

Received / Geliş
06.10.2017

Article History
Accepted / Kabul
23.11.2017

Available Online / Yayınlanma
15.12.2017

EFFECT OF KNOWLEDGE MANAGEMENT PRACTICE LEVELS ON COMPETITIVE ADVANTAGE OF SMEs: THE ORGANIZED INDUSTRIAL ZONE CASE IN MALATYA PROVINCE

**BİLGİ YÖNETİMİ UYGULAMA DÜZEYLERİNİN KOBİ'LERİN REKABET
ÜSTÜNLÜĞÜNE ETKİSİ: MALATYA İLİ ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
ÖRNEĞİ ¹**

Erkan PERKTAŞ²
İbrahim Metin AYCİL³

Abstract

Small and medium sized enterprises (SMEs) are very important for the country's economy in terms of their assets. "Knowledge" has become an ideal factor in enabling SMEs to survive in a highly competitive environment coexisted with globalization. Today, SMEs, who have knowledge and benefit from knowledge management practices for the success of the business, are more successful than their competitors, In this study, the contribution of knowledge management practices in SMEs to the competitiveness of the business will be demonstrated. Within the scope of the research, it has tried to find answers to the questions such as what is knowledge management, and has competition superiority been achieved with knowledge management practice in SMEs. The investigation group of the study consisted of 157 enterprises accessible from 265 SMEs operating in Malatya province center. In the study, a questionnaire consisting of closed-ended and 5-point Likert scale questionnaires were used as data collection method. The hypotheses used to test whether the level of knowledge management practice is a tool for the competitive advantage of SMEs are subjected to correlation and regression analysis. As the conclusion of the study; the results showing knowledge management practices contribute to the competitiveness of SMEs were obtained. As a result of the study, the results show that knowledge management practices in terms of providing competitive advantage provide important contributions to SMEs operating in Malatya.

Keywords: Knowledge, Knowledge Management, SME, Competitiveness.

Özet

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ), varlıkları itibarıyla ülke ekonomileri için oldukça önemlidir. Küreselleşme ile birlikte yaşanan yoğun rekabet ortamında KOBİ'lerin varlıklarını sürdürebilmeleri için "bilgi" ideal bir faktör haline gelmiştir. Bugün bilgiyi elinde bulunduran ve işletmenin başarısı için bilgi yönetimi uygulamalarından faydalanan KOBİ'ler, rakiplerine göre daha başarılı olmaktadır. Bu çalışmada, KOBİ'lerdeki bilgi yönetimi uygulamalarının, işletmenin rekabet üstünlüğüne olan katkısı ortaya konulacaktır. Çalışma kapsamında bilgi yönetimi nedir, KOBİ'lerde bilgi yönetimi uygulaması ile rekabet üstünlüğü elde edilmiş midir, gibi sorulara cevap aranmıştır. Çalışmanın araştırma grubunu, Malatya il merkezinde faaliyet gösteren 265 KOBİ'den ulaşılabilen 157 işletme oluşturmuştur. Araştırmada, veri toplama yöntemi olarak kapalı uçlu ve 5'li likert ölçeğinde hazırlanmış sorulardan oluşan anket yöntemi kullanılmıştır. Bilgi yönetimi uygulama düzeyinin, KOBİ'lerin rekabet üstünlüğü sağlamlamasında bir araç olup olmadığını test etmek amacıyla oluşturulan hipotezler, korelasyon ve regresyon analizine tabi tutulmuştur. Yapılan çalışma neticesinde, rekabet üstünlüğü sağlama bakımından bilgi yönetimi uygulamalarının, Malatya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lere önemli katkılar sağladığını gösterir sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi, Bilgi Yönetimi, KOBİ, Rekabet Üstünlüğü.

¹ Bu çalışma, yazarın doktora tezinden üretilmiştir.

² Öğr.Grv.Dr. Adıyaman Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, eperktas@adiyaman.edu.tr

³ Yrd.Doç.Dr. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslar arası Ticaret ve Lojistik Bölümü, metin.aycil@hku.edu.tr

Giriş

Bilgi toplumunda işletmeler, rekabette üstünlük sağlayabilmek gayesiyle bilgiyi ellerinde bulundurmak ve bilgi teknolojilerinden olabildiğince faydalanmak istemektedirler. Özellikle küreselleşme ile birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisiyle ortaya çıkan hızlı değişim rekabetin boyutunu değiştirmiştir. Bu değişim, işletmeler açısından yenilik, yaratıcılık, hız ve maliyet gibi kavramları ön plana çıkarmıştır. Böylece küresel rekabetin olmazsa olmaz şartı olarak, geleneksel üretim faktörlerinin yanında bilgi kavramı stratejik bir değer haline gelmiştir (İnce ve Oktay, 2006:17).

Bilgi, bugün ürettiğimiz, yaptığımız, sattığımız ve satın aldığımız şeylerin asıl bileşeni halini almıştır (Stewart, 2000: 48). Gelişmiş tüm ekonomik birimler, bilgiden ekonomik değer elde etmek için öncelikle bilgiyi yönetme çabası içine girmişlerdir. Bilgiyi yöneten ve ondan ekonomik değer elde eden bireylerin, işletmelerin, kurumların ve toplumların refah düzeyleri artmıştır (Acar vd., 2003: 1).

Bugün KOBİ'ler, ülkemizde toplam işletme sayısının %99,8'ini, toplam istihdamın %74,2'sini ve yaratılan katma değer de %55'lik bölümünü oluşturarak varlıklarını hissettirmektedir. Ekonomide bu derece büyük bir öneme sahip olan KOBİ'lerde ki bilgi yönetimi uygulamaları oldukça önem arz etmektedir.

KOBİ'ler, günümüzde bilgi yönetimini uygulayarak,

- Rekabetçi avantajlarını devam ettirmek,
- Müşterilerine daha iyi hizmet sunmak,
- İşletmelerin işgücü gelişimini sağlamak,
- Çalışanlarını motive etmek,
- Yenilikçiliği desteklemek,

gibi faydaların peşindedirler (Öztürk, 2009: 2).

Bu çalışma ile KOBİ'lerin rekabet üstünlüğü sağlanmasında, bilgi yönetimi uygulamalarının ne kadar önemli olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın araştırma kısmını oluşturan Malatya il merkezindeki KOBİ'lerin, bilgi yönetimi uygulama düzeylerinin rekabet üstünlüğüne etkisi araştırılmıştır.

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ)

KOBİ'ler, tüm dünya da olduğu gibi, ülkemiz ekonomisinin de dinamik ve sürükleyici öğelerinden birisidir (Çelik ve Akgemci, 2010: 107). Genel hatlarıyla ele alındığında KOBİ'ler, düşük sermaye kullanan, daha çok emeğe dayalı, hızlı karar verebilme kabiliyetine sahip işletmelerdir. Bunun yanında çok az yönetim giderleri ile faaliyet göstererek, minimum maliyetle üretim gerçekleştirmektedirler (Uludağ ve Serin, 1990: 14). KOBİ'ler, günümüzün değişen ve zorlaşan koşullarında, dinamik, yenilikçi ve fırsatları zamanında değerlendirebilen girişimler olarak görülmektedir (Kılıç, 2011: 113).

KOBİ'lerin Tanımı

Günümüzde, KOBİ'lere ait tüm dünyada genel kabul görmüş bir tanımın yapılması son derece güçtür. Bu kavramının özü ülkelerin temel niteliklerine, bölgesel farklılıklarına ve kültürel yapılarına göre değişim gösterebilmektedir. Bu doğrultuda böyle bir tanım yapmayı güçleştiren pek çok neden bulunmaktadır. En önemli neden

olarak her ülkenin kalkınmışlık düzeyinin birbirinden farklı olması, böyle bir sınıflamanın ortaya çıkarılmasında önemli bir faktör oluşturmaktadır. Bununla birlikte, KOBİ'lerin tanımının yapılmasında ve sınıflara ayrılmasında ne tür ölçütlerden yararlanılacağı da önem taşımaktadır.

KOBİ'lerin, ortak bir tanımın yapılması ve sınıflara ayrılmasında kullanılan ölçütlerin nicelik ve nitelik yönünden sınıflandırılması Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. KOBİ'lerin Tanımlanmasında Kullanılan Ölçütler

NİCEL ÖLÇÜTLER	NİTEL ÖLÇÜTLER
Çalışan İşgören Sayısı	Girişimcilerin işletmede fiilen çalışıyor olması
Yıllık net satış hasılatı	Risk üstlenmede sorumluluğun girişimciye ait olması
Özsermaye	Girişimcinin işletme ile özdeşleşmesi
Çalışma Sermayesi	İşletme sahipliği, girişimcilik ve yöneticiliğin tek elde birleşmesi
Sabit Sermaye	Uzmanlaşma ve yöneticiliğin tek elde birleşmesi
Aktif toplamı	Uzmanlaşma ve işbölümünün derecesi
Enerji kullanımı	Sermayenin sınırlı olması ve finansal yetersizlik
Makine parkı değeri	Mülkiyetin bağımlılık derecesi
Kapasite	Yönetimin bağımlılık derecesi
Piyasa payı	Pazar payı
Ödenen vergi miktarı	İşletme veya sahiplerinin Pazar etkinliği ve gücü
İhracat payı	Sermaye piyasalarında bulunabilirlik
Üretilen katma değer	
Sermaye yapısı	
Kullanılan makine tezgâh sayı ve gücü	

Kaynak: Müftüoğlu, 2002

Yaptığı faaliyetlerle KOBİ'ler için çok önemli bir yere sahip, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), KOBİ tanımını şu şekilde yapmıştır (Çelik ve Akgemci, 2010: 109).

Değişik: 10.09.2012 tarih ve 2012/3834 sayılı kanunda yer alan, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmeliğe göre, Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ): "İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan ve bu yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimler veya girişimler olarak" tanımlanabilir (<http://www.kosgeb.gov.tr>).

Mikro işletme: On kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosundan herhangi biri bir milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.

Küçük işletme: Elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosundan herhangi biri sekiz milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.

Orta büyüklükteki işletme: İkiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosundan herhangi biri kırk milyon Türk Lirasını aşmayan işletmeler.

İktisadi hayata kattığı dinamizm ile bir ekonominin canlılığının göstergesi olan KOBİ'ler, ekonomik kalkınma süreci içinde gün geçtikçe önem kazanmış ve günümüzde tüm ekonomiler içerisinde çok önemli bir unsur haline gelmişlerdir. Çünkü KOBİ'ler, yalnızca büyük işletmelerin imal ettiği benzer mal ve hizmetleri üretip

onlarla rekabet ederek ekonomiyi canlandıran işletmeler değil, bunun yanında büyük işletmelerin üretim sürecinde kullandıkları, mamul ve yarı mamul girdilerini üreterek onları desteklemektedirler. Böylece ekonomide bir “yan sanayi” meydana getirerek büyük işletmelerle bir ortak payda oluşturmurlar (Sarıaslan, 2001: 29). Ayrıca KOBİ'ler, güvenilir bir tedarikçi ve iş ortağı olarak büyük işletmelerin tedarik zincirlerinin gelişmesinde de çok önemli katkıları vardır (Hamburg, 2014: 51).

Rekabet ve Rekabet Üstünlüğü

Rekabet, bir taraftan tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılarken, diğer taraftan da onların isteklerini gerçekleştiren ve onlar için değer yaratan stratejilerle pazarda mücadele etmek şeklinde tanımlanabilir (Alayoğlu, 2010: 30). Bir diğer tanıma göre rekabet, işletmenin varlığını koruyabilmesi ve sürdürülebilmesi için yaptığı veya yapacağı faaliyetlerin tümünü kapsayan bir kavramdır (Papatya, 2003: 9). Yine rekabet, en az iki tarafın, herkesin aynı anda elde etme imkânının olmadığı bir unsuru ele geçirmek için uğraşmasından kaynaklanan bir yarış şeklinde tanımlanabilmektedir (Emek, 2009: 42).

Rekabet, direk veya dolaylı olarak piyasaya mal ya da hizmet sunmaya gayret gösteren işletmelerin faaliyetlerini etkileyen ortam ve şartların tümünden meydana gelen bir kavramdır. İşletmeler arası rekabet; fiyat, kalite, hizmet, destek v.b. birtakım unsurlara dayanmakta ve işletmelerin amaçlarına ulaşmasında etkili olmaktadır. Değişen rekabet anlayışı, üretim üstünlüğü ile başlamış, maliyet, kalite ve hız üstünlüğü ile gelişme göstermiş ve nihayet günümüzde hizmet üstünlüğü ile de daha belirgin hale gelmiştir. Rekabet, firma ve müşterilerin hayatlarını devam ettirebilmeleri bakımından gerekli bir olgudur. İçinde bulunduğumuz dönemde küreselleşme olgusu ile hem rekabet yoğunlaşmış hem de rekabet çeşitliliği artmıştır (Tekin ve Çiçek, 2005: 63).

Rekabet üstünlüğü, temelde yeni bir şey ortaya koyma ya da geliştirme ve değişimden kaynaklanmaktadır. İşletmeler, rekabet açısından yeni bir temel buldukları vakit rakiplerine göre üstünlük sağlayabilmektedirler. Rekabet üstünlüğü, bir işletmenin içinde bulunduğu sektörde faaliyet gösteren rakiplerine göre daha başarılı olmasına imkân tanıyan özellikler toplamıdır (Beşirov, 2007: 18).

Bilgi Yönetimi

Bilgi yönetiminin ne olduğu konusuna açıklamadan önce, konunun içeriğini oluşturan bilgi kavramına kısaca değinmek yerinde olacaktır.

Bilginin önemi hayatın farklı alanlarında, politikada, sanatta, iş ve insan ilişkilerinde mutlaka uzun süreden beri bilinmekteydi. İnsanlık tarihinin çok eski dönemlerinden beri bilgiye sahip olan kişiler yüceltilmiş, bilgiye ulaşma gayesiyle yapılan çalışmalar övgüye tabi tutulmuş ve bilginin korunması ve saklanması için çok büyük bir özen gösterilmiştir (Barutçugil, 2002: 19). Bugün, rekabet avantajının bilgiyi ele geçirmekten, bilgiyi oluşturma sürecine geçtiği iktisadi bir dönemin ortalarında bulunmaktayız. Tek bir bilgiden, bilgilere geçmenin sonucu olarak yeni ekonomi bilgi tabanlı uzmanlık kavramına dayandırılmaktadır. Peter Drucker'e göre toprak, iş ve sermaye gibi klasik üretim faktörleri yerini yeni ekonominin öncelikli kaynağı olan bilgiye bırakmıştır (İnce ve Oktay, 2006: 16).

Bilgi, belirli bir düzen içindeki tecrübelerin, değerlerin, amaca yönelmiş olan enformasyonun ve uzmanlık anlayışının, yeni tecrübelerin ve enformasyonun bir araya getirilip değerlendirilmesi için gerekli yapıyı inşa eden esnek bir bileşimdir. Bu kavram, ona sahip olanların beyinlerinde ortaya çıkar ve yine beyinlerinde uygulamaya konulur. Örgütlerde ise yalnızca belgelerde veya depolarda değil olağan çalışmalarda, süreçlerde, uygulamalarda ve kurallarda da varlığını hissettirir

(Davenport ve Prusak, 2001: 27). Bilgi, örgüte değer katacak biçimde organize edilebilen, gruplanabilen, modelleştirilebilen ve harekete geçirilebilen veri olarak tanımlanabilmektedir (Beijerse, 1999: 98).

Bilginin ortaya çıktığı ilk günden bugüne kadar geçen sürede, insanlık bilgiden daha fazla yararlanmak için bilgiyi kullanmak istemiştir. İşte bu bağlamda bilgi ve bilgi yönetimi çok daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Bilginin değer kazandığı ve bilgi teknolojilerinin yeni toplumsal ve örgütsel yapıyı biçimlendirmede etkin görev üstlendiği (Öğüt, 2003: 115) bilgi toplumu ile birlikte ortaya çıkan değişimler aynı zamanda ekonomik anlamda da yeni gelişmelerin yaşanmasını sağlamıştır. Yeni ekonominin ortaya çıkardığı yeni toplum düzeninde, bireylerin ve örgütlerin sosyo-ekonomik durumlarını, bilgiye ulaşma kapasitesi, bilgi süreçlerine katılma olanakları ile bilgiden yararlanmada ki etkinlik düzeyleri belirlemektedir. Bilginin öneminin arttığı böyle bir ekonomik ve toplumsal yapı içerisinde faaliyet icra eden örgütler; ancak bilgi kaynaklarını belirleme ve değerlendirme, yeni örgütsel bilgi üretme, bilgi edinme ve geliştirme, bilgiyi paylaşma ve kullanma noktalarında başarılı oldukları (Kalkan ve Keskin, 2005: 174), yani bilgiyi yönetebildikleri takdirde yaşamlarını sürdürebilecekleri gerçeği ortaya çıkmıştır.

Bilgi yönetimi, 1990'lı yıllarda popüler olmaya başlamış günümüzde sıkça karşılaştığımız bir kavramdır. Birçok yazı, araştırma ve kitaba konu olmuştur. Bilgi temelinde şekillenen çağdaş iş çevresinde, bilgi temelli örgütlerin ihtiyaçlarına başarılı bir şekilde cevap verecek bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Efiloğlu, 2006: 71). Bilgi yönetiminin, literatürde yapılmış bazı tanımlarına aşağıda yer verilmiştir.

Bilgi yönetimi, örgütsel amaçlara etkin bir biçimde ulaşabilmesini için kişi, grup ve örgütteki bilginin kolektif ve sistematik olarak elde edilmesi, paylaşılması ve uygulanmasına imkân tanıyan yeni bir disiplindir. Bilgi yönetimi, kişiler, gruplar ve örgütün tümü için geçerlidir (Demirel ve Seçkin, 2008: 110). Bilgi yönetimi, etkili karar almaya, mal ve hizmet üretim sürecinde yeniliğe, iş değeri yaratmak için pazara uyum sağlamaya ve rekabette avantaj yakalamak için, bilgiyi itici bir güç olarak kullanma sürecidir (Salleh, 2002: 458).

Genel olarak bilgi yönetimi, bir örgütün, amaçları doğrultusunda değerini artırmak, rakipleri ile arasındaki gelişim farkını kapamak ve piyasa şartlarında ortaya çıkan rekabete direnebilmek için, örgüt dışından veya içinden her türlü bilgi kaynağını kurumun faaliyetleri ile bütünleştirerek toplaması, düzenlemesi, çalışanların her birine ulaştırması, dolayısıyla kişisel ve kurumsal verimliliğe katkı sağlanmasıdır.

Bilgi Yönetimi Süreci

Örgütler açısından çok önemli bir yere sahip olan bilgi yönetimi, örgütlerin kendilerine ait bilgilerini ortaya çıkarma ve kullanma süreçleri olarak değerlendirilebilir. Örgütün, bilgi ihtiyacının belirlenmesi, bilginin elde edilmesi, tasnif edilmesi ve saklanması, transfer edilmesi ve paylaşılması ile bilgi yönetiminin uygulanması noktasında bilginin kullanılması ve değerlendirilmesi gibi pek çok işletme fonksiyonunu içerir.

Bilgi yönetimi süreçlerinin, birbiriyle iç içe geçmiş süreçler olduğunu, birbirinden bağımsız olarak ele alınmalarının doğru olmayacağını söylemek mümkündür. Tıpkı bir yapbozun parçaları gibi, bilgi yönetimi süreçlerinin her biri bir bütünün parçasıdır ve kendi başına çok da anlamlı değildir. Bu bakımdan bilgi yönetimi süreçlerinin bir bütünlük içerisinde, birbiriyle ahenkli ve koordineli biçimde yönetilmesi gerekmektedir (Özdemir, 2006: 159).

Bilgi yönetimi sürecinin aşamalarını aşağıdaki şekilde sıralayabilmemiz mümkündür.

Bilginin elde edilmesi (Üretilmesi)

Bilginin üretilmesi denildiğinde kısaca, bir örgütün yeni ve faydalı fikirler ve çözümler üretebilme yeteneklerinden söz edilmektedir. Örgütler, geçmişteki ve hâlihazırda ki bilgi kaynaklarından elde ettikleri bilgileri, çeşitli etkileşimler neticesinde yeniden yapılandırarak ve bu bilgileri yeni gelen bilgilere de ekleyerek bilgi üretirler (Bhatt, 2001: 78).

Bilginin elde edilmesi sürecinde ihtiyaç duyulan bilgiler, örgüt içinden veya dışından sağlanabilir. O sebeple bilgi yönetiminde kullanılacak araçlar, örgütün bilgiyi iç ya da dış çevreden edinmesine göre farklılaşmaktadır. Örgütlerin dış çevreden bilgi sağlamada faydalanabilecekleri yöntemlerden biri, ihtiyaç duyulan bilginin satın alınmasıdır. Bilgiyi satın almak, bilgiye sahip olan bir kuruluşu satın almak, ihtiyaç duyulan bilgiyi içeren bir ürünü satın almak, lisans ya da patent hakkı satın almak veya bilgili insanları işe almak şeklinde gerçekleştirilebilir (Beijerse, 2000: 167). Bir başka yöntemde, örgütlerin gerekli bilgiyi kiralamasıdır. Bu durumda sıkça karşılaşılan bir uygulama örgütün, elde edilecek sonuçların ilk ticari kullanım hakkı karşılığında bir üniversite veya başka bir kurumda yapılacak araştırmayı parasal olarak desteklemesidir. Bilginin kiralınmasına örnek diğer bir uygulama olarak, bir proje için danışman kiralınması gösterilebilir (Lengnick ve Lengnick, 2000: 91).

Diğer taraftan, her ne kadar örgütler için ihtiyaç duyulan bilginin bir şekilde elde edilmesi önemli olsa da örgütlere esas rekabet avantajı kazandıran husus, kendi içinde bilgi üreten bir örgüt olmaları ve yeni bilgi üretebilme kapasitesidir (Malthora, 2000: 72). İhtiyaç duyulan bilgilerin örgüt içinden elde edilmesi, örgüt bünyesindeki örtülü, açık veya geçici türdeki bilgilerin, ihtiyaç duyan çalışanlarca kullanılabilir duruma getirilmesi sürecidir (Rollett, 2003: 60).

Bilginin tasnif edilmesi ve saklanması

Bilgi yönetim sürecinin ikinci adımını, üretilen veya elde edilen bilginin düzenlenip saklanması oluşturmaktadır. Bilginin hem bilgi yönetimi çalışmaları, hem de örgüt açısından değer taşıyabilmesi için onun, tasnif edilmesi (sınıflandırılması), belli bir biçime sokulması ve saklanması gerekmektedir (Offsey, 1997: 114). Bilginin tasnif edilmesi ve saklanması, bilginin kullanılması açısından önem taşıdığı gibi ileride yeniden kullanılması açısından da gereklidir. Böylelikle bilgi, bir bakıma bireylerin mülkiyetinden çıkarak örgüte mal olacaktır (Nemati, 2002: 2).

Bilginin tasnif edilmesi; bilginin toplanması, tanımlanması, içeriğinin tespit edilmesi ve hangi işe yaracağına açıklanması, kullanılmaya ve saklanmaya uygun bir şekle dönüştürülmesi anlamına gelmektedir. Örgüt açısından en güvenilir bilgi kaynağı; sosyal manada yapılandırılmış, sınıflandırılmış, çalışanların tümü tarafından paylaşılan, kabul edilen ve kullanılabilir durumda olan bilgidir. Bu bakımdan bilginin sınıflandırılması, örgütün bilgi potansiyelini güvenilir bir bilgi kaynağına dönüştürmesini amaçlayan önemli bir süreçtir (Efiloğlu, 2006: 107). Tasnif süreci aynı zamanda örgütün bilgi kaynaklarının bir çeşit envanterinin çıkarılmasına ve mevcut bilgi potansiyelinin ortaya konulmasına da yardımcı olmaktadır. Buna ek olarak bilginin tasnif edilmesi, işe yaramayan veya güncelliğini yitirmiş bilgi ve enformasyonun elenmesini sağlayarak, bir çeşit filtreleme fonksiyonunu da görmektedir (Öztürk, 2005: 48).

Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması

Bilgi yönetimi sürecinin üçüncü aşamasını, bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması oluşturmaktadır. Üretilen veya ele geçirilen bilgi, ihtiyacı karşılayacak şekilde tasnif edilip belirli bir şekle sokulduktan sonra, çalışanlara en kısa ve kolay yoldan

erişebilecekleri biçimde dağıtılmalı ve paylaşılmalıdır. Bu bakımdan bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması, çalışanların lazım olan bilgiye mümkün olduğunca kolay ve çabuk bir şekilde ulaşabilmelerine imkân sunan sistem, uygulama ve süreçlerin tamamını içerisine almaktadır (Zaim, 2005: 203).

Bilgi yönetimi, örgütün bilgi potansiyelinden maksimum düzeyde istifade etmek ve çalışanlar arasındaki bilgi paylaşımını desteklemek suretiyle sinerji etkisinden yararlanarak daha fazla bilgi üretebilmeyi amaçlamaktadır (Robertson, 2002: 295). Bilginin değeri; dağıtılması, transfer edilmesi, paylaşılması ve çalışanlar tarafından içselleştirilmesi ile gerçekleşmektedir. Eğer bilgi, kişilerin zihinlerinde, veri depolarında, dosyalarda veya bilgisayar belleklerinde duruyorsa örgüt bakımından fazla bir değer taşımamaktadır. Örneğin, bir işlemle ilgili yapılan bir hata kaydedilmiş ancak başkalarına transfer edilmemişse aynı hatayı başkalarının da tekrar etmesi kaçınılmazdır (Goh, 2002: 24).

Bilgi, diğer üretim kaynaklarının aksine, paylaşıldıkça ve dağıtıldıkça değerlenen bir kaynaktır. Zira bilgi transferinde, bilgiyi nakledenin bilgisinde bir azalma olmaz, diğerinin bilgisinde bir artış meydana gelmektedir. Hatta genellikle bu etki karşılıklı gelişeceğinden, transfer işlemi her iki tarafın da bilgisinin artmasını sağlar (Zaim, 2005: 204).

Bilgi yönetiminin uygulanması (Bilginin kullanılması ve değerlendirilmesi)

Bilginin üretilmesi, geliştirilmesi, tasnifi, saklanması ve transfer edilmesi gibi faaliyetlerin tamamı önemli olsa da bilgi ancak kullanıldığı ve değerlendirildiği ölçüde örgütlere fayda sağlar. Bir başka ifade ile bilginin yönetilmesi ancak üretilen, tasnif edilen ve paylaşılan bilgi, örgüte değer katacak biçimde kullanıldığında anlamlı bir faaliyete dönüşür (Nonaka ve Takeuchi, 1995: 125). Dolayısıyla günümüzün gittikçe belirsizleşen çevre şartlarında, firmaların başarısı ve ayakta kalabilmesi büyük ölçüde kendisine rekabet avantajı kazandıran bilgi kaynaklarına sahip olmasına ve bu kaynakları şirketin hedefleri doğrultusunda en etkili biçimde kullanabilme kabiliyetine bağlıdır (Uzun, 2006: 85).

Bilgiyi uygulamak ve kullanmak bir örgütün hayatta kalabilmesi için en önemli prensip olarak göze çarpmaktadır. Ele geçirilen bilgiyi sadece korumak ve saklamak bir anlam ifade etmemektedir. Burada önemli olan nokta, sahip olunan bu bilgiyi ihtiyacı olan çalışana kullandırmaktır. Bir raftaki kitapların içinde sıkışıp kalmış bilginin bireylere, ailelere, işletmelere ve de toplumlara bir yararı olur. Ancak insanlar tarafından kullanıldıkça, bilgi bir değer ifade eder (Gün, 2006: 50).

Bilgi yönetiminin uygulanması, bilginin örgüt çıkarına uygun yararlı ve etkili bir biçimde kullanılması ve değerlendirilmesidir. Burada bilgi, örgüte değer katar ve böylelikle bilgi yönetimi nihai amacına ulaşmış olur. Bununla birlikte bilginin kullanılması ve değerlendirilmesi, bilgi yönetiminin sonuçlarının ölçülmesi bakımından da çok önemli bir yere sahiptir (Zaim, 2005: 227).

Bilginin asıl kullanım alanı, sorunları çözmesi ve kurumun hedeflerine ve amaçlarına ulaşmasını sağlamasıdır. Bilgiden değer yaratmak için onu örgütün belirli bir yönünde kullanmak gerekir. Örneğin, bilgi işletmelerde ürün geliştirme, süreçlerin zenginleştirilmesi, pazarlama ve müşteri etkileşiminin aktif hale getirilmesi biçiminde kullanılabilir. Daha fazla ve daha kaliteli ürün üreterek satmak, daha iyi bir müşteri destek hattı kurmak, daha çok müşteri kazanmak veya eldekileri korumak gibi bilgi uygulamasının birbirinden farklı çok sayıda amacı olabileceğine işaret edilmektedir (Durna vd., 2006: 645). Bilgi yönetimi uygulamalarının başarısı, bilginin etkili ve etkin biçimde kullanılmasına, bu bilginin davranışlara yansımaya ve uygulamaya geçirilmesine bağlı olmaktadır (Demircan ve Moltay, 1997: 65).

Yöntem ve Bulgular

Araştırmanın Amacı

Bilgi yönetimi, KOBİ'lere stratejik bir önem kazandırmaya başlamıştır. Küreselleşme, coğrafi sınırların önemini azaltırken, rekabetin şeklini ve boyutunu da etkilemiştir. Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin küreselleşmeye ayak uydurabilmesinde bilgi yönetiminin önemli katkısı olacaktır.

Bu doğrultuda çalışmanın amaçlarını, aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

- Bilgi yönetiminin, KOBİ'ler açısından önemini vurgulamak,
- KOBİ'lerde, bilgi yönetimi uygulamalarının rekabet üstünlüğüne olan katkıları ortaya koymak,

Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini, sektör ayırımı gözetilmeksizin, Malatya ilinde faaliyet gösteren I. ve II. Organize Sanayi Bölgesi'ndeki toplam 265 KOBİ, örneklemini ise basit tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen 157 KOBİ oluşturmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi ve Ölçüm Araçları

Araştırmada, veri toplama yöntemi olarak kapalı uçlu ve 5'li likert ölçeğinde hazırlanmış sorulardan oluşan anket yöntemi kullanılmıştır. Alan ile ilgili yanıt verenlerden 5'li sınıflama esasına göre tepkilerini göstermeleri istenmiştir. Bu sınıflamadaki kategorilere 1'den 5'e kadar değer verilmiş ve analizler bu değerler üzerinden yapılmıştır. Ölçüm hatalarını en aza indirebilmek amacıyla anket işletmenin yönetici düzeyindeki personeline uygulanmıştır. Anket, KOBİ'lere yapılan bire bir ziyaret ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Anketin birinci bölümü araştırmaya katılan KOBİ'lerin demografik özelliklerini ölçmeye yönelik sorulardan, anketin ikinci bölümü ise katılımcıların demografik özelliklerini ölçen sorulardan oluşmuştur.

Anketin üçüncü bölümünde, KOBİ'lerin bilgi yönetimi sürecini ölçmek üzere Gökçe (2006) tarafından geçerleme ve güvenilirlik çalışmaları yapılmış, üç alt boyuttan oluşan, toplamda 19 maddeli bilgi yönetimi süreci ölçeği kullanılmıştır. Bilgi yönetimi süreci ölçeğinin ilk alt boyutu, 6 maddeden oluşan ve bilginin elde edilmesi boyutu, ikinci alt boyut, 4 maddeden oluşan bilginin transfer edilmesi ve saklanması boyutu, üçüncü ve son alt boyut ise 9 maddeden oluşan bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması boyutudur. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach α), bilginin elde edilmesi boyutu 0,702, bilginin tasnif edilmesi ve saklanması boyutu 0,810 ve bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması boyutu 0,900 olarak tespit edilmiştir.

Anketin dördüncü bölümü, bilgi yönetimi uygulama düzeyini ölçmek üzere Öztürk (2009) tarafından geçerleme ve güvenilirlik çalışmaları yapılmış, bir başka çalışmadan (Gün, 2006) yararlanılarak hazırlanan, 11 maddeli bilgi yönetimi uygulama düzeyi ölçeğidir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach α), 0.849 olarak tespit edilmiştir.

Anketin beşinci ve son bölümü ise rekabet düzeyini ölçmek üzere Turunç (2006) tarafından, geçerleme ve güvenilirlik çalışmaları yapılan doktora çalışmasından yararlanılarak hazırlanan, 11 maddeli rekabet düzeyi ölçeğidir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı (Cronbach α), 0.880 olarak tespit edilmiştir.

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, uygulanan anket neticesinde araştırmaya katılan KOBİ'lere yönelik istatistiksel analizlere yer edilmiştir. Yapılan frekans analizleri sonucunda ortaya çıkan veriler sayı (n) ve yüzde (%) ile ifade edilerek yorumlanmıştır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan KOBİ'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektör ve Yasal Statüsü

Değişkenler	Sayı (n)	Yüzde (%)
<i>Faaliyet Gösterilen Sektör</i>		
Tekstil	31	19,7
Gıda	47	29,9
Çimento Sanayi	5	3,2
Kâğıt Sanayi	4	2,5
Plastik	5	3,2
Orman Ürünleri (Mobilya vb.)	11	7,0
Kimya	5	3,2
Elektronik Sanayi	2	1,3
Makine	15	9,6
Diğerleri	32	20,4
Toplam	157	100
<i>Yasal Statü</i>		
Şahıs Şirketi	11	7,0
Limited Şirketi	130	82,8
Anonim Şirket	16	10,2
Toplam	157	100

Tablo 2'de araştırmaya katılan KOBİ'lerin faaliyet gösterdiği sektöre göre dağılımlarına yer verilmiştir. Tabloda da görüleceği üzere, toplam işletme sayısının %29,9 (n=47)'u gıda sektörü, %19,7 (n=31)'sini tekstil, %9,6 (n=15)'sini makine, %7 (n=11)'sini orman ürünleri, %3,2 (n=5)'lik oranlarıyla çimento sanayi, plastik ve kimya, %2,5 (n=4)'ünü kâğıt sanayi, %1,3 (n=2) elektronik sanayi ve %20,4 (n=32)'lik oranıyla diğer sektörler oluşturmaktadır.

Yine aynı tabloda çalışmaya katılan işletmelerin yasal statülerine bakıldığında, işletmelerin %82,8 (n=130)'i Limited şirket, %10,2 (n=16)'si Anonim şirket ve %7 (n=11)'i ise Şahıs şirkettir.

Normallik testi

Tablo 3. Normallik Testi Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
Bilginin elde edilmesi	0,160	157	0,230
Bilginin tasnif edilmesi ve saklanması	0,302	157	0,170
Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması	0,198	157	0,215
Bilgi yönetimi uygulama düzeyleri	0,176	157	0,195
Rekabet	0,178	157	0,122

Yapılan normallik testi sonucunda, örneklem grubunun büyüklüğü 50'den fazla olduğundan Kolmogorov-Smirnov testi ile verilerin incelenmesine karar verilmiştir. Kolmogorov-Smirnov testi, yaygın olarak bir normallik testi olarak kullanılmaktadır. Başka bir ifadeyle, K-S testi, örneklemde elde edilen verinin önceden belirlenmiş teorik bir dağılıma uyumluluk gösterip göstermediğini sınamak için kullanılır (Gürbüz

ve Şahin, 2016: 244). İncelenen Kolmogorov-Smirnov'a göre verilerin normal dağılımdan geldiği ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

Faktör Analizi

Faktör analizi; birbirleriyle ilişkili çok sayıdaki maddelerin bir araya getirilerek, birbirleriyle tutarlı daha az sayıda faktör elde etmeyi ve maddelerin oluşturduğu yapıların örüntüsünü keşfetmeyi amaçlayan, çok değişkenli analizlerin genel adıdır. Başka bir ifadeyle faktör analizi, araştırmanın odağında bulunan çok sayıdaki değişkenin aslında birkaç temel değişkenle (faktörle) ifade edilemeyeceğini inceler (Gürbüz ve Şahin, 2016: 309). Özetle, faktör analizi, bir konuda deneklerin verdiği cevaplara göre değişkenler arasındaki korelasyon hesaplanarak, birbirleriyle ilişkili olan ve aynı boyutu ölçen değişkenlerin gruplandırılması sonucu faktör elde etme işlemidir (Ural ve Kılıç, 2013: 275).

I. Bilgi Yönetimi Süreci Ölçeği

Aşağıda Tablo 4'de görüleceği üzere KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) değerinin 0,835 olması, örneklemin faktör analizi için yeterli sayıda olduğuna işaret etmektedir (en az 0,60 olması gerekir). Aynı tablodaki Bartlett's Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) sonucunun (Sig. =0,000) anlamlı olması ($p< 0,05$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizi yapılabileceği anlamına gelmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 319).

Tablo 4. KMO and Bartlett's Test Tablosu

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,835
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1559,547
	df	171
	Sig.	,000

Çalışmamızın veri yapılarının uygun olup olmadığını tespit etmek için keşfedici faktör analizi (KFA) yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 5'de sunulmuştur. Tabloda da görüleceği üzere yapılan KFA neticesinde, maddelerin “başlangıç öz değeri (eigenvalues)” 1 den büyük olan 3 faktörden oluşan, toplam varyansın % 56,786'ını açıklayan bir yapıda olduğu görülmüştür.

Tablo 5. Toplam Açıklanan Varyans Oranları Tablosu

İfade	Başlangıç Eigen Değeri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Toplamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif f (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif f (%)	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)
1	7,520	39,578	39,578	7,520	39,578	39,578	5,254	27,650	27,650
2	1,852	9,746	49,324	1,852	9,746	49,324	3,099	16,310	43,960
3	1,418	7,462	56,786	1,418	7,462	56,786	2,437	12,826	56,786
4	1,029	5,414	62,199						
5	,936	4,924	67,123						
6	,823	4,331	71,454						
7	,782	4,117	75,571						
8	,720	3,792	79,363						
9	,666	3,503	82,866						

10	,492	2,590	85,456						
11	,481	2,530	87,986						
12	,468	2,461	90,446						
13	,398	2,094	92,540						
14	,370	1,947	94,487						
15	,331	1,744	96,231						
16	,233	1,227	97,458						
17	,206	1,087	98,545						
18	,163	,859	99,404						
19	,113	,596	100,000						

Bilgi yönetimi süreci ölçeğinin yapı geçerlilik ve güvenilirlik değerlerini elde etmek üzere yapılan uygulama neticesinde, 19 maddeden oluşan ölçeğin, uygulamamızda kullanılabilirlikte ve Tablo 6'da açıklandığı üzere birinci faktörde 6, ikinci faktörde 4 ve üçüncü faktörde 9 maddeden oluştuğu görülmektedir.

Tablo 6. Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi Tablosu

	Bilginin Transfer Edilmesi	Bilginin Elde Edilmesi	Bilginin Tasnif Edilmesi ve Saklanması
v18		,694	
v19		,509	
v20		,547	
v21		,557	
v22		,696	
v23		,621	
v25			,534
v26			,800
v27			,782
v28			,429
v29	,513		
v30	,807		
v31	,729		
v32	,747		
v33	,665		
v34	,726		
v35	,794		
v36	,498		
v37	,722		

II. Bilgi Yönetimi Uygulama Düzeyi Ölçeği

Aşağıda Tablo 7'de görüleceği üzere KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) değerinin 0,837 olması, örneklemin faktör analizi için yeterli sayıda olduğuna işaret etmektedir (en az 0,60 olması gerekir). Aynı tablodaki Bartlett's Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) sonucunun (Sig. =0,000) anlamlı olması ($p < 0,05$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizi yapılabileceği anlamına gelmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 319).

Tablo 7. KMO and Bartlett's Test Tablosu

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,837
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	648,821
	df	55
	Sig.	,000

Tablo 8. Toplam Açıklanan Varyans Tablosu

İfade	Başlangıç Eigen Değeri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)		Toplam	Varyans (%)
1	4,573	41,573	41,573	4,573	41,573	41,573
2	1,369	12,443	54,016			
3	,997	9,068	63,083			
4	,888	8,074	71,157			
5	,763	6,934	78,092			
6	,617	5,607	83,698			
7	,498	4,530	88,228			
8	,392	3,566	91,795			
9	,319	2,897	94,691			
10	,309	2,805	97,497			
11	,275	2,503	100,000			

Çalışmamızın veri yapılarının uygun olup olmadığını tespit etmek için keşfedici faktör analizi (KFA) yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 8'de sunulmuştur. Tabloda da görüleceği üzere yapılan KFA neticesinde, maddelerin “başlangıç öz değeri (eigenvalues)” 1'den büyük olan Tablo 9'da görüleceği üzere bir faktörden oluşan, toplam varyansın % 41,573'ini açıklayan bir yapı da ortaya çıkmıştır.

Tablo 9. Bileşenler Matrisi Tablosu

	Bilgi Yönetimi Uygulama Düzeyi DüzeyDüzeyi
v38	,682
v39	,617
v40	,528
v41	,743
v42	,564
v43	,781
v44	,539
v45	,505
v46	,639
v47	,720
v48	,704

Bilgi yönetimi uygulama düzeyi ölçeğinin yapı geçerlilik ve güvenilirlik değerlerini elde etmek üzere yapılan uygulama neticesinde, Tablo 9'da anlaşılacağı üzere tüm soruların tek faktörde toplandığı görülmüştür.

III. Rekabet Ölçeği

Aşağıda Tablo 10'da KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) değerinin 0,879 olması, örneklemin faktör analizi için yeterli sayıda olduğuna işaret etmektedir (en az 0,60 olması gerekir). Aynı tablodaki Bartlett's Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) sonucunun (Sig. =0,000) anlamlı olması ($p < 0,05$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için uygun olduğunu ve faktör analizi yapılabileceği anlamına gelmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 319).

Tablo 10. KMO and Bartlett's Test Tablosu

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,879
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1003,758
	Df	55
	Sig.	,000

Tablo 11. Toplam Açıklanan Varyans Tablosu

İfade	Başlangıç Eigen Değeri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı		
	Toplam	Varyans (%)	Kümülatif (%)		Toplam	Varyans (%)
1	5,712	51,926	51,926	5,712	51,926	51,926
2	1,217	11,065	62,992			
3	1,013	9,207	72,199			
4	,779	7,080	79,279			
5	,525	4,770	84,049			

6	,459	4,169	88,217			
7	,332	3,016	91,234			
8	,312	2,838	94,072			
9	,263	2,393	96,464			
10	,225	2,047	98,511			
11	,164	1,489	100,000			

Çalışmamızın veri yapılarının uygun olup olmadığını tespit etmek için keşfedici faktör analizi (KFA) yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 11'de sunulmuştur. Tabloda da görüleceği üzere yapılan KFA neticesinde, maddelerin “başlangıç öz değeri (eigenvalues)” 1'den büyük olan bir faktörden oluşan, toplam varyansın % 51,926'ını açıklayan bir yapı da ortaya çıkmıştır.

Tablo 12. Bileşenler Matrisi Tablosu

	Rekabet Ölçeği
v49	,777
v50	,723
v51	,863
v52	,706
v53	,730
v54	,684
v55	,790
v56	,723
v57	,727
v58	,807

Rekabet ölçeğinin yapı geçerlilik ve güvenilirlik değerlerini elde etmek üzere yapılan uygulama neticesinde, Tablo 12'den anlaşılacağı üzere tüm soruların tek faktörde toplandığı görülmüştür.

Güvenilirlik analizi

Araştırma çerçevesinde uygulanan anketin birden fazla soru ile ölçülen değişkenlerine ilişkin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 13'de verilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğine ilişkin veriler, ölçek maddeleri arasındaki korelasyonun ortalamasına dayanan bir iç tutarlılık modeli olan Cronbach Alfa katsayısı vasıtasıyla değerlendirilmiştir. Güvenilirlik analizi neticesinde, ölçeğin güvenilir olduğunun söylenebilmesi için “0” ve “1” değerleri arasında değişen alfa katsayısının 0,60'dan yüksek olması beklenmektedir (Hair vd., 1995: 431).

Tablo 13. Güvenilirlik Analizi Sonuç Tablosu

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
1. Bilgi Yönetimi Süreci Ölçeği		
1.1. Bilginin Elde Edilmesi Boyutu	6	0,702
1.2. Bilginin Tasnif Edilmesi ve Saklanması Boyutu	4	0,810
1.3. Bilginin Transfer Edilmesi ve Paylaşılması Boyutu	9	0,900
2. Bilgi Yönetimi Uygulama Düzeyleri	11	0,849
3. Rekabet Üstünlüğü	11	0,880

Tablo 13 incelendiğinde, bilgi yönetimi süreci ölçeğini oluşturan, bilginin elde edilmesi boyutunun Cronbach Alfa değeri 0,702, bilginin tasnif edilmesi ve saklanması boyutunun Cronbach Alfa değeri 0,810, bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması boyutunun Cronbach Alfa değeri 0,900'dir. Ayrıca bilgi yönetimi uygulama düzeyleri ölçeğinin Cronbach Alfa değerinin 0,849 ve rekabet üstünlüğü ölçeğinin Cronbach Alfa değerinin ise 0,880 olduğu görülecektir. Bu durum, araştırma için uygulanan anketin $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında değerler alarak "yüksek derecede güvenilir" olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın Ana Değişkenleri Arasındaki İlişkiler ve Hipotez Geliştirme

Bu bölümde, çalışmada kullanılan ölçeği oluşturan ana değişken (rekabet üstünlüğü) ile alt değişkenler (bilginin elde edilmesi, bilginin tasnif edilmesi ve saklanması, bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması ile bilginin kullanılması ve değerlendirilmesi) arasındaki ilişkiler açıklanarak, alt değişkenlerin ana değişkeni etkileme düzeyleri ortaya konulacaktır.

Bilginin elde edilmesi ile rekabet üstünlüğü arasındaki ilişki

Üst düzey bilgi, rekabetçi avantajın sadece kaynağı değil, adeta önkoşuludur (Terrett, 1998: 69). İşletmelerin, rekabet avantajı elde edebilmeleri için organizasyon içinde bilgi oluşturma ve başka kaynaklardan paylaşım yoluyla ya da tek yönlü elde etme şeklinde bilgi toplamları gerekir. İşletme yöneticilerinin de bu süreci desteklemeleri başarıyı daha da artırır. Bu çerçevede rekabetçi avantaj, yönetici ve çalışan bütün organizasyonun birbirlerine güvenmeleri, bilginin rekabet avantajı sağlamadaki önemini iyi bilmeleri, inanmaları ve yöneticilerin de bunu sağlaması durumunda gerçekleşir (Doğan ve Kılıç, 2009: 45-46). Özellikle teknoloji temelli çalışan genç işletmeler, organizasyonlar arası ilişkileri canlı tutarak dışarıdan bilgi toplayabilmek, bilgiyi geliştirerek kullanabilmek ve dolayısıyla rekabetçi avantaj elde edebilmek için çaba gösterirler (Tsai, 2001: 1003). İşletmelerin gelişim ve büyümesinde itici güç olan öğrenme sürecindeki bilgi toplama (Penrose, 1995: 53-55), yeni üretim fırsatları oluşturur (Penrose, 1995: 42) ve işletmenin bu fırsatları geliştirme yeteneğini artırır, bu durum da işletmelere rekabet üstünlüğü kazandırır.

H₁: Bilginin elde edilmesinin rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Bilginin tasnif edilmesi ve saklanması ile rekabet üstünlüğü arasındaki ilişki

İşletmeler açısından rekabet üstünlüğü sağlayan bilginin saklanması oldukça önemlidir. Bilginin saklanması, doğası gereği zordur. Bu noktada işbirliği, iş gören davranış kuralları, iş tasarımları gibi uygulamalarla bilgiyi korumak için adımlar atılabilir. İşletmeler, kendileri için önemli olan bilgiye herkesin erişimini engelleyecek ve firmadaki bilgi akışını izleyecek teknolojileri geliştirmelidir. Ayrıca, çalışanların

firmayla ilgili sahip oldukları gizli bilgiler üzerinde işletmenin tasarruf hakkını, çalışanlar işten ayrıldıktan sonra da koruyan sözleşmeler yapılmalıdır. Bilginin korunmasına yönelik düzenlemelerin ve programların geliştirilmesi gibi birtakım uygulamalar da bilginin saklanmasına yardımcı olacaktır. Rekabetin kaynağını oluşturan bilginin; eşsiz ve taklit edilemez olması gerekmektedir (Gold vd. 2001).

H₂: Bilginin tasnif edilmesi ve saklanmasının rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Bilginin transfer edilmesi ve paylaşımı ile rekabet üstünlüğü arasındaki ilişki

Örgüt içindeki bilgi paylaşım miktarının artması, çalışanların sahip oldukları bilgilerin örgüt içerisinde ikame edilebilmesi açısından riski azaltıcı bir etkisi vardır. Bu paylaşım bilginin, çalışanların kendilerine sakladıkları bir güç olmaktan çıkarılıp kuruma mal edilmesini sağlar (Yalçınkaya, 2013: 41).

Bir organizasyonun faaliyetlerini gerçekleştirmek için kendi bünyesindeki bireyler ve takımlar arasında bilgi paylaşımı kapasitesi, sektörlerin çoğunda rekabetçi avantaj bakımından yaşamsal önemi olan bir kaynak olarak görülür (Dierickx ve Cool, 1989: 1509-1510; Kogut ve Zander, 1992: 384; Nonaka ve Takeuchi, 1995: 7; Teece vd., 1997: 528-529). Bununla birlikte, işletmelerin zaten var olan dışsal bilgiye ek olarak anahtar müşterilerinden edindiği dışsal bilgiyi artırması, firmanın bilginin değerini bilmesine, tekrar etmesine, yoğun etkileşime ve bilgiyi paylaşma istekliliğine bağlıdır (Dyer ve Singh, 1998: 676; Dyer ve Nobeoka, 2000: 364-365).

H₃: Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılmasının rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Bilgi yönetimi uygulama düzeyi ile rekabet üstünlüğü ilişkisi

Çağımıza, bilginin üretim için temel kaynak olduğu, bilgi üretimi ve iletiminin yaygınlaştığı, bilgi üretimi ve dağıtımında çalışanların çoğunlukta olduğu, sürekli öğrenme ve bilgilenme yoluyla değişimin ve gelişimin kaçınılmaz olduğu enformatik yüzyıl ya da bilgi çağı denilmektedir (Balay, 2004: 66; Beijerse, 2000: 162). Çağın gereği olarak işletmecilikte en değerli sermayelerden biri olan bilginin yönetimi önemli bir yere sahiptir. Yaratıcılık ve yenilik kanalıyla değer katan bilgi, entelektüel sermayenin kalbidir. Entelektüel sermaye ise işletmelerin taklit edilemeyen değerlerini kapsamaktadır. Bir zamanlar işletmelerin kârlılık ve başarıda gösterge olarak kabul ettikleri fiziksel varlıkların artışının yerine artık entelektüel sermaye kapsamındaki soyut varlıkların artışı başarı ve katma değer olarak görülmeye başlanmıştır (Aksoy ve Dinçmen, 2008: 99; Demirel ve Seçkin, 2008:120; Doğan ve Kılıç, 2009: 45).

Her zaman bilginin en stratejik kaynak olduğu vurgulanmıştır. Bu nedenle, bilgi yönetimi uygulamaları ile rekabet üstünlüğü arasında bağlantıların olduğu düşünülmektedir ve bu bağlantıların incelenmesi gittikçe ilgi çeken bir alan olmuştur (Lopez, 2000: 11).

Bilgi yönetimi süreci ile verilerin toplanması, işlenmesi ve kullanımında etkinlik ve dolayısıyla müşteri memnuniyetinin artırılması, yeni ürün geliştirilmesi, yeni pazarlara girilmesi (İraz, 2005: 250), müşteri bağlılığı sağlanması bakımından ve pazarlama yönetiminde firmaya rekabetçi özellikler kazandırılabilir (Darroch ve McNaughton, 2003: 572).

Örgütleri rekabette kendilerini farklı hale getirecek, diğerleriyle aralarına mesafe koyacak en iyi yöntem, bilgidен yararlanma kalitesiyle yakından ilişkilidir. Bilgiye ulaşma, onu yönetme ve kullanıma sokma biçimi kazanmayı ya da kaybetmeyi belirler. Rakiplerin sayısal olarak arttığı, piyasa ve rakipler hakkında bilginin çoğaldığı

günümüz rekabet yapısında örgütleri etkin bir bilgi akış sistemi haline getirebilenler kazananlar olacaktır (İnce ve Oktay, 2006: 18-19).

H4: Bilgi yönetimi uygulama düzeyinin rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez Testleri

Tablo 14. Değişkenlere Ait Korelasyon Tablosu

	Rekabet Üstünlüğü	Bilginin Elde Edilmesi	Bilginin Tasnif Edilmesi ve Saklanması	Bilginin Transfer Edilmesi ve Paylaşılması	Bilgi Yönetimi Uygulama Düzeyleri
Rekabet Üstünlüğü	r 1				
	p				
Bilginin Elde Edilmesi	r 0,362**	1			
	p 0,000				
Bilginin Tasnif Edilmesi ve Saklanması	r 0,472**	0,485**	1		
	p 0,000	0,000			
Bilginin Transfer Edilmesi ve Paylaşılması	r 0,531**	0,511**	0,618**	1	
	p 0,000	0,000	0,000		
Bilgi Yönetimi Uygulama Düzeyleri	r 0,470**	0,542**	0,692**	0,703**	1
	p 0,000	0,000	0,000	0,000	

**p<0,05

Bilginin elde edilmesi ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır (p<0,01) (0,20<r<0,40) (r=0,362). Yani başka bir ifadeyle bilginin elde edilme durumu arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir.

Bilginin tasnif edilmesi ve saklanması ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki vardır (p<0,01) (0,40<r<0,60) (r=0,472). Yani başka bir ifadeyle bilginin tasnif edilmesi ve saklanması arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir.

Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki vardır (p<0,01) (0,40<r<0,60) (r=0,531). Yani başka bir ifadeyle, bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir.

Bilgi yönetimini uygulama düzeyi ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki vardır (p<0,01) (0,40<r<0,60) (r=0,470). Yani başka bir ifadeyle, bilgi yönetimi uygulama düzeyleri arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir.

Tablo 15. Bilginin Elde Edilmesinin Rekabet Üstünlüğü Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Rekabet Üstünlüğü	Sabit (constant)	R ²	Düzeltilmiş R ²	F	Anlamlılık F	Standardize edilmiş Beta	t değeri	P değeri	Durbin-Watson	VIF
Bilginin Elde Edilmesi	2,665	0,131	0,125	23,364	0,000*	0,362	4,834	0,000*	1,492	1,000

Bağımsız Değişken: **Bilginin Elde Edilmesi**

Bağımlı Değişken: **Rekabet Üstünlüğü**

Analize başlanmadan regresyon analizinin varsayımlarının gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmıştır. İlk olarak korelasyon analizleri tablosu ile (Tablo 14) bilginin elde edilmesi ile rekabet üstünlüğü arasındaki ilişki incelenmiş ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değerinin 1,492 olarak bulunduğu bu değer de 1'den büyük olduğu için oto korelasyonun bulunmadığı aynı zamanda VIF değerinin 1,00 olarak bulunduğu bu değer de 10'dan küçük olduğu için çoklu bağıntı probleminin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıda yorumlanan modelin rekabet üstünlüğünün açıklaması için kullanılması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde: Bilginin elde edilmesinin, rekabet üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilginin elde edilmesinin, rekabet üstünlüğü üzerinde (0,05 anlamlılık seviyesinde) %12,5 oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H₁ hipotezi** kabul edilmiştir. Regresyon modeli aşağıdaki gibidir.

Rekabet Üstünlüğü=2,665+0,362* Bilginin Elde Edilmesi

Tablo 16. Bilginin Tasnif Edilmesi ve Saklanması Rekabet Üstünlüğü Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Rekabet Üstünlüğü	Sabit (constant)	R ²	Düzeltilmiş R ²	F	Anlamlılık F	Standardize edilmiş Beta	t değeri	P değeri	Durbin-Watson	VIF
Bilginin Tasnif Edilmesi ve Saklanması	2,593	0,223	0,218	44,504	0,000*	0,472	6,671	0,000*	1,405	1,000

Bağımsız Değişken: **Bilginin Tasnif Edilmesi ve Saklanması**
Bağımlı Değişken: **Rekabet Üstünlüğü**

Analize başlanmadan regresyon analizinin varsayımlarının gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmıştır. İlk olarak korelasyon analizleri tablosu ile (Tablo 14) bilginin tasnif edilmesi ve saklanması ile rekabet üstünlüğü arasındaki ilişki incelenmiş ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değerinin 1,405 olarak bulunduğu bu değer de 1'den büyük olduğu için otokorelasyonun bulunmadığı aynı zamanda VIF değerinin 1,00 olarak bulunduğu bu değer de 10'dan küçük olduğu için çoklu bağıntı probleminin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıda yorumlanan modelin rekabet üstünlüğünün açıklaması için kullanılması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde: Bilginin tasnif edilmesi ve saklanmasının, rekabet üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilginin tasnif edilmesi ve saklanmasının, rekabet üstünlüğü üzerinde (0,05 anlamlılık seviyesinde) %21,8 oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H₂ hipotezi** kabul edilmiştir. Regresyon modeli aşağıdaki gibidir.

Rekabet Üstünlüğü=2,593+0,472* Bilginin Tasnif Edilmesi Ve Saklanması

Tablo 17. Bilginin Transfer Edilmesi ve Paylaşılması Rekabet Üstünlüğü Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Rekabet Üstünlüğü	Sabit (constant)	R ²	Düzeltilmiş R ²	F	Anlamlılık k F	Standardize edilmiş Beta	t değeri	P değeri	Durbin-Watson	VIF
Bilginin Transfer Edilmesi ve Paylaşılması	2,054	0,282	0,278	60,939	0,000*	0,531	7,806	0,000*	1,552	1,000

Bağımsız Değişken: **Bilginin Transfer Edilmesi Ve Paylaşılması**
Bağımlı Değişken: **Rekabet Üstünlüğü**

Analize başlanmadan regresyon analizinin varsayımlarının gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmıştır. İlk olarak korelasyon analizleri tablosu ile (Tablo 14) bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması ile rekabet üstünlüğü arasındaki ilişki incelenmiş ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değerinin 1,552 olarak bulunduğu bu değer de 1'den büyük olduğu için otokorelasyonun bulunmadığı aynı zamanda VIF değerinin 1,00 olarak bulunduğu bu değer de 10'dan küçük olduğu için çoklu bağıntı probleminin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıda yorumlanan modelin rekabet üstünlüğünü açıklaması için kullanılması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde: Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılmasının, rekabet üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılmasının, rekabet üstünlüğü üzerinde (0,05 anlamlılık seviyesinde) %27,8 oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H₃ hipotezi** kabul edilmiştir. Regresyon modeli aşağıdaki gibidir.

Rekabet Üstünlüğü=2,054+0,278* Bilginin Transfer Edilmesi ve Paylaşılması

Tablo 18: Bilgi Yönetimi Uygulama Düzeyinin Rekabet Üstünlüğü Üzerindeki Etkisinin Test Edilmesine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Rekabet Üstünlüğü	Sabit (constant)	R ²	Düzeltilmiş R ²	F	Anlamlılık F	Standardize edilmiş Beta	t değeri	P değeri	Durbin-Watson	VIF
Bilgi yönetimini uygulama düzeyi	2,225	0,221	0,216	43,865	0,000*	0,470	6,623	0,000*	1,354	1,000

Bağımsız Değişken: **Bilgi Yönetimini Uygulama Düzeyi**
Bağımlı Değişken: **Rekabet Üstünlüğü**

Analize başlanmadan regresyon analizinin varsayımlarının gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmıştır. İlk olarak korelasyon analizleri tablosu ile (Tablo 14) bilgi yönetimi uygulama düzeyi ile rekabet üstünlüğü arasındaki ilişki incelenmiş ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değerinin 1,354 olarak bulunduğu bu değer de 1'den büyük olduğu için otokorelasyonun bulunmadığı aynı zamanda VIF değerinin 1,00 olarak bulunduğu bu değer de 10'dan küçük olduğu için çoklu bağıntı probleminin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bilgiler ışığında aşağıda yorumlanan modelin rekabet üstünlüğünü açıklaması için kullanılması istatistiksel olarak anlamlıdır.

Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde: Bilgi yönetimi uygulama düzeyinin rekabet üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilgi yönetimini uygulama düzeyinin, rekabet üstünlüğü üzerinde (0,05 anlamlılık seviyesinde) %21,6

oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H4 hipotezi** kabul edilmiştir. Regresyon modeli aşağıdaki gibidir.

Rekabet Üstünlüğü=2,225+0,216* Bilgi Yönetimini Uygulama Düzeyi

Sonuç

Günümüz ekonomisinin dinamik faktörlerinden biri olan KOBİ'ler, yapıları gereği küçük ve daha esnek işletmeler olmalarına rağmen, değişime yeterli düzeyde uyum sağlayamadıkları görülmektedir. Yoğun rekabet ortamında KOBİ'lerin, değişime daha iyi adapte olup, mevcut kaynaklarını en etkin şekilde kullanarak, üretim sürelerini, miktarlarını, kalitelerini ve maliyetlerini kontrol altına alarak, verimliliklerini arttırmaları gerekmektedir. Değişimin bu derece önemli olduğu böyle bir ortamda KOBİ'ler artık daha stratejik davranmak zorundadırlar. Gerekli olan stratejik davranışı, yeni yönetim yaklaşımlarını benimseyerek ve uygulayarak göstermelidirler. KOBİ'leri bu değişim sürecinde başarılı kılabilecek önemli faktör, güncel yönetim teorilerini kullanmalarıdır. KOBİ'lerin, günümüz şartlarında yararlandığı en önemli yönetim teorisi bilgi yönetimi uygulamalarıdır.

Bilgi yönetimi, işletmelerin sahip oldukları her türlü bilgi kaynağının örgüt içinde daha yararlı kullanılması yoluyla üretimde verimliliği arttırmaktadır. Böylece küreselleşmenin etkisi ile yerel özelliklerini kaybeden küçük işletmelerin çevrelerinde yaşanan gelişmelere karşı direnebilmesini ya da rekabet edebilmesini mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda bilgi yönetimi, küçük veya büyük her türlü işletmenin hizmet verdiği alanda daha fazla başarılı olmasına olanak sağlayan önemli bir disiplin haline gelmiştir.

Çalışmanın hipotezlerine yönelik yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinin sonuçları aşağıda ki gibi değerlendirilmiştir.

H1 hipotezine yönelik uygulanan korelasyon analizi sonucunda, bilginin elde edilmesi ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü düşük kuvvetli bir ilişki vardır ($p < 0,01$) ($0,20 < r < 0,40$) ($r = 0,362$). Yani başka bir deyişle bilginin elde edilme durumu arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir. Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde ise bilginin elde edilmesinin, rekabet üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilginin elde edilmesinin, rekabet üstünlüğü üzerinde ($0,05$ anlamlılık seviyesinde) %12,5 oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H1 hipotezi** kabul edilmiştir.

H2 hipotezine yönelik uygulanan korelasyon analizi sonucunda, bilginin tasnif edilmesi ve saklanması ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki vardır ($p < 0,01$) ($0,40 < r < 0,60$) ($r = 0,472$). Yani başka bir deyişle bilginin tasnif edilmesi ve saklanması arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir. Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde ise bilginin tasnif edilmesi ve saklanmasının, rekabet üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilginin tasnif edilmesi ve saklanmasının, rekabet üstünlüğü üzerinde ($0,05$ anlamlılık seviyesinde) %21,8 oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H2 hipotezi** kabul edilmiştir.

H3 hipotezine yönelik uygulanan korelasyon analizi sonucunda, bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki vardır ($p < 0,01$) ($0,40 < r < 0,60$) ($r = 0,531$). Yani başka bir deyişle bilginin transfer edilmesi ve paylaşılması arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir. Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde ise bilginin transfer edilmesi ve paylaşılmasının, rekabet

üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılmasının, rekabet üstünlüğü üzerinde (0,05 anlamlılık seviyesinde) %27,8 oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H₃ hipotezi** kabul edilmiştir.

H₄ hipotezine yönelik uygulanan korelasyon analizi sonucunda, bilgi yönetimini uygulama düzeyi ile rekabet üstünlüğü arasında pozitif yönlü orta kuvvetli bir ilişki vardır ($p < 0,01$) ($0,40 < r < 0,60$) ($r = 0,470$). Yani başka bir ifadeyle bilgi yönetimi uygulama düzeyleri arttıkça rekabet üstünlüğünün de arttığı görülmektedir. Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde ise bilgi yönetimi uygulama düzeyinin rekabet üstünlüğü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bilgi yönetimini uygulama düzeyinin, rekabet üstünlüğü üzerinde (0,05 anlamlılık seviyesinde) %21,6 oranında pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Böylece, **H₄ hipotezi** kabul edilmiştir.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek üzere yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinden elde edilen bulgular doğrultusunda, hipotezlerle ilgili gerçekleşen sonuçlar Tablo 54'de sunulmuştur.

Tablo 19. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

HİPOTEZLER	TABLolar	SONUÇ
H₁ : Bilginin elde edilmesinin rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.	Tablo 14-15	KABUL
H₂ : Bilginin tasnif edilmesi ve saklanması rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.	Tablo 14-16	KABUL
H₃ : Bilginin transfer edilmesi ve paylaşılmasının rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.	Tablo 14-17	KABUL
H₄ : Bilgi yönetimi uygulama düzeyinin rekabet üstünlüğü üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi vardır.	Tablo 14-18	KABUL

Bilgi çağı olarak adlandırılan günümüzde, bilgi ve bilgi yönetimi kavramları, KOBİ'ler için gelişmenin anahtar unsuru olmaktadır. Bilginin KOBİ'lerde etkin ve verimli kullanımının ancak sistematik bir biçimde yürütülecek bilgi yönetimi uygulamaları ile gerçekleşeceği tartışmasız bir gerçektir. Uzun vadeli uygulamaları içeren bir bilgi yönetimi sürecinin gerekli alt yapının oluşturulması doğrultusunda, uzmanlık boyutunda ele alınması ve büyük bir sabırla işlenmesi, bu çalışmaların başarısı için gerekli olan en önemli faktörleri oluşturmaktadır. KOBİ'lerin, bu faktörleri dikkate alarak sistematik bir biçimde bilgi yönetimi uygulamalarını yürütmeleri, bugünün rekabet koşullarında artık bir zorunluluk haline geldiği bilinmelidir. Bilgi, her işletmede bulunan bir kaynaktır ve bu kaynağın atıl kalmaması uygulanan bilgi yönetimi sürecinin başarısına bağlıdır. Değişim ve gelişim kavramlarının sürekli olarak her alanda yer aldığı günümüzde, KOBİ'lerin ayakta kalıp, kendilerini geliştirebilmeleri ve rekabet üstünlüğü sağlamalarının yolunun bilgi ve bilgi yönetiminden geçtiği görülmüştür.

Sahip oldukları bilgi birikimini, kurumsal verimliliğe dönüştürmek isteyen KOBİ'lerin, bilgi yönetimi anlayışını benimsemesi zorunludur. Bu nedenle yeniden yapılanma sürecine giren işletmelerde öncelikle bilgi yönetimi, kurum yöneticileri tarafından kabul edilmeli ve bütün çalışanların bilgi yönetiminin öngördüğü esaslara göre hareket etmesi sağlanmalıdır.

Sonuç olarak, araştırmaya dâhil olan KOBİ'lerin, bilgi yönetimini tam anlamıyla sistematik bir biçimde olmasa da birçok yönden başarılı bir biçimde uygulamaya çalıştıkları görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda sektör ve hukuki yapı fark

etmeksizin Malatya ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerde ki bilgi yönetimi uygulama düzeylerinin, işletmelerin rekabet gücünü artırmada katkılar sağladığı ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, D, Ömürsek, N. ve Ömürbek, V. (2003). Bilgi Teknolojilerinin Gıda Sektöründe Kullanımı, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 8(2). ss. 1-22.
- Aksoy, E. ve Dinçmen, M. (2008). Süreç mükemmelliği için bilginin yönetilmesi: Bilgi Odaklı Altı Sigma (BOAS), *İTÜ Dergisi*, 7(5), ss. 97-106
- Alayoğlu, N. (2010). Rekabet Üstünlüğü Sağlamada İnsan Kaynakları ve Rekabet Stratejileri Uyumunun Önemi, *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(17), ss. 27-49.
- Balay, R. (2004). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37 (2), ss.61-82.
- Barutçugil, İ. (2002). *Bilgi Yönetimi*, İstanbul: Kariyer Yayınları.
- Bejerse, R.S. (2000). Knowledge Management in Small and Medium-Sized Companies: Knowledge Management For Entrepreneurs, *Journal Of Knowledge Management*, 4 (2), ss. 162-179.
- Bejerse, R.P., 1999, "Questions In Knowledge Management: Defining and Conceptualising a Phenomenon", *Journal of Knowledge Management*, 3(2), pp. 94-109.
- Beşirov, İ. (2007). *Yeni Rekabet Koşullarında İşletmelerin Yol Haritası: Azerbaycan Şarap İşletmeleri Üzerine Bir Değerlendirme*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Bhatt, G. (2001). Knowledge Management In Organizations: Examining The Interactions Between Technologies, Techniques And People, *Journal of Knowledge Management*, 5(1), ss. 68-75.
- Çelik, A. ve Akgemici, T. (2010). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Darroch, J. ve McNaughton, R. (2003). Beyond Market Orientation: Knowledge Management and Innovativeness of New Zealand Firms, *European Journal of Marketing*, 37(3/4), 572-593.
- Davenport, T ve Prusak, L. (2001). *İş Dünyasında Bilgi Yönetimi*, (Çev: Günhan Günay), İstanbul: Rota Yayınları.
- Demircan, L. ve Moltay, C.A. (1997). *Bilgiyi Yönetmek*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Demirel, Y. ve Seçkin, Z. (2008). Bilgi Yönetimi Uygulamalarında Etkili Olan Faktörler Üzerine Mobilyacılık Sektöründe Bir Araştırma, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), ss.107-122.
- Dierckx, I. ve Cool, K. (1989). Asset Accumulation And Sustainability Of Competitive Advantage, *Management Science*, 35 (12), ss. 554-571.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2009). Bilgi Yönetiminde Liderliğin Rolü: Kapadokya Bölgesinde Faaliyet Gösteren KOBİ'lerde Bir Araştırma, *İŞ, GÜÇ Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 11 (3), ss. 27-50.
- Durna, U., Ardıç, K. ve Uzun, H. (2006). Yöneticilerin Bilgi Yönetimi ile İlgili Algı ve Davranışlarına Yönelik Bir Araştırma, *5. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı*, Cilt I, 3-5 Kasım 2006.
- Dyer, J.H. ve Nobeoka, K. (2000). Creating and Managing A Highperformance Knowledge-Sharing Network: The Toyota Case, *Strategic Management Journal*, 21 (3), ss. 345-367.
- Dyer, J.H. ve Singh, H. (1998). The Relational View: Cooperative Strategy And Sources Of İnter Organizational Competitive Advantage, *Academy of Management Review*, 23 (4), ss. 660-679.
- Efiloğlu, Ö. (2006). *Bilgi Yönetimi Sürecinde İletişimin Rolü ve Bilgi Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

- Emek, U. (2009). *Rekabetçi Piyasa Ekonomisi, Kavramlar, Kurallar, Kurumlar*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Goh, S. (2002). Managing Effective Knowledge Transfer: An Integrative Framework and Some Practice Implications, *Journal of Knowledge Management*, 6(1), ss. 23-30.
- Gold, H.A., Malhotra, A., ve Segars, A.H. (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective, *Journal of Management Information Systems*, 18, ss.185-214.
- Gökçe, Ş. (2006). *Bilgi Çağının İş Organizasyonlarında Stratejik Bilgi Yönetimi: Teori ve Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Gün, E. (2006). *Bilgi Yönetimi Sürecinde İnsan Kaynakları Yönetimi: Lojistik Sektöründe Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J., Anderson, F.M., Tahtam, E. ve Black, J.M. (1995), *Multivariate Data Analysis With Readings*, New York: Prentice- Hall.
- Hamburg, I. (2014). Improving Young Entrepreneurship Education and Knowledge Management in SMEs by Mentors, *World Journal of Education*, 4(5), s.s. 51-57.
- İnce, M. ve Okyay, E. (2006). Bilginin Bir Stratejik Güç Olarak Önemi ve Örgütlerde Bilgi Yönetimi, *Selçuk Üniversitesi, Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı 10, Yıl 9, Haziran.
- İraz, R. (2005). İşletmelerde Bilgi Yönetiminin Yenilik ve Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri, *Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (1), ss. 243-258.
- Kalkan, V.D.ve Keskin, H. (2005). KOBİ'lerde Bilgi Yönetimi Süreci ve Araçları: Literatür Değerlendirme ve Bir Araştırma, *BİLİG*, Sayı 35, ss. 173-205.
- Kılıç, S. (2011). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde İhracat Pazarlaması*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Kogut, B. ve Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology, *Organization Science*, 3 (3), ss. 383-397.
- Lengnick-Hall, M. L. ve Lengnick-Hall, C. A. (2000). *Bilgi Ekonomisinde İnsan Kaynakları Yönetimi*, (Çev. G. Günay), İstanbul: Rota Yayınları.
- Malhotra, Y. (2000). Knowledge Management for E-Business Performance: Advancing Information Strategy to Internet Time, *Information Strategy: The Executive's Journal*, Number 5, ss. 5-16.
- Müftüoğlu, T. (2002). *Türkiye 'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ'ler)*, Ankara: Turhan Kitapevi.
- Nemati, H. (2002). Global Knowledge Management I: Exploring a Framework for Research, *Journal of Global Information Technology Management*, 5(3), New York.
- Nonaka, I. ve Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge- Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, New York: Oxford University Press.
- Offsey, S. (1997). Knowledge Management: Linking People to Knowledge for Bottom Line Results, *Journal of Knowledge Management*, 1(2), ss. 113-122.
- Öğüt, A. (2003). *Bilgi Çağında Yönetim*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Özdemir, A. (2006). *Bilgi Yönetimi ve Kurumsal Yaklaşım: Çorlu İlçesi Kamu ve Özel Arşivleri İle Bilgi Merkezleri Üzerine Bir Çalışma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Öztürk, E. (2009). *Değişim Sürecinde Bilgi ve İnovasyon Yönetimi Uygulamalarının KOBİ'lerde Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma: Trabzon İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.

- Papatya, N. (2003). *Sürdürülebilir Rekabette Stratejik Yönetim ve Pazarlama Odağı, Kaynak Tabanlılık Görüşü, Kavramsal ve Kuramsal Yaklaşım*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Penrose, E. (1995). *The Theory of the Growth of the Firm, 2'nd edition, Blackwell, Oxford University Press, UK, 272 s.*
- Robertson, S. (2002). A Tale of Two Knowledge Sharing Systems, *Journal of Knowledge Management*, 6(3), ss. 295-308.
- Rollett, H. (2003). *Knowledge Management Processes and Technologies*, London: Kluwer Academic Publishers.
- Salleh, Y. ve Goh, W.K. (2002). Managing Human Resources Toward Achieving Knowledge Management, *Journal of Knowledge Managment*, 6(5), ss. 457-468.
- Sarıaşlan, H. (2001). Avrasya ve Türkiye'de KOBİ'lerin Ekonomik Kalkınmadaki Yeri ve Önemi, *I. Avrasya Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Kongresi* (ss. 27-35). Ankara: Tika Yayınları.
- Teece, D.J., Pisano, G., Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management, *Strategic Management Journal*, 18 (7), ss. 509-533.
- Tekin, M. Ve Çiçek, E. (2005). İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Farklı Bir Yaklaşım: Değer Temelli Pazarlama, *V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu Bildiri Kitabı*, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Terrett, A. (1998). Knowledge Management and the Law Firm, *Journal of Knowledge Management*, 2 (1), ss. 67-76
- Tsai, W. (2001). Knowledge Transfer In Intraorganizational Networks: Effects Of Network Position And Absorptive Capacity On Business Unit Innovation And Performance, *Academy of Management Journal*, 44 (5), ss. 996-1004.
- Turunç, Ö. (2006). *Bilgi Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Örgütsel Performansına Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Uludağ, İ. ve Serin, V. (1990). *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*, İstanbul: İTO Yayınları.
- Ural, A ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzun, H. (2006). *Bilgi Yönetimi Ve Türk Telekom A. Ş.'de Yöneticilerin Algularına Yönelik Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Niğde.
- Zaim, H. (2005). *Bilginin Artan Önemi ve Bilgi Yönetimi*, İstanbul: İşaret Yayınları.
- www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/349