



JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Open Access Refereed e-Journal & Refereed & Indexed

Article Type	Research Article	<i>Accepted / Makale Kabul</i>	23.08.2019
<i>Received / Makale Geliş</i>	30.05.2019	<i>Published / Yayınlanma</i>	25.08.2019

KÜRESEL TEKNOLOJİ, YÖNETİCİLERİN İNOVASYON SÜRECİNİ YÖNETME TARZI VE İŞLETMELERİN PERFORMANSI İLİŞKİSİ

THE RELATIONSHIP BETWEEN GLOBAL TECHNOLOGY THE MANAGERS 'STYLE OF MANAGING THE INNOVATION PROCESS AND THE PERFORMANCE OF BUSINESSES

Doktora Öğrencisi Zekeriya ŞAHİN

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, İstanbul /
TÜRKİYE, ORCID: 0000-0002-2811-3264

ÖZET

Bu çalışma amacı, küresel teknoloji, yöneticilerin inovasyon sürecini yönetme tarzı ve işletmelerin performansı ilişkisinin incelenmesidir.

Günümüzde yaşanan köklü ve hızlı değişimler işletmeleri yenilikçi olmak mecburiyetinde bırakmaktadır. Yaşanan bu değişimler işletmelerin Ar-Ge faaliyetlerine ağırlık vermelerine neden olmaktadır. Tüketicilerin tercihleri ve zevklerinde gözlenen ciddi farklılaşma ve değişimler; fiyat, üretim ve rekabet süreçlerinde çok hızlı gelişmelere neden olmakta ve işletmelerin ayakta kalabilmek için çeşitli çabalar sarf etmelerine yol açmaktadır.

İşletmelerin yoğun rekabet ortamı içinde rekabetçi olarak kalabilmelerinin başlıca koşulu yenilik becerisini geliştirmektir. Bu bağlandı işletmeler, pazar içindeki paylarında devamlı olarak iyileşme yapabilecek şekilde çeşitli yenilikler geliştirmek mecburiyetindedir. Böylelikle işletmelerin yenilikçi nitelikleri, uzun müddet var oluşlarını sürdürebilme de kilit nokta olmaktadır.

İşletmeler teknolojiyi işlerine katmadıkları müddetçe başarıyı yakalayamamaktadır. Toplam kalite yönetiminin uygulamaya geçirilmesi ile beraber bütün işletmelerin hedefi olan; daha ucuz, daha kaliteli ve daha hızlı üretimin, yalnızca işletmenin tüm süreçlerinde teknolojinin hatasız olarak uygulanabilmesi ile mümkün olabilmektedir. İşletme süreçlerinde teknolojinin kusursuzca uygulanması ancak teknolojinin doğru yönetimi ile mümkün olmaktadır. Üretim teknolojilerinin sürekli yenilenmesi işletmeleri rakiplerine karşı zayıflatmaktadır. Bunun yanında hızla değişim gösteren ortama uyum sağlama ve müşterilerin isteklerine yeterli oranda yanıt verme zorunluluğu, olabilecek değişiklikleri ön görmeyi ve bu değişikliklere ayak uydurmayı zorunlu kılmaktadır.

İşletme performansı; belirli bir dönemin sonunda sağlanan sonuç ya da çıktıya göre, işletmenin görev ya da amacının yapılma oranı olarak ifade edilebilir. Genel olarak işletme performansı, ölçek görevi görmekte ve işletmenin amaçlarına ne oranda ulaşabildiğini belirlemek için kullanılmaktadır. Performans ölçümü, problemlerin kaynaklarının belirlenmesini, elde edilen başarılarının temel sebepleri ve alınabilecek tedbirlerin neler olacağını belirlemeyi kolaylaştırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, İnovasyon, İşletme Performansı

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationship between global technology the way managers manage the innovation process and the performance of enterprises.

The radical and rapid changes that are experienced today make the companies obliged to be innovative. These changes cause enterprises to focus on R & D activities. Serious variations and changes in consumer preferences and tastes; price, production and competition processes are causing very rapid developments and make various efforts to survive.

The main condition for companies to remain competitive in an intense competitive environment is to improve their innovation skills. These connected businesses are obliged to develop various innovations so that they can continuously improve their share in the market. In this way, the innovative qualities of the enterprises and their long-term existence are the key points.

Businesses cannot achieve success unless they add technology to their business. Total quality management with the implementation of the target of all businesses; cheaper, better quality and faster production is possible only with the accurate application of technology in all processes of the enterprise. The perfect application of technology in business processes is only possible with the correct management of the technology. The continuous renewal of production technologies weakens

enterprises against their competitors. In addition, the necessity to adapt to the rapidly changing environment and to respond adequately to the demands of the customers necessitates foreseeing and keeping pace with these changes.

Business performance; It can be expressed as the ratio of performing the task or purpose of the enterprise according to the result or output provided at the end of a certain period. In general, business performance acts as a scale and is used to determine the extent to which the business achieves its objectives. Performance measurement makes it easy to identify the sources of the problems, the main reasons for their success and the measures to be taken.

Keywords: Technology, Innovation, Business Performance

1. GİRİŞ

Tüketicilerin tercih ve zevklerinde görülen dikkat çekici farklılaşma ve değişimler; üretim, fiyat ve rekabet süreçlerinde son derece hızlı gelişmelere neden olmaktadır. Ayrıca örgütlerin ayakta kalabilmek için çeşitli çabalar sarf etmelerine yol açmaktadır. Rekabet neticesinde, işletmelerin kaynaklarını ve yeteneklerini esnek ve doğal bir süreç ile uyumlu hale getirmeleri zorunlu hale gelmiştir. İşletmelerin ulusal ekonomide ve dünya ekonomilerinde başarıyla faaliyetlerini sürdürebilmesi ve rakiplerine karşı üstünlük elde edebilmesi için var olan üretim unsurlarını ve ürünlerini geliştirip yenilemeleri gerekmektedir. Rekabet ortamında hızlı biçimde büyüyen ve gelişen işletmelerin çoğunlukla Ar-Ge'ye ağırlık veren yenilikçi anlayışa sahip işletmelerin olduğu; Ar-Ge'ye değer verilmesinin işletmeyle, pazarla sosyal yarar, personel ile alakalı çeşitli sebeplerinin olduğu Ar-Ge'nin küresel boyutta değer kazandığı gözlenmektedir. Günümüzde yaşanan köklü ve hızlı değişimler işletmeleri yenilikçi olmak mecburiyetinde bırakmaktadır. Yaşanan bu değişimler işletmelerin Ar-Ge faaliyetlerine ağırlık vermelerine neden olmaktadır (Zerenler, Türker ve Şahin, 2017: 653).

Küreselleşme piyasalarda oluşan ekonomik değişimler sonucunda ulusal ekonominin çizgilerini aşan, piyasada küresel işletmeleri egemen yapan bir terimdir. Küreselleşme terimi farklı kişilerce, farklı yaklaşımlar ile değerlendirilmekte ve terime değişik anlamlar verilmektedir. Küreselleşme sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasal alanlarda bir takım ortak değerleri ulusal ve yerel sınırları aşır, küresel boyutta yayılmasını tanımlamaktadır. Küreselleşme ile meydana gelen yapısal köklü değişimde bilgi toplumu gün geçtikçe Sanayi toplumunun yerine geçmektedir. Küreselleşmenin global ekonomide başlıca etkisi rekabet ortamını küresel boyuta taşınmasıdır. İşletmeler artık iş piyasadaki rakiplerinin yanında dış piyasadaki rakipleri ile de mücadele etmek durumunda kalmaktadır. Bu da İşletmelere, maliyet oranlarını uluslararası rakiplerinin maliyet oranlarından aşağı çekmeye ve stratejilerini uluslararası seviyede planlama mecburiyetini getirmektedir. Çağımızda dünyanın farklı bölgelerinde veya neredeyse her ülkede çalışmalarını sürdüren işletmelerin hızla artmasında küreselleşmenin direkt olarak etkisi bulunmaktadır (Zerenler, Türker ve Şahin, 2017: 655).

İnovasyon; düşüncelerin hayat bulması ve ortaya iş yapma yöntemleri hizmet veya ürün çıkarılmasıyla işletmelerin hayat döngüsünün değiştiren faktörlerdendir. Teknik sosyal ve ekonomik süreçlerin meydana getirdiği bu bütünün, toplumda ve bireylerde değişime yönelik arzu ve yeniliğe açık olmanın uzun süreli, katılımcı, işbirlikçi ve paylaşımcı bir yaklaşımla hayata geçirilmesini zaruri kılmaktadır. Zorunluluğu yerine getirmek için işletme ve inovasyonun stratejik yönetim şekli arasındaki bağların değerlendirilmesi, değer katan noktaların açığa çıkarılması ve bu beraberliğin idare edilmesi gerekmektedir (Sarı, Ecevit ve Işık, 2011: 539).

2. KÜRESELLEŞME VE İNOVASYONLA İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

2.1. Küreselleşme Kavramı

Küreselleşme ve küreselleşmeye yönelik değerler, devletlerin kültürel, sosyal- ekonomik ve siyasi yapılarına göre farklılıklar gösteren oldukça önemli bir süreci ifade etmektedir. Küreselleşmenin ekonomik bir olgu olduğu benimsense de pek çok açıdan günlük hayatın bir parçası durumuna gelmiştir. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojisinde görülen gelişmeler ve hızlı değişimlerle meydana gelen küreselleşme süreci, kitlesel yaşamın pek çok alanını etkilemektedir. Küreselleşmenin etkileri kültürel ve sosyal hayatımızda da gözlenmektedir. İnsanların her geçen gün teknolojiye daha bağımlı hale gelmesi, neredeyse her türlü duyguyu sanal ortamda yani bilgisayar yolu ile internette, filmlerde, dizilerde veya reklamlarda yaşaması kişilerin kimliklerini, tüketim tercihlerini veya tüketicilerin davranışlarını değiştirmiştir. Küresel yönden gerçekleşen baş döndürücü değişim yepyeni tüketim tarzlarını ve pazar alanlarını oluşturmuştur (Nar, 2015: 941).

Küreselleşme olgusu hakkında konuşulmayan bir tek alan bile bulmak neredeyse imkansız duruma gelmiştir. Bilhassa son dönemlerde bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler küreselleşmeyi ve küreselleşme sürecine neden olan faktörleri pek çok açıdan tartışma konusu yapmıştır. Bu gelişim ve değişim süreci global ölçekte etkisini sürekli arttırarak sürdürmektedir. İnsanlığın oluşmasından bu yana yaşananları bir gelişim ve değişim süreci olarak düşündüğümüzde küreselleşme olgusunun başlangıcını, artan insan nüfusu ile beraber tarım işlerinin öğrenilmesi, yerleşik hayata geçilmesi, yeni ürünlerle ilk örgütsel birliğin kuruluşu yani devletin varoluşuna kadar gitmek mümkün olmaktadır. Fakat gerçekte küreselleşme, sanayileşme ile birlikte oluşan yenedünya sistemi olarak ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle küreselleşme olgusu sanayileşme ile başlayıp bilgi ve iletişim teknolojisinde meydana gelen gelişmeler doğrultusunda oluşan bir çeşit etki alanı şeklinde değerlendirilebilir (Nar, 2015: 952).

İşletmeler küreselleşme nedeniyle artış gösteren rekabet ortamı içinde rekabet avantajını sağlamak için sürdürülebilir ve karlı büyümeye kilitlenmişlerdir. İnovasyon ile birlikte gelen farklılaşma, sürdürülebilir başarının ana gereksinimidir. Teknolojik inovasyonun amacı, bilginin her geçen gün daha da önemli olduğu küreselleşen ekonomiler içinde işletmelerin sürdürülebilirliğini ve rekabet avantajını nasıl yakalayabileceğini açıklamaktır. Pek çok araştırmacı; teknolojik inovasyonun işletmelerin ve endüstrinin kârlılık oranlarına etkileri yönünde öngörde bulunabilmek, işletmelerin var olan kabiliyetlerini kendi performanslarına etkilerini öngörmek ve açıklamak, bu kabiliyetlerin kullanılmasında faydalı olacak stratejilerin veya planların nasıl hayata geçirileceği ve nasıl olması gerektiği hakkında önerilerde bulunabilmek için sosyal bilimlerden yararlanmaktadır (Mete, 2018: 1066).

2.2. İnovasyon Kavramı

İnovasyon; organizasyonların başarıyı yakalayabilmeleri, yaşam kalitelerini yükseltebilmeleri, kalkınabilmeleri, üretkenliklerini arttırabilmeleri, piyasada istihdam oluşturabilmeleri, sürdürülebilir olan ekonomik büyümeyi elde edebilmeleri için kilit faktördür. Geleceğe yönelik yapılmış bir yatırım olan İnovasyon, aynı zamanda küreselleşme ile oluşan yoğun rekabet arenasına karşı yapılmış olan bir sigortadır. Dünyada, sürdürülebilir büyüme ve sürdürülebilir kârlılık için inovasyonun tek yol olduğu düşüncesi benimsenmektedir (Gündoğdu ve Sunay, 2012: 62).

2.3. Teknoloji Kavramı

Teknolojinin sözlükte “bilginin sanayideki işlemlerde sistematik olarak uygulamaya alınması” olarak ifade edilmektedir. Geniş perspektifte ise üretim, pazarlama, geliştirme, araştırma, satış ve satıştan sonraki hizmeti içeren bir sanayi prosesinin verimli ve etkin biçimde yapılabilmesi için kullanılabilecek beceri ve bilgilerin tamamıdır. Küreselleşmeyle beraber bilhassa gelişmiş olan ülkelerde ürün rekabeti günümüzde teknolojik ve bilimsel olgunluk rekabeti haline dönüşmüştür. Teknoloji devletlerin gelişmişlik seviyesini belirlemekte ve küresel rekabette, sahibi olan ülkeye ciddi boyutlarda ticari üstünlük kazandırmaktadır. Bilim ve teknolojinin temel taşının yaratıcılık olduğu reddedilemez bir gerçektir (Zerenler, Türker ve Şahin, 2017: 656).

Teknolojik gelişmeler, Küreselleşme sürecini oluşturan başlıca faktördür. Teknolojide yaşanan hızlı değişimler işletmelerin ekonomik ve sosyal çevrelerinde, yapılarında, stratejilerinde ve yönetim şekillerinde değişikliklere sebep olmaktadır. Devamlı olarak artan rekabet ortamına karşı değişme zorunluluğu küreselleşmenin bir sonucudur. İşletmelerin rekabet avantajını elde edebilmek için kullandıkları araştırma – geliştirme stratejisinin tercihi önem taşımaktadır. İşletmelerin artan küresel rekabetin ve sürekli meydana gelen değişikliklerin arasında varlıklarını sürdürebilmeleri Ar-Ge ile mümkün olmaktadır (Ceyhan ve Çağlayan, 1997: 21).

2.4. İş Modeli ve İş Modeli İnovasyonu



Şekil. 1: İş Modeli İnovasyonu Çerçevesinin Başlangıç Yapısı

Kaynak: (URL 1.)

Şekilde, iş modeli inovasyonun ana kademeleri olan fikir üretme, fikri hayata geçirme ve dürtü gösterilmektedir. İş modeli; bir işletmenin ilişkileri ve faaliyetleri neticesinde ne şekilde değer oluşturduğu ve bu değeri nasıl koruduğu yönündeki mantığı ifade etmektedir. İşin modeli inovasyonu ise; bu mantı kapsamında sistematik değişimlere sebep olan prosesi tanımlamaktadır. Şekil 1’de iş modeli inovasyonunu hayata geçirmeyi arzulayan işletmeler içinde uygulanmakta olan genel süreci ana hatlarıyla anlatan yalın bir çerçeve hazırlanmıştır. Süreç, iş modeli inovasyon sürecinin ana niteliklerini barındırmakta tavsiye edilen inovasyon modelini daha bir sadeleştirerek kademeli bir yapı oluşturmaktadır. İş modeli inovasyonu diğer inovasyon modellerine göre daha üst seviyede uygulama kârı artışı ile ilişkilendirilmektedir. İş modeli inovasyonunun stratejik yönden üstünlüğünü sergilemektedir. Sunulan bu çerçevede inovasyon, işletmelere rekabet avantajı sağlayabilecek stratejik bir araç durumuna gelmektedir (Mete, 2018: 1068).

2.5. AR-GE Kavramı

AR-GE teknolojinin ve bilimin gelişmesini sağlayacak olan yeni bilgilere ulaşmak yada varolan bilgilerle yeni araçlar, ürün ve malzeme üretmek, yazılım üretimini de kapsayan yeni sistem, hizmetler ve süreç oluşturmak yada var olanları geliştirmek için yapılan sistemli çalışmalardır (Zerenler, Türker ve Şahin, 2017: 657).

2.6. Yenilik Yeteneği ve Süreç Yeniliği

Yenilik yeteneği, işletmenin pazar ortamındaki rekabet gücü ve ürünlerde sağladığı işlevsellikleri değiştirmekte, hizmetleri ve ürünleri ile alakalı fiyat düzenlemesi ve müşterilerin tercihleri vb. çevresel etkenlere ayak uydurmak adına uygun değişikliklere giderek, çekirdek kabiliyetlerini yenileme yeteneğine dayanmaktadır. Çalışma kapsamında yenilik yeteneği üç kademede incelenmiştir. Bu kademeler; yönetsel yenilikler yeteneği, hizmet ve ürün yeniliği yeteneği ve süreç yeniliği yeteneğidir. Hizmet/Ürün Yeniliği Yeteneği; bir işletmenin yenilik kaynaklarını piyasanın isteklerine cevap vererek, yeni hizmet ve ürünler geliştirmek yoluyla güçlendirme kabiliyetini anlatmaktadır. Hizmet yeniliği, önceden kesinlikle görülmemiş, belirli bir varış noktasında veya girişimde ilk olması yönünde müşterinin doğrudan gözlemlediği ve yeni olduğunu kabul ettiği değişiklikleri ifade etmektedir (Çetintürk, Adıgüzel ve Demir, 2015: 820).

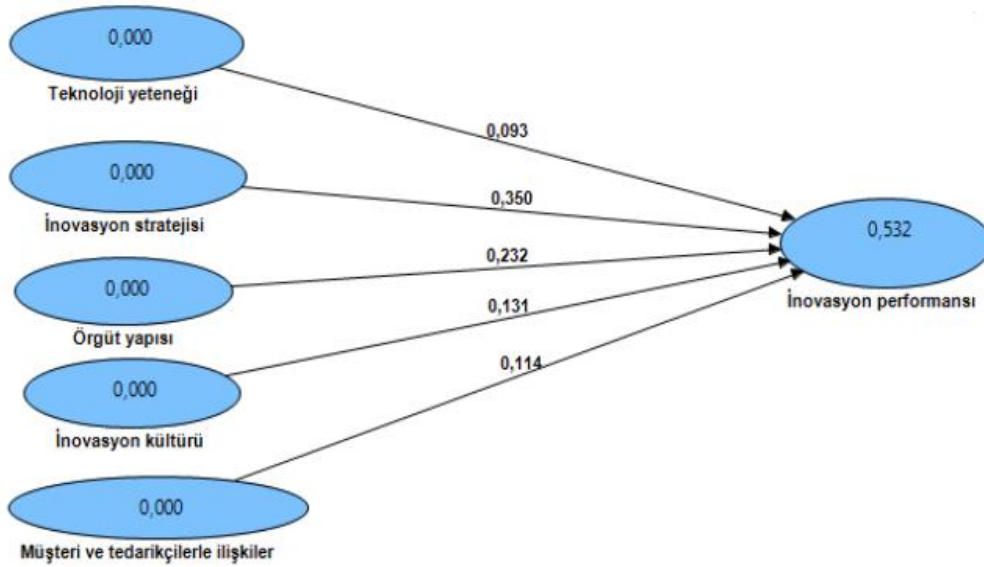
Süreç Yeniliği Yeteneği; bir işletmenin üretim süreci içinde hem kaynakların tüketilmesini en verimli duruma getirecek, hem de piyasa taleplerine cevap verecek biçimde esnek olabilme becerisini tanımlamaktadır. İşletmelerde bilişim teknolojileri ve teknolojinin kullanılması süreçlerin yenilenme kapsamında yer almaktadır (Ramamani, 2010: 41).

Yönetsel yenilik yeteneği; çalışanlar ve işletme birimleri arasındaki haberleşmeyi daha etkili olmasını sağlayacak sistemlerin oluşturulması işletme tekniklerinin ve prosedürünün yenilenmesini

kapsamaktadır. Konaklama firmalarında, insan kaynaklarındaki yenilikler, işgücünün motivasyon ve yeterliliğini garantileme hususunda önem taşımakta ve yönetsel yenilikler çerçevesinde değerlendirilmektedir (Kanten ve Yaşlıoğlu, 2012:441-442).

2.7. İnovasyonun Önemi

İnovasyon çalışmaları hem ülkeler hem de işletmeler arasındaki rekabet ortamı içinde bir ürünü müşterilerin istekleri doğrultusunda üretip sunma, bu üretim ve sunumu ekonomik olarak yapmanın yanında, yeni ürünler üretmek piyasaya sürmek işletmelerin avantajlı duruma geçmelerini sağlamaktadır. Yaşadığımız dönemde rekabet alanında üstünlük sağlamak için firmaların kendilerini bütünüyle farklı bir şekilde tekrardan tanımlaması, ana stratejilerini tekrar oluşturması, faaliyet gösterdiği sektörü tekrar keşfetmesi gerekmektedir. Diğer bir deyişle işletmeler mevcut rakiplerinden daha farklı olabilmek ve hizmet ve de üründe farklılık yaratabilme kabiliyetine sahip olmalıdırlar. Yenilikçi olmak, işletmeye uzun vadede değer katan bir olgudur (Aktan ve Vural, 2004: 118). Dolayısıyla, işletmelerin yenilik getirecek çözümler ile iş modellerini uygulama sürecinde yenilikçi olmaları gerekmektedir (Mete, 2018: 1091-1092).



Şekil. 2: Yapısal Model

İnovasyon performansının yapısal modelini incelediğimizde karşımıza beş ayrı model çıkmaktadır. Bunlardan, teknoloji yeteneği 0,093 oranıyla, müşteri ve tedarikçilerle ilişkiler 0,114, inovasyon kültürü 0,131, örgüt yapısı 0,232 ve inovasyon stratejisi 0,360 oranıyla inovasyon performansına etki eden modellerdir (Kalay, Tuncer, Kızıldere ve Kalay, 2015: 74).

3. KÜRESEL TEKNOLOJİ, İNOVASYON SÜRECİ VE İŞLETMELERİN PERFORMANSI İLİŞKİSİ

3.1. İnovasyon Yönetimi

İyi bir strateji ile yönetilen inovasyonun doğurduğu sonuçlar; Rekabet üstünlüğü sağlama, maliyetlerde düşüş sağlama, pazar payının artması, karlılık artışı, hammadde kullanımında etkinliğin sağlanması, kalite artışı, bilginin ekonomik bir değere dönüşmesi, ürün hattının ve karmasının genişletilmesi, müşteri tatmininin maksimize edilmesi, ürün ve hizmetlerin üretim sürelerinin kısalması ve firelerin en aza indirilmesinin sağlanması şeklinde sıralanmaktadır (Karaata, 2012: 58).

İnovasyon yönetimi inovasyonu, örgütler için göz ardı edilemez bir ihtiyaç olarak görmektedir. Küreselleşme, işletme yapılarındaki stratejik ve zorunlu değişimler, teknolojik alandaki gelişmeler, firmaların inovasyon yapmaları için itici güç niteliğindedir. Sektör içinde rekabetin uluslararası boyuta yayılması ve katı biçimde yaşanması inovasyonu gereklilik haline getirmektedir. İş hayatında işletmeler, pazar yapısının değişkenlik arz etmesi ve müşteri gereksinimlerinin çeşitlilik kazanması karşısında rekabet etme güçlerini korumak ve sürdürülebilmek için inovasyon çalışmalarını uygulamaya koymalıdırlar. İnovasyonun nasıl yönetilmesi gerektiği, idarecilerin algılarının yönetim biçimini nasıl

belirlediği ve bu yönetim biçimiyle inovasyon performansı bağlantısının hangi seviyede olduğunun cevabını bulmak için yapılmıştır, Bunlar (Taşgıt ve Torun, 2016: 147-148);

3.2. İnovasyon Sürecini Yönetme Tarzları

İnovasyonun yönetimi, her bakımdan öngörülmüş ve iyi planlanmış bir süreç olmalıdır. İnovasyon süreci, taze bilgilerin oluşmasıyla başlayarak, yeni süreçlerin ve ürünlerin keşfedilmesiyle süregelen ve bunların ticari açıdan kazanımlara dönüşmesiyle sonlanan faaliyetlerin tamamı olarak ifade edilmektedir.

a. Dönüşümcü Tarzda Yönetme, işletmelerin dönüşüm ve değişimin elde edilmesinde önemli göreve sahip idarecilerin, dönüşümcü biçimde yönetmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Literatürde dönüşümcü tarzda yönetme; yenilenmeyi, değişimleri ve organizasyonları gerçekleştirerek, yüksek performansı yakalayan ve var olan sistemlerden uzaklaşmayı arzu eden yönetim şeklinde tanımlanmaktadır.

b. Karizmatik Tarzda Yönetme, başka yönetimlere kıyasla daha tanınabilir fakat somutluğu bakımından daha az algılanabilen bir yönetim şekli olduğu ifade edilmektedir. Karizmatik yönetim, kriz dönemlerinde kendini gösteren, sıra dışı ve kurtarıcı nitelikleri bulunan, güçlü karakteristik özellikleri bulunan bireylerle gerçekleştirilebilir. Karizmatik yöneticiler, sergilemiş oldukları davranışlar ve nitelikleriyle, çevresel hususlara önem vermeleri, çalışanlarını geliştirme yönünde açık olmaları ile inovatif faaliyetlere son derece açık idareciler olarak değerlendirilebilir.

c. Hizmetkâr Tarzda Yönetme, liderlik yapma düşüncesiyle hizmet sunma düşüncesini birleştirmekte olan bir yönetim şekli olarak ifade edilebilir. İşletmeyi sahiplenip örgütsel performans oranının artırılması için daha çok çaba harcayabileceklerdir. Toplumu değerli hale getirme isteği, oluşan taze fikirlerin geliştirmesini ve ardından da ticarileştirmesine olanak sunacaktır. Hizmetkâr yöneticilerin empati kurma, dinleme, ikna edebilme, çalışanları geliştirme farkındalık oluşturma, öngörde bulunabilme, kavramsallaştırma gibi özelliklerini vurgulamaktadır. İnovasyon sürecinin yönetimi açısından değerlendirilecekse, hizmetkâr yönetim şeklinde görevli yöneticiler, hizmet etme isteği güçlü, çalışanlarına ve topluma değer veren kişilerdir. Bu nedenle topluma yarar getirecek yenilikleri uygulama hususunda oldukça gayretli ve istekli olabileceklerdir.

d. Stratejik Tarzda Yönetmenin üç ana karakteristiği bulunduğunu anlatmaktadır. Birinci özelliği örgüt adına üstün bir hedef belirleme, ikincisi rol model olabilme ve son özelliği ise üstün performans ölçünlerini oluşturmaktır. Stratejik tarzda yönetenler; örgütü stratejik açıdan yönlendirebilme, stratejiyi uygulamaya çevirebilme, stratejik yönden etkin dönüm noktalarını tespit edebilme, stratejik becerilerin geliştirme kabiliyetlerine ve durmak bilmezlik, doyumsuzluk, taşıyabilme, bilgelik ve uyum sağlama gibi niteliklerini barındırmaktadırlar. Bütün bu kabiliyet ve nitelikler değerlendirildiğinde, stratejik tarzda yöneten idarecilerin değişim yanlısı olmaları ve yenilik uygulamalarını desteklemeleri düşünülmektedir. İnovasyonun bütün aşamalarını desteklemeleri, inovasyon için kadro kurmaları ve firmalarında inovatif kültürün sağlanması için çaba harcamaları beklenmektedir. Etkili olan stratejik dönüm noktalarını tespit etme ve stratejik yönlendirme kabiliyetleri inovasyon sürecinin başarıyla sonuçlandırılması için önemli katkılar sağlayacaktır.

Küresel ve teknolojik yapısı sebebiyle oluşan hiper-rekabet, hususiyetle ileri teknoloji sanayinde faaliyet gösteren işletmeler için, inovasyonu vaktinde üretme hususunda çapraz işlevsel yeni ürünler geliştirme (YÜG) ekiplerini kullanma bakımından bir gereksinim yaratmaktadır. YÜG ekiplerinin inovasyon becerilerini geliştirmeleri konusu önem taşımaktadır. İnovasyon becerisi; yapı, ekip üyeleri ve YÜG süreçlerinin birbirlerinden etkileşimlerinin bir neticesi olup; böyle bir becerinin ekipler tarafından geliştirilmesinin ve farklı YÜG projelerinde daima kullanılmasının başlıca koşullarından biri ekip üyelerinin yaşadığı motivasyon düzeyleridir.

3.3. Stratejik Planlama ve İnovasyon İlişkisi

Stratejik planlama, örgütün stratejilerini sezgisel değil sistematik olarak belirlemenin en doğru yolu şeklinde değerlendirilmiştir. Farklı bir ifade ile stratejik planlama, stratejik fikirlerin şekillendirilerek resmileştirilmiş olduğu sistematik süreci oluşturmaktadır (Kalay, Tuncer, Kızıldere ve Kalay, 2015: 67). İnovasyon stratejisi içinde “farklılaşmayı” oluşturacak atılımlar açıklanmalı ve bu atılımları gerçekleştirilebilmek için gerekli olan eylemler stratejiler içinde açık biçimde desteklenmelidir.

İşletmenin bütün üniteleri inovasyon stratejisinin gerçekleştirilmesinden sorumlu tutulmalıdır. Bu sebeple, strateji ile ilgili olan üniteleri arasında sinerji oluşturmayı amaçlayarak tasarlanması son derece önemlidir. İnovasyonu bilhassa sistematik olan çevresel analizin ardından geleceğe yönelik değişimleri, teknolojik gelişmeleri ve tüketici davranışlarını izlemek yoluyla strateji oluşturan işletmelerde daha da öne çıktığı gözlenmektedir (Satı, Ecevit ve Işık, 2011: 555).

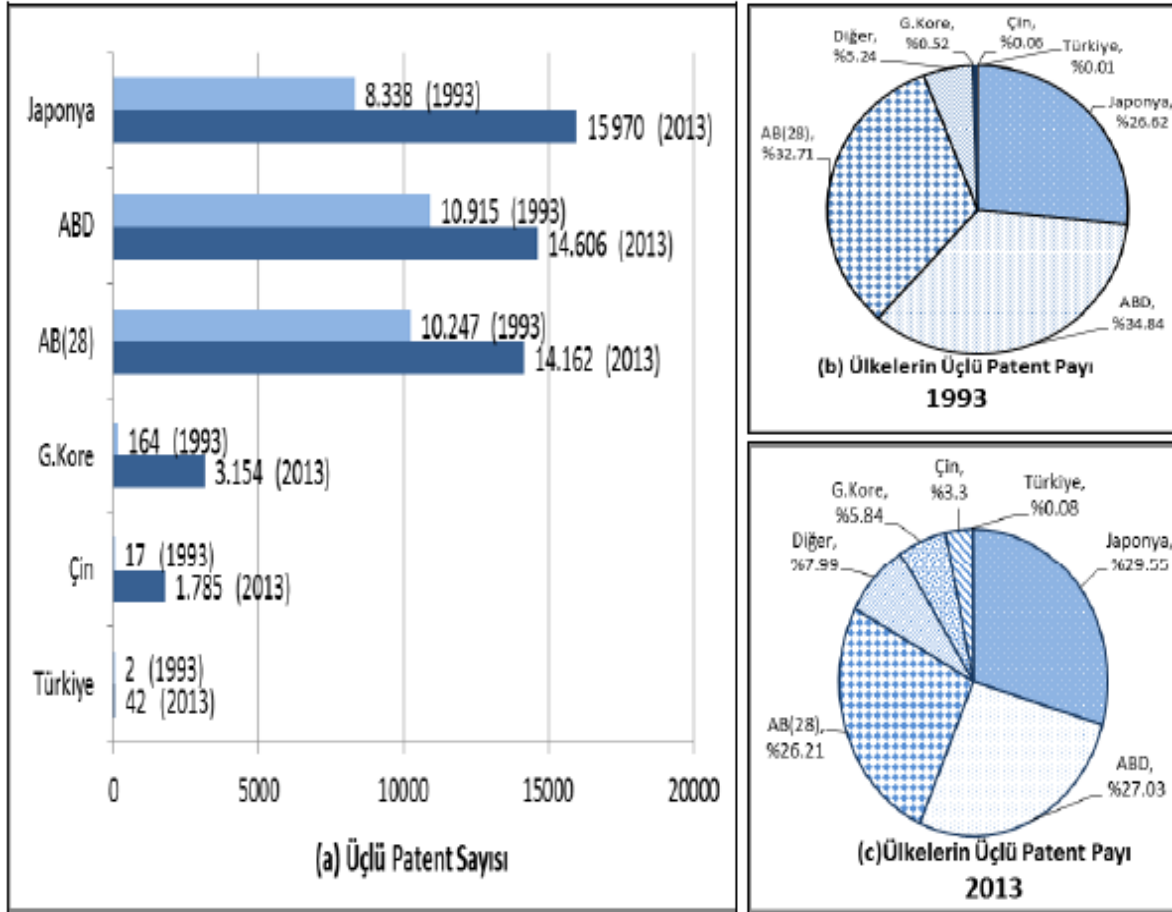
3.4. Yöneticilerin İnovasyon Sürecini Yönetme Tarzı

Yöneticilerin inovasyon yönündeki algıları inovasyon sürecini etkilerken inovasyon süreci de inovasyon performansını etkisi altına almaktadır. KOBİ'ler süreklilikleri, rekabet ortamında güçlenmeleri, ürün kalite düzeylerini arttırmaları, ürünlerin kalitesini yükseltmeleri vb. avantajları sağlayabilmek için inovasyonu profesyonelce yönetmelidirler. Yöneticilerin inovasyon sürecini algıları çerçevesinde değişik yönetim şekilleri uygulayarak yönetmeleri inovasyon performansı bakımından önem taşımaktadır. Yöneticilerin inovasyonu kaliteyi arttıracak bir süreç olarak algılamaları, süreci dönüştürücü şekilde yönetmeleri; inovasyonu kriz ortamından kurtuluş olarak algılamakta olan yöneticilerin süreci, hizmetkar ve karizmatik tarzlarda yönetmeleri; Fakat inovasyon performansına etkisi bakımından değerlendirildiğinde karizmatik şekilde yönetmenin daha kazançlı olduğu görülmektedir. İnovasyonu rekabette kazanc olarak algılayan yöneticilerin ise süreci stratejik şekilde yönetmeleri daha fazla başarı sağlanacak sonuçlar doğuracaktır. KOBİ'lerin yöneticileri, inovasyonun performansını yükseltmek için stratejik ve karizmatik yönetim anlayışı göstermeleri gerekmektedir.- Bununla beraber ek maliyet algısı; inovasyona karşı negatif olan algılardan olup, inovasyon oluşturulurken dikkate değer bir unsur olmanın yanında, inovasyona karşı pozitif algıların önüne geçirilmemelidir. Ek maliyet algısı, pozitif algıların önüne geçtiği takdirde, inovasyon yönetim süreci ve neticeleri üzerinde negatif durumlara sebep olacağı gibi yönetim şekillerinin inovasyon performansı üstündeki reel etkisini de düşürecektir. İnovasyon çalışmaları sayesinde işletmelerin rakiplerinden daha farklı olacağı unutulmamalı, müşterilerin beklenti ve istekleri doğrultusunda gerçekleştirilen inovasyonların süreç içindeki çeşitli kademelerde birtakım ek maliyetleri olsada da uzun vadede sağlayacağı katkılar göz önüne alınmalıdır (Taşgıt ve Torun, 2016: 152).

İnovasyon sürecinin başarıya ulaşabilmesi ancak, profesyonel olarak yürütülmesi ile mümkündür. Süreç çeşitli faktörlerden, değişik şekillerde ve seviyelerde etkilenmeye müsait bir yapıdır. Kişisel nitelikleri ve sonradan sağlanan deneyimler yönetim tarzını belirleyen etkenlerdir. Söz konusu yönetim tarzları inovasyon sürecini etkilemekte olan başlıca bireysel etkenler olduğu yönünde tartışmalar yapılmaktadır. İdarecilerin, süreci daha etkili biçimde yönetebilmeleri, yönetim tarzlarını biçimlendiren uzmanlık bilgisi, beceri ve liderlik özelliklerini etkin olarak kullanmaları gerekir. inovasyon performansı oranının artırılması ve inovasyon yönetiminin profesyonel şekilde yapılabilmesinin ancak bu şekilde mümkün olabileceği düşünülmektedir (Aragón-Correa, García-Morales ve Cordón-Pozo, 2015: 349).

3.5. Teknoloji Geliştirme Yeteneği ve Patent Göstergeleri İlişkisi

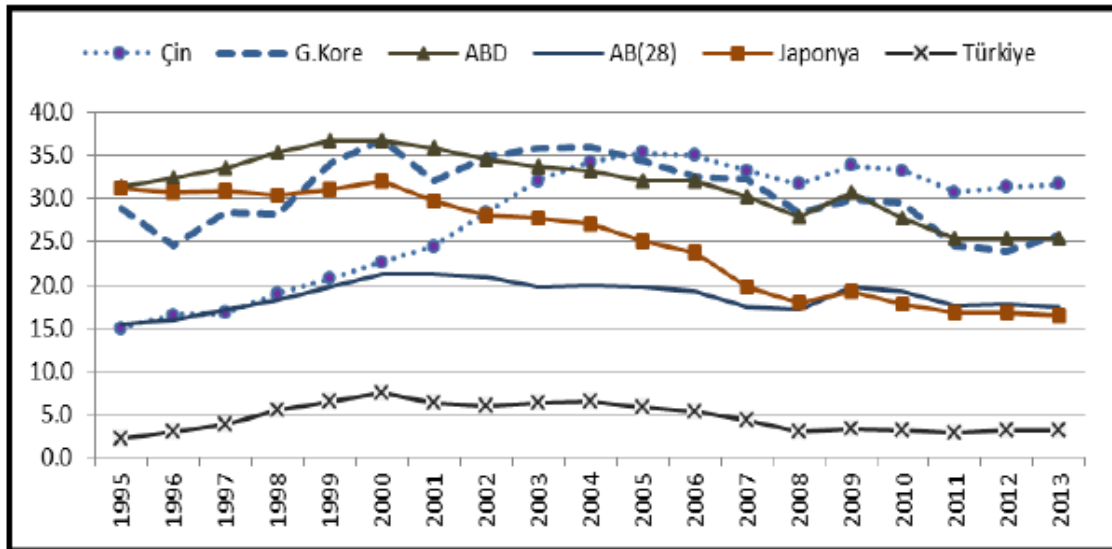
Teknoloji geliştirme yeteneğini ortaya koyan bir ölçüt de patent sayısı olmaktadır. Ar-Ge için yapılan harcamalar, teknolojik yenilik çalışmaları için elde edilen girdi olurken patent sayıları bir çıktı olarak değerlendirilmektedir. Patent, yeniliğin sahibini koruduğu aynı zamanda yeniliğin yaygınlaşmasında da etkili olduğu görülmektedir (Atik, 2005: 80).



Grafik. 1: Seçilmiş Ülkelerde Patent Sayılarının Gelişimi

Kaynak: (OECD, <http://stats.oecd.org/>).

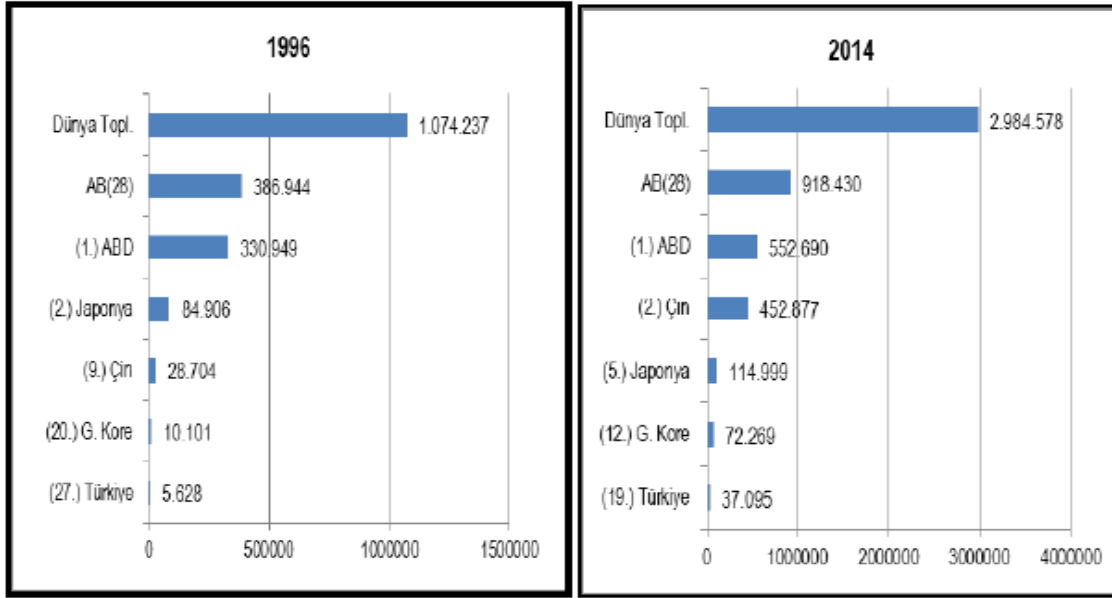
1993 ile 2013 yılları arasında, seçilmiş ülkelerde patent sayılarının gelişim oranına bakıldığında Japonya, en yüksek oranla birinciliği alırken ABD, AB, Güney Kore ve Çin'in ardından Türkiye'nin en düşük oranla tabloda en son sırada yer aldığı görülmektedir.



Grafikte 1.de 1995 ve 2013 yılları arasında, seçilmiş ülkelerde imalat sanayi ihracatı içinde yüksek teknoloji ürünlerinin pay oranları gösterilmektedir. Grafik incelendiğinde, en fazla pay oranının Çin ve

Japonya'da olduğu, Türkiye ve Avrupa Birliğinin çok düşük oranlarda pay artışı sağladığı, Güney Kore'nin ise pay oranında düşüş yaşadığı görülmektedir.

3.6. Ülkelerin Bilimsel Performanslarının Karşılaştırılması ve Bilimsel Yayın Sayıları



Grafik. 2: Seçilmiş Ülkelerde Bilimsel Yayın Sayısı

Kaynak: (SCImago, (SJR), 2015).

Seçilmiş Ülkelerde Bilimsel Yayın Sayısı incelendiğinde dünya geneli yayın sayısı toplamının 1996 yılında 1.074.237 iken 2014 de bu oranın 2.984.578'e ulaştığı görülmekte. Bu oran AB'inde 385.944 ten 918.430 oranına, ABD'de 330.949 dan 552.690 a, Japonya'da 84.906 dan 114.999 a. Çin'de 28.704 ten 452.877 ye, G.Korede 10.101 den 72.269 a, Türkiye'de ise 5.628 den 37.095 oranına eriştiği görülmektedir. Tabloya göre Türkiye en az artış ile son sırada yer alırken, Çin ise en yüksek oranla listede ilk sırada yer almaktadır.

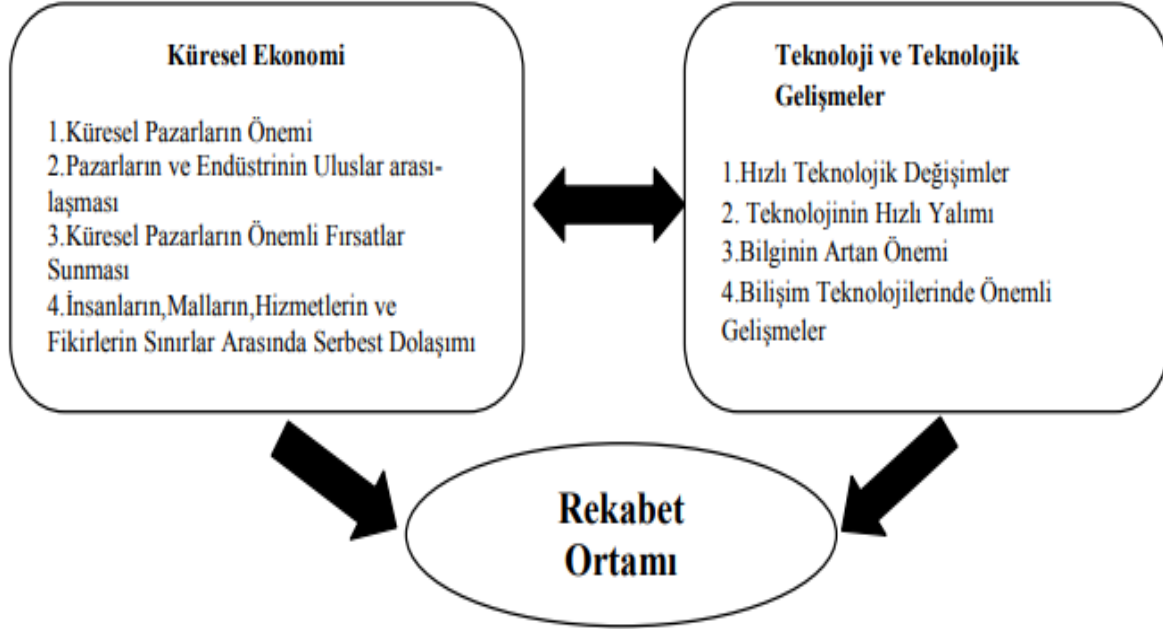
3.7. İşletme Performansı ve İnovasyon ilişkisi

İçinde bulunduğumuz dönemde yaşanan küreselleşme süreci içinde işletmelerin uzun müddet rekabetçi olarak kalabilmeleri, performans oranlarını arttırmalarına bağlıdır. İşletme performansını etkileyen pek çok teknik ve yöntem bulunmakla beraber yenilikçilik son zamanlarda çok sık kullanılan dikkate değer bir araç durumuna gelmiştir. İşletmeler bakımından önemli olan diğer bir konu ise örgüt performansının doğru yönetilebilmesidir. Son derece dinamik ve belirsizliklerle çevrili olan örgütsel çevrede yaşanan gelişmelerle karşı karşıya kalmak zorunda olan idarecileri, başa çıkılması güç sorunlarla mücadele etmek zorunda bırakmaktadır. Örgütlerde hedeflenen başarıya ulaşabilmek için performansın etkili biçimde yönetilmesine gereksinim duyulmaktadır. Özellikle, rekabet, bilgi, yenilikçilik, müşteri bağlılığı ve iş gören tatmini gibi pek çok göstere somut yapıya sahip olmadıkları için ölçülebilmeleri son derece güç olmaktadır (Erdem, Gökdeniz ve Met, 2011: 77).

İnovasyon faaliyetlerinin işletmelerin performansına pozitif yönde katkı sunması ve işletmenin rekabet ortamında güçlenmesini sağlaması beklenmektedir ülkemizde ve dünyada örnek olarak gösterilebilecek pek çok inovasyon çalışması bulunmaktadır. Birçok faaliyette fikir, ticarileştirme ya da uygulama aşamasında mecburiyetten bir kenara kaldırılmış başarılı olamamıştır. Manevi ve maddi zararlar, işletmelerin örgütsel ve ticari yapılarını negatif yönde etkilemektedir. İnovasyonun yönetilme şekli oldukça önemlidir ve ne şekilde yönetileceği ise yöneticilerin yaklaşım tarzları ile yakından alakalıdır. Yöneticilerin, farklı inovasyon algıları, inovasyon sürecini yönetim tarzlarında etkili olabileceği söylenebilir. Yöneticilerin bu etkenleri algılaması ve yönetme şekilleri ile alakalı özellikleridir Yöneticilerin inovasyonu yönetme ve algılama tarzları İnovasyon performansını etkileyen temel unsurlar olarak ifade edilebilir (Taşgıt ve Torun, 2016: 122).

3.8. Rekabet Ortamını Biçimlendiren Dinamikler ve Küreselleşme ilişkisi

Küreselleşme, örgütler arasındaki rekabet şartlarında etkili olmuştur. Bilhassa teknoloji alanındaki ilerlemeler ve küreselleşme neticesinde artış gösteren tüketici seçimlerindeki farklılaşma ve özelleştirmeler küresel alanda işletmelerin geçmişten daha farklı yeni rekabet stratejileri geliştirmelerine neden olmuştur (Şimşek & Akın, 2003: 84).



Şekil. 3: Rekabet Ortamını Biçimlendiren Dinamikler (Güleş ve Bülbül, 2004: 2).

Rekabet Ortamını Biçimlendiren Dinamikler teknoloji ve teknolojik gelişmeler ile küresel ekonomiden meydana gelmektedir. Teknoloji ve teknolojik gelişmeler; hızlı teknolojik değişimler, teknolojinin hızlı yayılımı, bilginin artan önemi ve bilişim teknolojilerinde önemli gelişmeler olarak dört bölüme ayrılmaktadır. İnsanların, malların, hizmetlerin ve fikirlerin sınırlar arasında serbest dolaşımı, küresel pazarların önemi, pazarların ve endüstrinin uluslararası olması, küresel pazarların önemli fırsatlar sunması başlıkları ise küresel ekonomi dinamiğini oluşturmaktadır.

Tüketicilerin tercih ve zevklerin de görülen önemli farklılaşma ve değişimler; fiyat, üretim ve rekabet süreçlerinde çok hızlı gelişmeleri meydana getirmekte ve işletmelerin ayakta durabilmek için çeşitli çabalar harcamasına sebep olmaktadır. Rekabet neticesinde işletmelerin, kaynaklarını ve yeteneklerini esnek ve doğal sürece uydurmaları zorunluluk arz etmektedir. İşletmelerin ulusal ve küresel ekonomilerde başarılı biçimde çalışabilmesi ve rakiplerine karşı üstünlük elde edebilmesi için mevcut ürünlerini ve üretim etkenlerini sürekli olarak geliştirmeleri ve yenilemeleri gerekmektedir. Rekabet arenasında hızla gelişerek büyüme gösteren işletmelerin çoğunlukla Ar-Ge faaliyetlerini önemseyen yenilikçi işletmeler olduğu görülmektedir. Ar-Ge çalışmalarına öncelik verilmesinin sosyal yarar, personel, pazarlar ve işletme ile alakalı farklı sebeplerinin olduğu Ar-Ge'nin küresel boyutta değer kazandığı gözlenmektedir. Günümüzde yaşanan köklü ve hızlı değişimler işletmeleri, yenilikçi olmak mecburiyetinde bırakmaktadır. Bu durum işletmelerin Ar-Ge çalışmalarına stratejik ölçekte öncelik vermelerine sebep olmaktadır (Zerenler, Türker ve Şahin, 2017: 653).

Rekabet arenası içinde hızla gelişerek büyüyen firmaların çoğunlukla Ar-Ge çalışmalarını önemseyen yenilikçi bakış açısına sahip firmalar olduğu; Ar-Ge'ye öncelik verilmesinin Pazar, sosyal fayda, personel ve işletme ile alakalı çeşitli sebeplerinin bulunduğu Ar-Ge nin küresel boyutta değer kazandığı gözlenmektedir. Günümüzde yaşanan köklü ve hızlı değişimler, firmaları yenilikçi olmak durumunda bırakmaktadır. Bu durum firmaların Ar-Ge çalışmalarına stratejik ölçekte öncelik vermelerine sebep olmaktadır (Zerenler, Türker ve Şahin, 2017: 653).

Teknolojik ilerlemeler ve küreselleşme işletmelerde rekabet olgusunun günden güne daha da fazla yaşanmasına yol açmaktadır. Rekabet ortamı içinde firmalarda somut varlıklar yerini, soyut varlıklara bırakmış, bilgi tabanlı değerler ve bu değerlerden oluşan süreçlerin yönetilmesi öne çıkmıştır.

İşletmelerin başlıca gücü ellerindeki inovasyon yetkinlik düzeyi ve entelektüel sermaye değerleridir. Yönetim muhasebesi; işletmelerde manevi ve maddi değerler konusunda bilgiler edinen, yönetim sisteminin bilgi tabanlı değerlerinin sağladığı süreçlerin yönetilmesinde alacağı kararlar üzerinde önemli ölçüde işlevselliğe sahiptir (Cengiz, Abdioğlu ve İşgüden, 2009: 91).

3.9. Küresel Teknoloji, Yöneticilerin İnovasyon Sürecini Yönetme Tarzı ve İşletmelerin Performansı

İşletmenin inovasyon performansının tespit edilmesi ile beraber, inovasyon performansının örgüt içi örgüt dışı çevresel faktörlerden hangisinin etkisi altında kalmış olabileceği, performans oranının artırılması için nelere ihtiyaç olduğu da belirlenmiş olacaktır. Örgütlerin inovasyon performansını etkilemekte olan pek çok unsur tartışılmaktadır. Rakiplerin, müşterilerin ve tedarikçilerin kontrolü, dışarıdan gelen bilgiyi yönetme ile inovasyon performansı arasında ciddi oranda anlamlı bağlantı olduğuna işaret edilmektedir. Örgüt kültürünün türleri ve inovasyon performansı arasındaki bu anlamlı bağlantıların varlığı vurgulanırken, değişik kültür türlerinin değişik inovasyon performansı gösterdikleri savunulmaktadır. İnovasyon uygulamalarının yaşama geçirilmesinde en stratejik rolü üstlenen yöneticilerdir. Örgütlerde inovasyonla ilgili faaliyetler idarecilerin inovasyon yönündeki algıları ve inovasyonu yönetim tarzları kapsamında şekillenmektedir. Uygulamalar düşüncelerin ortaya konulmasından ticarileştirme sürecine kadar sürmektedir. Örgüt içi ve örgüt dışı etkenlerin tespiti, strateji belirleme, iş görenleri yönlendirme ve karar verme gibi stratejik konularda idarecilerin kişisel özellikleri, bilgi ve becerileri öne çıkmaktadır. İnovasyon performansı işletmelerin inovasyon kabiliyeti oranlarını gösteren terimdir. Ayrıca yeni fikirlerin, ürünlerin, süreçlerin, işletmeye geri dönmesindeki ticari süreç olarak tanımlanmaktadır. Örgütlerin inovasyon performansı ölçümleri önceden yapılmış olan inovasyon uygulamalarının çıktılarını ortaya koymakla beraber yeni inovasyon uygulamalarının hayata geçirilmesi için ön şart olarak değerlendirilebilmektedir. İnovasyon performansının göstergeleri, örgütlere başarılı ya da başarısız olsun inovatif yönden ne durumda olduklarını kavramalarını sağlayacaktır (Taşgit ve Torun, 2016: 131-132).

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin, serbest rekabet piyasaları içinde var oluşlarını sürdürebilmeleri için daimi olarak yenilenme zorunluluğu bulunmaktadır. İşletmelerde inovasyon yönetim sürecinde etkinlik oranının artırılabilmesi ile inovasyon faaliyetlerinin başarı oranı da arttırılabilecektir. Teknolojide yaşanan hızlı değişim, işletmelerin kendilerini daha hızlı yenilemelerini gerektirmektedir. İnovasyon yaşam kalitesinin, ekonomik büyümenin ve artan istihdamın kilit noktasıdır. Bütün sektörler içinde çalışmalarını sürdüren her çeşit işletmenin her iş alanında inovasyon bir ihtiyaç haline gelmiştir. İnovasyonun ekonomik açıdan bir değer katması ve firma için yeni olması inovasyon olarak adlandırılabilmesi için gereklilik arz etmektedir. KOBİ ya da büyük boyutta pek çok firmaların iş modellerine yenilik getirecek ve geliştirecek bir araca gereksinimleri olduğu bilinmektedir.

Tüketicilerin tercih ve zevklerinde yaşanan önemli farklılaşma ve değişimler; fiyat, üretim ve rekabet süreçleri içinde çok hızlı gelişmelere neden olmakta ve işletmelerin ayakta kalmak için çeşitli çabalar sarf etmelerine sebep olmaktadır. Rekabet neticesinde, işletmelerin kaynaklarını ve yeteneklerini esnek ve doğal bir sürece uyumlu hale getirmeleri zorunluluk durumuna gelmiştir. İşletmelerin kendi ulusal ekonomilerinde ve küresel ekonomide başarıyla çalışabilmeleri ve rakiplerinin karşısında üstünlük elde etmeleri için daima ürünlerini ve mevcut imalat faktörlerini geliştirip yenilemeleri gerekmektedir.

Strateji birlikteliği ve İnovasyon ile oluşturulacak olan stratejik inovasyonla yaratıcılık, geleceğe yönelim, pazar odaklılık, keşfedici olmak, bilgiye değer katmak, yeni değerler oluşturmak, yeni fırsatlar sağlamak, işbirlikçi olmak, yeni iş modelleri kurmak, farklı düşünce ve görüşlere açık olmak, dışa dönük olmak, vizyon ve misyon sahibi olmak gibi etkenlerle rekabet alanında üstünlük sağlamak ve stratejilerin uygulamaya dönüştürülebilmesi mümkün olacaktır.

İşletme yönetiminin inovasyon yönetimini başarıyla sürdürebilmeleri için öneriler;

- 1) Firmalarda özel bilgi, deneyim ve bunları kullanma yeteneğinin olması fayda sağlayacaktır.
- 2) Kurumsal stratejinin en önemli bölümünü inovasyon stratejisi oluşturmalıdır. Bu stratejinin başında hedefi işletmeye özel bilgi toplamak olmalıdır.

- 3) İnovasyon stratejisi, teknolojiye var olan ve beklenen tehditleri, pazardaki talepleri ve gelişmelerin değerlendirilmesini sağlayacak biçimde hızla değişiklik gösteren karmaşık dış ortam ile başa çıkılmayı sağlayacak şekilde şekillendirilmelidir.
- 4) Süreçler ve yapılar, potansiyel açıdan birbiriyle çelişen ihtiyaçları dengelemelidir. Burada amaç, iş fonksiyonları ürün grupları ve teknolojik alanlarda özel bilgilerin tespit edilmesi, geliştirilmesi ve kullanılması olasıdır.
- 5) Deneyimlerin paylaşımı ve başarıları yanında başarısızlıkların da firma içinde tartışılabilmesi için mekanizmaların oluşturulması yararlı olabilir.
- 6) İnovasyon yönetimi için geliştirilmiş olan teknikler ve araçların öğrenilerek uygulanmaları işletmeye katkı sağlayabilir.

Basit tecrübeler ile inovasyon yönetiminde yeni yaklaşımlar geliştirilmesi işletmeye yarar sağlayacaktır.

İşletme performansını ölçmesiyle ilgili önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür;

- 1) İşletmenin çalışmalarını başarıyla sürdürüp sürdürmediği bilgisi elde edilebilir.
- 2) İşletmelere, problemlerin kaynakları ve başarı ve/veya başarısızlıklarına neden olan sebeplerin saptamasına yönelik faydalı bilgiler sağlanabilir.
- 3) Olabilecek performans açıklarını belirlemeye imkan sağlaması olasıdır.
- 4) Ödül verilebilecek performansın belirlenmesinde etkili olabilir,
- 5) Planlar doğrultusunda, önceden saptanmış olan kaynakların kullanımının ne ölçüde gerçekleştiğini gösterebilir. Yıllar içinde işletmenin performansını ölçme bakımından finansal göstergeler ile birlikte, kalite, verimlilik, üretimde değer yaratma, müşteri tatmini, teknolojik etkinlik, çalışma yaşamının kalitesi, yeni ürün geliştirme, kamu sorumluluğu ve pazar payı gibi farklı boyutlar da kullanılması faydalı olabilir.

KAYNAKÇA

- AKTAN, C.C. ve VURAL, İ. (2004), *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Aralık.
- ARAGÓN-CORREA, J. A., GARCÍA-MORALES, V. J. and CORDÓN-POZO, E, (2007), "Leadership and Organizational Learning's Role on Innovation and Performance: Lessons From Spain", *Industrial Marketing Management*, 36(3), 349-359.
- ATİK, H. (2005), *Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü*, Detay Yayınları, Ankara.
- BARIŞ, E., GÖKDENİZ, A. ve MET, Ö. (2011), "Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya'da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği." *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 77-112.
- CENGİZ, T., ABDİOĞLU, H. ve İŞGÜDEN, B. (2009), "İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 91-120.
- CEYHAN, Y. ve ÇAĞLAYAN, M. U. (1997), *Bilgi Teknolojileri Türkiye İçin Nasıl Bir Gelecek Hazırlamakta*, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara.
- ÇETİNTÜRK, İ., ADIGÜZEL, O. ve DEMİR, C. (2015), "Yenilik Yeteneğinin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisinde Müşteri Değerinin Aracılık Rolü: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", *Journal of International Social Research*, 8(36), 819- 833.
- GÜLEŞ, H. K. ve BÜLBÜL, H. (2004), *Yenilikçilik*, Nobel Yayınları, Ankara.
- GÜNDOĞDU, F. ve SUNAY, H. (2012), "İnovasyon ve Türk Spor Yönetiminde İnovasyon Uygulamaları", *Sporometre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10(2), 61-66.
- KALAY, F., TUNCER, C., KIZILDERE, O. ve KALAY, A. H. (2015), "Stratejik İnovasyon Yönetimi Uygulamalarının Firma İnovasyon Performansı Üzerindeki Etkileri", *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 10(2), 67-77.

- KANTEN, S. and YAŞLIOĞLU, M. (2012), "Role of Innovation in Creating Customer Value in Hotel Establishments: A Study on Managers", *Süleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 17(2).
- KARAATA, S. (2012), *Yenilik-Yenileşim-İnovasyon Dünyasına Bir Yolculuk*. Ege Genç İşadamları Derneği, 26 Kasım İzmir, 1-58.
- METE, E. S. (2018), "İş Modeli, İş Modeli İnovasyonu ve Strateji", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 1066-1099.
- NAR, M. Ş. (2015), "Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi", *Journal of International Social Research*, 8(37).
- RAMAMANI, M. K. (2010), *Innovation Value of Information Technology: Impact of Information Technology Intensity on Innovation Capability and Firm Performance*, Submitted to Michigan State University in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy.
- SATI, Z. ve ECEVİT, Ö. I. (2011), "İnovasyon ve Stratejik Yönetim Sinerjisi: Stratejik İnovasyon", *Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 538-559.
- ŞİMŞEK, M. ve AKIN, H. (2003), *Teknoloji Yönetimi ve Örgütsel Değişim*, Çizgi Yayınları, Konya.
- TAŞGİT, Y. E. ve TORUN, B. (2016), "Yöneticilerin İnovasyon Algısı, İnovasyon Sürecini Yönetme Tarzı ve İşletmelerin İnovasyon Performansı Arasındaki İlişkiler: KOBİ'ler Üzerinde Bir Araştırma", *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(2), 121-156.
- ZERENLER, M., TÜRKER, N. ve ŞAHİN E. (2007), "Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme (AR-GE) ve Yenilik İlişkisi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 653-667.
- URL 1. https://i1.rgstatic.net/publication/330005156_Is_Modeli_Is_Modeli_Inovasyonu_ve_Strateji_-_Busin_ess_Model_Business_Model_Innovation_and_Strategy/links/5c28ff97a6fdcfc70731210/largepreview.png Erişim Tarihi: 10.05.2019).