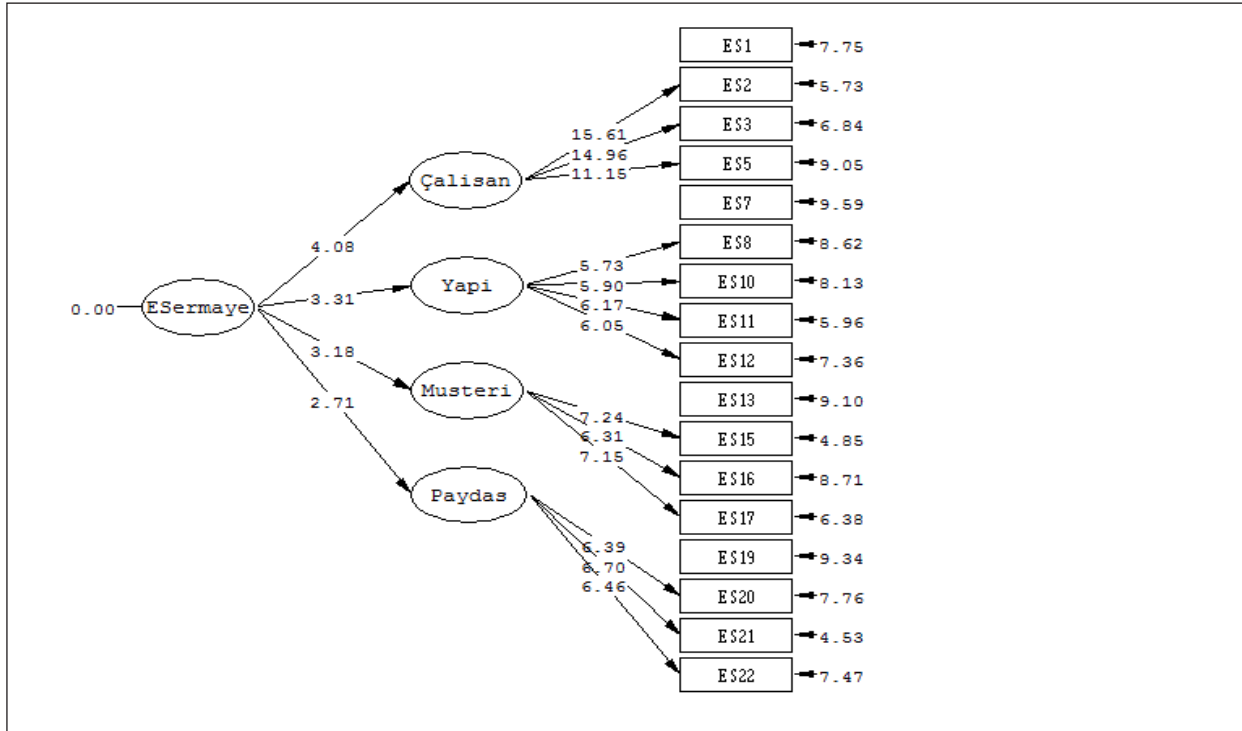
ilgili keşifsel faktör analizi sonuçları, Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde otel işletmelerinde entelektüel sermayenin belirleyicilerini tespit etmek için faktör analize tabi tutulan verilerin KMO ve Bartlett testi değerlerinin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir (KMO değeri 0,802. Bartlett Testi sonucu $p < 0,001$). Diğer taraftan faktör analizi için temel bileşenler analizi ve varimax döndürme tekniği kullanılmıştır. Düşük eşdeğerlik (communalities) gösteren ifadeler (0,45'nin altında olanlar) ölçekten çıkarılmıştır. Bu doğrultuda analize alınan 24 maddeden; düşük eşdeğerlik gösteren, birden fazla faktörde yüksek faktör yükü veren (çakışan) ve tek başına kalan 3 ifade (ES18: "Genel olarak işletmenin kamuoyunda sahip olduğu olumlu imaj", ES23: "Özel ilgi gruplarıyla iyi ilişkiler içinde olma" ve ES24: "Medya ile iyi ilişkiler içinde olma") çıkarıldıktan sonra 21 madde kalmıştır. Bu maddelerin dört faktör altında toplandığı, Tablo 4'te görülmektedir. Bu faktörlerin ölçeğe ilişkin açıkladıkları toplam varyans %64,275'tir. Dolayısıyla ortaya çıkan dört faktörün birlikte, varyansın çoğunu açıkladıkları söylenebilir. Önem-

li olarak belirlenen bu dört faktörden birincisinin ölçeğe ilişkin açıkladığı toplam varyans %20,625, ikincisinin %17,016, üçüncüsünün %14,649 ve dördüncüsünün %11,985'tir. Analiz sonuçlarına göre birinci faktör ve ikinci faktör altı maddeden, üçüncü faktör beş ve dördüncü faktör dört maddeden oluşmaktadır. Birinci faktörde yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0,883 ile 0,795 arasında değişmektedir. İkinci faktörde yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0,820 ile 0,536 arasında, üçüncü faktörde yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0,811 ile 0,677 arasında ve dördüncü faktörde yer alan maddelerin faktör yük değerleri 0,843 ile 0,662 arasında değişmektedir. Bu aralıklar faktörlerin içsel tutarlılığının oldukça iyi olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan faktörlerdeki maddelerin içerikleri ve alanyazındaki benzer araştırmalar dikkate alınarak isimlendirme yapılmıştır. Elde edilen bu bulgular ışığında otel yöneticilerinin entelektüel sermayenin belirleyicilerini, özellikleri itibarıyla, dört farklı boyutta algıladıkları söylenebilir. Bu boyutlar içinde işletmenin entelektüel sermaye yapısını en iyi düzeyde temsil eden boyutun insan sermayesini oluşturan "çalışan özellikleri" olduğu



Şekil 1. Entelektüel Sermayenin Belirleyicileri İkinci Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları (Standart Çözümleme Değerleri) ve Uyum İyiliği Değerleri



Şekil 2. İkinci Düzey Doğrulatoryı Faktör Analizi Sonuçları (t değerleri)

anlaşılmaktadır. Bu faktörü sırasıyla; yapısal sermayeyi temsil eden “organizasyonel yapı özellikleri”, ilişki sermayesini temsil eden “müşterilerle ilişkiler” ve “paydaş ilişkileri” boyutları takip etmektedir.

Diğer taraftan, keşfedici faktör analizinden sonra, otel işletmelerinde entelektüel sermayenin belirleyicilerini tespit etmeye yönelik daha güvenilir bir ölçüm modeli oluşturmak için ikinci düzey doğrulatoryı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Otel işletmelerinde entelektüel sermayenin belirleyicilerini ile ilgili ikinci düzey faktör analizi sonuçları ve uyum iyiliği değerleri Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1’deki standart çözümlene değerleri ve Şekil 2’deki t-değerleri incelendiğinde tüm değerlerin kabul edilebilir düzeyde olduğu, doğrulatoryı faktör analizi sonuçlarına göre otel işletmelerinin entelektüel sermaye yapısı ile ilgili modelin dört boyuttan oluştuğu görülmektedir. Modele ilişkin ilk analiz sonucunda elde edilen model kabul edilebilir kriterler taşımasına rağmen daha iyi bir model yapısına ulaşmak için (boyut sayısını değiştirmeden) bazı modifikasyonlar gerçekleştirilmiştir. Modifikasyon için model uyumunu olumsuz et-

kileyen dört soru (ES4-ES6-ES9-ES14), boyutların yapısal tutarlılığını bozmayacak şekilde iki aşamada modelden çıkarılarak daha iyi uyum değerleri üreten model yapısı elde edilmiştir. Bu boyutlar içinde entelektüel sermaye yapısını en iyi temsil eden boyutun “çalışanlar” boyutu ($R^2=0,30$) olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla; “organizasyonel yapı” ($R^2=0,22$), “müşteri” ($R^2=0,17$) ve “paydaşlar” ($R^2=0,11$) boyutları takip etmektedir.

Modele ilişkin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde ise modelin dikkate alınan tüm uyum iyiliği kriterleri açısından kabul edilebilir ve iyi uyum değerleri ürettiği görülmektedir. Örneğin Ki-kare değerinin (165,70) serbestlik derecesine (115) oranı 2’nin altındadır ve bu iyi bir uyumun göstergesidir. Aynı şekilde RMSEA (0,04<0,05), CFI (0,97) değerleri de iyi bir uyumu göstermektedir. Modele ilişkin NFI (0,92) ve GFI (0,91) değerleri ise kabul edilebilir bir uyumun varlığını kanıtlamaktadırlar. Bunun yanı sıra, modele ilişkin AIC (241,70), CAIC (405,23) ve ECVI (1,21) değerlerinin, bağımsız model (sırasıyla 2108,47, 2181,62 ve 10,54) ve doymuş model (sırasıyla 306,00, 964,41 ve 1,53) değerlerinden daha düşük oldukları görülmektedir. Tüm bu bulgular, otel işletmelerinde entelektüel sermaye-

Tablo 5. Faktörler ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler (n=201)

Faktörler	1	2	3	4	Ortalamalar	Standart Sapmalar	Soru Sayısı	Güvenilirlik Katsayıları
1. Çalışan Özellikleri	1	,219**	,246**	,233**	3,6434	,83584	6	,918
2. Organizasyonel Yapı	,219**	1	,284**	,095	4,3226	,56077	6	,859
3. Müşterilerle İlişkiler	,246**	,284**	1	,124	4,2279	,55463	5	,828
4. Paydaş İlişkileri	,233**	,095	,124	1	3,5460	,87074	4	,790

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlı (2-yönlü).

yenin belirleyicilerini tespit etmek için geliştirilen "entelektüel sermayenin belirleyicileri" isimli kavramsal modelinin geçerli bir model olduğunu göstermektedir.

Faktör analizlerinden sonra, elde edilen değişkenlerle ilgili betimleyici istatistikler incelenmiştir. Her bir değişkene ait ortalamalar, standart sapmalar, güvenilirlik katsayıları, soru sayıları ve kullanılan ölçek düzeyleri ile ilgili sonuçlar, Tablo 5'te sunulmaktadır.

Tablo 5'teki tanımlayıcı istatistiklerden ortalamalar dikkate alındığında otel işletmelerinde entelektüel sermayenin en yüksek ortalamaya sahip belirleyicisinin organizasyonel yapı (Ort: 4,3226) olduğu, bunu müşteriler (Ort: 4,2279), çalışanlar (Ort: 3,6434) ve paydaşlara (Ort: 3,5460) ait ortalamaların takip ettiği görülmektedir. Aynı zamanda tüm değişkenlere ait güvenilirlik katsayıları, alanyazında geçerli sayılan eşik değerin (Cronbach Alfa katsayısının 0,60 veya üzeri olması) (Nunnally 1978) üstündedir. Bu bulgular, geliştirilen ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Entelektüel sermaye, işletmelerin başarısını etkileyen en önemli kavramlardan biri olarak tartışılmasına rağmen soyut ve ölçülmesi zor bir olgu olmasından dolayı otel işletmeciliği alanında yeterli ilgiyi görmemiştir. Fakat ölçülmesinin zor olması, göz ardı edileceği anlamına gelmemektedir. Kavrama ilişkin farkındalığının işletmelere sağlayacağı faydalar hem akademisyenlerin hem de uygulamacıların ilgisini çekecek niteliktedir.

Otel işletmeciliği alanyazınında kavramın ölçülmesine yönelik boşluk ve nedensel ilişkilere yönelik boşluk olmak üzere alana ilişkin iki tür boşluk dikkati çekmektedir. Bu çalışmada yapılan ana-

lizlerden elde edilen sonuçlar, kavramın ölçülmesine yönelik başlangıç fakat önemli sayılabilecek özellikler taşımaktadır. Dolayısıyla yürütülen araştırma kapsamında elde edilen bulguların alanyazındaki bu boşluğu kısmen doldurabileceği savunulabilir.

Araştırma sonuçlarına göre otel yöneticileri entelektüel sermaye kavramını dört boyutlu bir yapı olarak algılanmaktadırlar: Çalışanların Özellikleri, Organizasyonel Yapının Özellikleri, Müşterilerle İlişkiler ve Paydaş İlişkileri. Bu boyutlar içinde otel işletmelerinin entelektüel sermaye yapısının en önemli belirleyicisi, insan sermayesini oluşturan "çalışanlar"dır. Bu boyutu sırasıyla; işletmelerin yapısal sermayesini temsil eden "organizasyonel yapı", ilişki sermayesini temsil eden "müşteriler" ve "paydaşlar" boyutları takip etmektedir.

Çalışan özellikleri; otel işletmelerinde çalışan kişilerin işleriyle ilgili yeterli niteliklere, eğitime, deneyime sahip olma düzeyleri, işlerine karşı adanmışlık düzeyleri ve yenilikçiliğe açıklık ve girişimcilik düzeyleri ile ilgilidir. Çalışanlar ait bu özellikleri ortalamanın üstünde olan işletmeler insan sermayesi açısından güçlü konumdadırlar. Araştırmada elde edilen bulgular dikkate alındığında otel işletmelerinin insan sermayesi açısından çok güçlü olmasalar da orta düzeyde oldukları söylenebilir. Entelektüel sermayenin bir diğer boyutu olan organizasyonel yapının özellikleri; otel işletmelerindeki bölümler arası koordinasyonu kolay hale getirecek organizasyonel yapı, kurumsal iletişim (Yönetici-Personel ve Çalışanlar arasındaki) düzeyi, kurum kültürünün paylaşılması, iş süreçlerinin etkili bir şekilde tasarlanmış olması ve tüm süreçlerde bilgi teknolojilerinin etkili bir şekilde kullanılması gibi özellikler ile ilgilidir. Elde edilen bulgulara göre bu özellikler açısından otel işletmeleri oldukça iyi bir ortalamaya sahiptir. Dolayısıyla otel işletmele-

rinin yapısal sermayesinin güçlü olduğu söylenebilir. Müşterilerle ilişkiler boyutu; otellerin pazardaki farklı müşteri gruplarına hitap etme ve ulaşma düzeyi, müşteri memnuniyeti ve sadakati ile ilgili gelişim düzeyi, müşteri şikâyet sayılarının azalma düzeyi ve otel markasının, rakiplere göre, müşteriler tarafından daha iyi olarak değerlendirilme durumu gibi değişkenler ile ilgilidir. Ulaşılan bulgular otel işletmelerinin müşteri ilişkilerinin oldukça üst düzey olduğunu göstermektedir. Son olarak paydaş ilişkileri boyutu ise otel işletmelerinin seyahat acenteleriyle, ticari ortaklarla, yerel yönetimlerle ve finansman sağlayıcılarla iyi ilişkiler içinde olma düzeyi ile ilgilidir. Araştırma bulgularına göre otel işletmelerinin paydaşlarla ilişkilere yönelik ortalamaları iyi düzeyde değildir. Tüm bu sonuçlara göre otel işletmelerinin entelektüel sermaye yapılarını güçlendirmek için özellikle çalışanlar ve paydaşlarla ilişkiler boyutlarına önem vermeleri gerekmektedir.

Bir diğer sonuca göre otel işletmeleri dışa bağımlılığın fazla, krizlere açık ve dinamik bir sektörde faaliyetlerini yürütmektedirler. Aynı zamanda sektör; stratejik yönetimden yoksunluk, dışa bağımlılık, nitelikli iş gücü eksikliği ve mevsimsellik gibi önemli sorunlar yaşamaktadır. Bu durumda entelektüel sermaye kavramına ilişkin farkındalığın oluşturulması ve işletme çıktılarına etkisinin açık bir şekilde ortaya konulması oldukça önemlidir.

Son olarak araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar uluslararası alanyazındaki aynı amaca yönelik araştırma sonuçları ile karşılaştırıldığında önemli düzeyde uyumluluk gözlemlendiği söylenebilir. Özellikle Rudez ve Mihalic (2007) tarafından yürütülen araştırmanın sonuçları ile benzerlikler taşıdığı görülmektedir.

DEĞERLENDİRME

Yürütülen araştırma mevcut alanyazındaki iki önemli boşluktan biri olan entelektüel sermayenin belirleyicilerinin tespit edilmesi ile ilgili boşluğu nispeten doldurabilme iddiası taşımaktadır. Bundan sonra bu alanla ilgili araştırma yapacak olanlara, özellikle alanyazındaki bir diğer önemli boşluk, entelektüel sermayenin ilişkili olduğu diğer organizasyonel değişkenler (iş çevresi, kurum kültürü, organizasyonel öğrenme, organizasyonel strateji gibi) ile ilgili araştırmalar yapması önerilmektedir.

TEŞEKKÜR

Verilerin toplanması sürecinde, ayırmış oldukları zaman ve göstermiş oldukları ilgi ve anlayıştan dolayı araştırmaya katılım sağlayan tüm otel yöneticilerine ve kurumlarına teşekkür ediyoruz.

KAYNAKÇA

- Abeyssekera, I. (2006). Managing Human Capital in a Privately Owned Public Hotel Chain, *International Journal of Hospitality Management*, 25 (4): 586-601.
- Bontis, N. (1996). There's a Price on Your Head: Managing Intellectual Capital Strategically, *Business Quarterly*, 60 (4): 41-47.
- Bontis, N. Chue, Chong Keow W. ve Richardson, S. (2000). Intellectual Capital and Business Performance Malaysian Industries, *Journal of Intellectual Capital*, 1 (1): 85-100.
- Bontis, N. ve Fitz-enz, J. (2002). Intellectual Capital ROI: A Causal Map of Human Capital Antecedents and Consequences, *Journal of Intellectual Capital*, 3 (3): 223-247.
- Brooking, A. (1997). The Management of Intellectual Capital, *Long Range Planning*, 30 (3): 364-365.
- Bukh, P. N. Larsen, H. T. ve Mouritsen, J. (2001). Constructing Intellectual Capital Statements, *Scandinavian Journal of Management*, 17 (1): 87-108.
- Cabrera, M. ve Vaz, J. (2006). Intellectual Capital and Value Creation: Evidence from Portuguese Banking Industry, *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 4 (1): 11-20.
- Canina, L., Enz C. ve Walsh, K. (2006). Intellectual Capital: A Key Driver of Hotel Performance, *Cornell Hospitality Reports*, 6 (10): 6-12.
- Çalhan, H., Çakıcı, A. C. ve Karamustafa, K. (2013). Müşteri Değeri, Müşteri Sermayesi ve Otel Performansı İlişkisi Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33: 87-120.
- Çelik, A. E. ve Perçin, S. (2000). Entelektüel Sermayenin İşletme Bazında Ölçülmesi ve Değerlendirilmesi, *Muhasebe ve Denetim Bakışı*, 1 (2): 111-118.
- Çıkrıkçı, M. ve Daştan, A. (2002). Entelektüel Sermayenin Temel Finansal Tablolar Aracılığıyla Sunulması, *Bankacılar Dergisi*, 43: 18-32.
- Dillman, D. A. (2000). *Mail and Internet Surveys – The Tailored Design Method*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Edvinsson, L. (1997). Developing Intellectual Capital at Skandia, *Long Range Planning*, 30 (3): 366-373.
- Edvinsson, L. ve Malone, M. S. (1997). *Intellectual Capital*. Londra: Piatkus.
- Edvinsson, L. ve Sullivan, P. (1996). Developing a Model for Managing Intellectual Capital, *European Management Journal*, 14 (4): 356-364.
- Engstroem, T. E. J. Westnes, P. ve Westnes, S. F. (2003). Evaluating Intellectual Capital in The Hotel Industry, *Journal of Intellectual Capital*, 4 (3): 287-303.
- Ertas, F. C. ve Coşkun, M. (2005). Turizm İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi ve İMKB'deki Turizm Şirketlerinde Görgül Bir Uygulama, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5 (10): 121-138.

- Holmen, J. (2005). Intellectual Capital Reporting, *Management Accounting Quarterly*, 6 (4): 1-9.
- Hooper, D. Coughlan, J. ve Mullen, M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit, *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6 (1): 53-60.
- İpçioğlu, İ. ve Şahin, F. (2012). Örgüt Kültürü ve Entelektüel Sermaye İlişkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (1): 153- 165.
- Johannessen, J. A. Olsen, B. ve Olaisen, J. (2005). Intellectual Capital as a Holistic Management Philosophy: A Theoretical Perspective, *International Journal Of Information Management*, 25 (2): 151-171.
- Kanıbir, H. (2004). Yeni Bir Rekabet Gücü Kaynağı Olarak Entelektüel Sermaye ve Organizasyonel Performansa Yansımaları, *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, 1 (3): 77-85.
- Kurgun, O. ve Akdağ, G. (2013). Entelektüel Sermaye ve Örgüt Performansı İlişkisi: Akdeniz Bölgesindeki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (1): 155-176.
- Marr, B. Gray, D. ve Neely, A. (2003). Why Do Firms Measure Their Intellectual Capital?, *Journal of Intellectual Capital*, 4 (3): 441-464.
- Martinez-Torres, M. R. (2006). A Procedure to Design a Structural And Measurement Model Of Intellectual Capital: An Exploratory Study, *Information&Management*, 43 (5): 617-626.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Paksoy, H. M. ve Öztürk, M. C. (2006). Otel İşletmelerinde Entelektüel Sermayenin Oluşumu: GAP Örneği, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (2) : 133-158.
- Peteraf, M. A. (1993). The Corner-Stone of Competitive Advantage: A Resource-Based View, *Strategic Management Journal*, 14 (3): 179-188.
- Prahalad, C. K. ve Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation, *Harvard Business Review*, 68 (3): 79-91.
- Roos, J. (1998). Exploring the Concept of Intellectual Capital, *Long Range Planning*, 31 (1): 150-153.
- Roos, G. ve Roos, J. (1997). Measuring Your Companies Intellectual Performance, *Long Range Planning*, 30 (3): 413-426.
- Rudez, H. N. ve Mihalic, T. (2007). Intellectual Capital in the Hotel Industry: A Case Study From Slovenia, *Hospitality Management*, 26 (1): 188-199.
- Saint-Onge, H. (1996). Tacit Knowledge: The Key to the Strategic Alignment of Intellectual Capital, *Strategy and Leadership*, 24 (2): 10-14.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business*. New York: John Wiley & Sons.
- Stewart, T. A. (1991). Brainpower, *Fortune*, 3 (127): 44-60.
- Stewart, T. A. (1997). *Entelektüel Sermaye, Kuruluşların Yeni Zenginliği*. (Çeviren Nurettin Elhüseyni), No: 258, İstanbul: Mess Yayınları.
- Stevens, J. (2002). *Applied Multivariate Statistics for The Social Sciences*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2001). *Using Multivariate Statistics*. New York: Allyn and Bacon.
- Yereli, A. N. ve Gerşil, G. (2005). Entelektüel Sermayeyi Ölçme ve Raporlama Yöntemleri, *Yönetim ve Ekonomi*, 12 (2): 16-29.