

TÜRKİYE'DE YAPILAN YENİLİK FAALİYETLERİ VE YENİLİK PERFORMANSININ AB ORTALAMASIYLA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Mehmet KARAHAN¹

Öz

Günümüzdeki ileri rekabet ortamlarında işletmelerin rakipleri ile yarışması ve onlardan bir adım öne çıkmaları için rekabetçi öncelikleri rakiplerine göre daha iyi kullanmaları gerekmektedir. Bu kapsamda, işletmelerin rakiplerine üstünlük sağlamaları için yenilikler yapması artık bir zorunluluğa dönüşmüştür. Yenilikçilik ülke ekonomilerinin tüm boyutlarında önemli bir rekabet aracı olarak kullanılabilirliğinden, zamanımızın ileri rekabet ortamlarında işletmelerin üretim süreçlerini ve örgütsel yapılarını bu ortama uygun olarak sürekli yenilemeleri, işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için hayati derecede öneme sahiptir. Bu bağlamda yapılan çalışmada, yenilikçilik faaliyetleri yapan işletmeler, yenilik çeşitleri, yeniliklerin sürdürülebilirliği, finansal destek almaları, yenilikçilik yapma gayeleri, girişimlerin karşı karşıya geldiği engeller, işletmelerin yenilik yapmama nedenleri, ayrıntılı olarak incelenmiş ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Ayrıca Türkiye'nin yenilikçilik performansı AB ortalamasıyla karşılaştırılarak ülkenin uluslararası seviyede güçlü ve zayıf yönleri belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; Türkiye'de 2018-2020 yılları arasında genel olarak en yüksek yenilik faaliyeti sanayi sektöründe yapılmıştır. En yüksek ürün, hizmet ve iş süreci yeniliği sanayi sektöründe yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre sanayi sektöründeki ürün yenilikçisi girişimler ve Pazar için yeni olan yeniliklerde daha iyi durumdadır. Yenilik faaliyetleri sırasında girişimlerin karşılaştığı en büyük engel yüksek maliyetlerdir. AB ile yapılan karşılaştırmada Türkiye'nin yenilik performansının daha düşük seviyelerde olduğu, ancak yenilikçilik kriterleri yönüyle yenilikçiler ve satış etkileri kriterlerinde 2019-20 döneminde AB ortalamasını geçtiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yenilik faaliyetleri, yenilik engelleri, inovasyon güçlükleri, yenilik performansı

Jel Sınıflaması: O31, O32, D81, C16

A COMPARATIVE ANALYSIS OF INNOVATION ACTIVITIES AND INNOVATION PERFORMANCE OF BUSINESSES IN TURKIYE WITH EU AVERAGES

Abstract

In today's advanced competitive environments, businesses need to use competitive priorities better than their competitors in order to compete with their competitors and stand out from them. In this context, it has become a necessity for enterprises to innovate in order to outperform their competitors. Since innovation can be used as an important competitive tool in all dimensions of the country's economies, it is vitally important for enterprises to continuously renew their production processes and organizational structures in accordance with this environment in advanced competitive environments of our time, so that businesses can live their lives. In this context, in this study, businesses engaged in innovation activities, types of innovations, sustainability of innovations, receiving financial support, the objectives of innovating, obstacles faced by enterprises, the reasons why the enterprises do not innovate, are examined in detail and the results are presented below. In addition, in order to find the necessary solutions for the dissemination of innovation, the problems faced by the innovation were tried to be determined in the study and suggestions were developed for the solution of these problems. According to the results obtained from the study; The highest innovation activity in general was carried out in the industrial sector in Turkey between 2018 and 2020. The highest product innovation, business process innovation, products innovation were also made in the industrial sector. According to the data obtained, product innovation initiatives in the industrial sector are better positioned from innovations that are new to the market. The most compelling obstacle faced by business during innovation activities is high costs. In the comparison with the EU, it has been determined that Turkey's innovation performance is at lower levels, but it exceeds the EU average in the 2019-20 period in terms of innovators and sales impact criteria in terms of innovation criteria.

Keywords: Innovation activities, innovation barriers, innovation challenges, innovation performance.

Jel Classification: O31, O32, D81, C16

¹ Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, mkarahan@msn.com ORCID: 0000-0002-0402-0020

1. Giriş

Günümüz şartlarında işletmeler rekabetçi olabilmek ve global pazar isteklerine cevap verebilmek için yeni yollar aramaktadırlar. Bu nedenle günümüz ileri rekabetçi ortamlarında işletmelerin üretecekleri ürün, hizmet, yönetim yöntemleri, pazarlama teknolojileri ve üretim süreçlerinde yapılabilecek farklılıklara hayati derecede ihtiyaçları vardır. Bu süreçlerde işletmelerin verimliliğini ve karlılığını artıracak her türlü değişim ve farklılıklar, örgütsel yenilik olarak kabul edilmektedir. Yaşadığımız zaman diliminde işletmelere rekabet üstünlüğü kazandıran önde gelen araçlar; ürünler, hizmetler, süreçlerde yenilik yapacak, bilgi ve teknolojik yeteneklerin keşfedilmesi, arkasından da bunların ürün, hizmet ve süreçlere döndürülmesi, işletmelere faydalı olacak bir değere dönüştürülmesi gerekmektedir (Uzkurt, 2008). İşletmelerin içinde buldukları pazarda kalıcılıklarını sağlayabilecek ana unsur, rekabet üstünlüğü kazanmaları ve bunu uzun vadeli olarak sürdürebilmeleridir. İşletmeler ancak yeniliklerle kazandıkları üstünlükler sayesinde verimlilik ve karlılıklarını artıracak ve bu şekilde yeni pazarlar bulabilecek, mevcut pazarlardaki paylarını da artıracaklardır.

Yenilik, yeni bir ürünün icat edilmesi, yeni bir üretim metodunun geliştirilmesi, yeni bir pazarın kurulması, hammadde ya da yarı mamul madde temini için yeni kaynakların geliştirilmesi vb. faaliyetleri kapsamaktadır (Özçifçi ve Sarıçay, 2014). Yenilik, bilginin ekonomik ve toplumsal yarara döndürülmesi süreci olarak tanımlanabilir. Bu sebeple teknik, ekonomik ve sosyal süreçlerden oluşan bir bütün olarak değerlendirilebilir. Bireysel ve toplumsal değişime olan istek, yeniliğe açık olmak ve girişimcilik ruhuyla tamamlanan bir kültüre ihtiyaç duyar. Yenilikçiden beklenen, bilim ve teknolojinin etkisindeki fikirlerin kuramsal ve eylemsel olarak faydaya dönüştürülmesidir. Yenilik, bulunduğu duruma göre bölgesel ve milli özellikleri olan faaliyetlerdir (Langvik vd., 2005).

Yenilik; süreç, yapı, hizmet ve mallarda yapılan değişiklikler ile kaliteyi artırarak arzu ve ihtiyaçları daha etkili olarak karşılamayı sağlayan, süreç ve yönetsel eylemlerdeki değişim ve gelişmelerdir. Girişimciler; yenilik çalışmalarını farklı düşüncelerle yaparak yenilik sürecini yönetirler (Drucker, 2015). Yenilik, yeni fikirlerin pazarlanabilir bir ürüne veya hizmete, üretim yöntemine dönüştürülme sürecidir (Ömürbek ve Kişi, 2019: 264).

Yenilikçilik, ileri düzeyde rekabetin olduğu piyasalarda işletmelere sürdürülebilir bir üstünlük kazandırmak, öncü işletmelerden biri olma şansını elde etmek ve işletme performansını artırmak gibi avantajları kazandıran bir yöntemdir. İşletmeler ürettikleri ürün ve hizmetleri geliştirerek daha kıymetli müşteri tabakalarına erişmeye gayret ederek rekabet ortamında diğer

firmalardan bir adım önüne geçmeye çabalarlar. İşletmelerin bunu başarmaları için maliyet liderliği, farklılaşma ve maliyet oryantasyonu seçeneklerinden en fazla farklılaşmaya odaklanmaları gerekir. Bu noktadan bakıldığında yenilikçilik, zorlu rekabetçi piyasalarda şirket karlılığını artırarak ve maliyetleri önemli oranlarda azaltarak, yenilik yapan firmalara ciddi avantajlar kazandırır.

Çetin rekabet ortamlarının hâkim olduğu zamanımızda, işletmelerin rakipleriyle yarışmaları ve onlara üstünlük sağlaması, onlara karşı rekabet önceliklerini daha başarılı kullanmalarına bağlıdır. Bunun yanı sıra, dinamik bir örgüt olan işletmelerin rakiplerine kolay hedef olmaması için sürekli yenilikler yapması oldukça önemlidir. Ekonomik hayatın tüm dönemlerinde, yenilikçilik önemli bir unsur olduğundan yarış içindeki firmaların ürünlerini, süreçlerini ve örgütsel yapılarını devamlı olarak yenilemeleri gerekmekte, varlıklarını devam ettirebilmek için bu yarışa dahil olmaları gerekmektedir (Cozijnsen vd., 2000; Karahan ve Dinç, 2017). Hızlı teknolojik ilerlemelerle gelişen zamanımızdaki acımasız rekabet ortamında yaşamak zorunda kalan günümüz işletmelerinin yaşamlarını sürdürebilmeleri için güncel organizasyonel yenilik kültürünü inşa etmeleri artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu süreçte organizasyon içerisinde çalışanlardan bazıları bu değişime karşı bir direnç gösterebilir. Bu direncin kırılması için örgüt içi iletişimin geliştirilmesi oldukça önemlidir.

İnovasyon ile ilgili yapılan birçok çalışmada yeniliklerin karşılaştığı zorluklar genellikle; insan kaynakları ve organizasyon, maliyetler, kurumsal kısıtlar, hükümet politikaları ve bilgi akışı olarak sıralanabilir. İlgili yazında yeniliklerin karşılaştığı engeller; ağırlıklı olarak finansal kaynak yetersizliği, bilgi eksikliği, nitelikli personel eksikliği, çalışanların yeniliğe karşı direnci, örgüt kültürü eksikliği ve dış çevre kaynaklı sorunlardır (Yıldız ve Aslan, 2019). Yenilikçiliğin karşılaştığı engellerle alakalı tüm zorlukların niteliği ve önemi incelenerek bu süreçlerdeki tüm engellerin etkileri ve sonuçları analiz edilerek yenilikçiliğin yaygınlaştırması için nelerin yapılması gerektiği ortaya çıkarılmalıdır. Bu amaçla yapılan bu çalışmada, öncelikle yeniliğin karşılaştığı sorunlar, TUIK'in 2021 yılında yayınladığı verilerine göre belirlenmiş ve bu sorunlara çözüm öneriler geliştirilmiş, daha sonra Türkiye'nin yenilik performansı AB ortalaması ile dönemsel olarak karşılaştırmalı analiz edilmiştir.

2. Konuyla İlgili Literatür

Çalışma kapsamında yapılan geniş bir yazın taraması sonucunda, *yenilikçiliğin işletme performansına etkileri ve yenilik performansını etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik* öne çıkan yerli ve yabancı çalışmalardan bazıları aşağıda sıralanmıştır.

Erdem, Gökdeniz ve Met (2011) tarafından yapılan çalışmada, yenilikçiliğin işletme performansına etkisini otel işletmeleri özelinde araştırmışlardır. Bu amaçla, Antalya ilinde bulunan 44 beş yıldızlı otel işletmesinde anket tekniği uygulanarak araştırma verileri toplanmıştır. Çalışma sonucunda, yöneticilerin, yenilikçilik ve işletme performansı konularında olumlu bir tutuma sahip oldukları, yenilikçiliğe bakış açılarının olumlu yönde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yöneticilerin çalıştıkları işletmelerin performansını, rakiplerine göre daha iyi düzeyde olduğu değerlendirilmiştir.

Uzunbacak (2012) tarafından yapılan çalışmada, işletmelerin yeniliğe ne kadar önem verdikleri, yararlandıkları kaynaklar, yenilik çalışmalarını nasıl finansa ettikleri, işletmeye etkileri ve ortaya çıkan sorunların analizi amaçlanmıştır. 2012 yılında Burdur ve Isparta organize sanayi bölgesinde beş sektörde faaliyet gösteren 58 işletmeye anket çalışması uygulanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda örneklemdaki işletmelerin çoğunun KOBİ'lerden oluştuğu ve patent ve marka sayılarının oldukça az olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yapılan yenilik çalışmalarının sürdürülebilirlik noktasında problemler yaşandığı, finansman sağlayan ulusal ve uluslararası kuruluşlardan yeteri kadar destek alınmadığı ileri sürülmüştür. Yenilikçilik çalışmalarında karşılaşılan problemlerden bazılarının; ekonomik riskler, finans kaynaklı sorunlar, yetişmiş eleman yetersizliği, maliyet üzerindeki baskı ve teknolojik bilgi yetersizliği olduğu ileri sürülmüştür.

Çelik (2013) tarafından yapılan çalışmada, yenilikçiliğin rekabet gücünü artırmadaki etkisi, ülkemizdeki girişimlerin yenilikçiliği benimseme ve ulusal yenilik stratejisine uyumlarına ilişkin durumunu ortaya çıkarmayı amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada, Küresel Rekabet Gücü (GCI) raporundan elde edilen verilerden faydalanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, Türkiye'nin yenilik kapasitesinin kısmen geliştiği, ancak yaşanan bazı olumsuzluklar yüzünden yenilikçi uygulamaların performansının yetersiz olduğu, bir önceki dönemine göre yenilik faaliyetinde bulunan girişim sayısının azaldığı ileri sürülmüştür.

Löfsten, (2014) yaptığı çalışmada İsveç'te bulunan işletmelerde yenilik performansının iş performansı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; ürün yeniliği performansının, ürün yeniliği prosedürlerini gösteren 14 değişkenden yedisini etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, firma büyüklüğü, yaş, dal ve ürün yaşam döngüleri gibi değişkenlerin ise ürün inovasyon performansını etkilemediği ileri sürülmüştür.

Camisón ve Villar-López, (2014) tarafından yapılan çalışmanın amacı, organizasyonel yenilik ve teknolojik yenilik yetkinlikleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Bu amaçla İspanya'da bulunan 144 sanayi firmasından veri toplanmış ve elde edilen bu veriler, kısmi en küçük kareler

yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda, organizasyonel yeniliğin, teknolojik yenilik yetkinliklerinin geliştirilmesinde olumlu yönde desteklediği ileri sürülmüştür.

Akgün ve Keskin (2014) tarafından yapılan çalışmada, İstanbul Ticaret Odasına kayıtlı 112 yenilikçi işletmeden elde edilen verilerle, örgütsel esneklik kapasitesi ile ilgili değişkenlerin firmanın yeni ürün geliştirme ve firma performansına etkisi araştırılmıştır. Çalışmadan elde edilen bilgilere göre, yetkinlik yönelimi ve orijinal çeviklik değişkenlerinin firmanın inovasyon performansına pozitif katkı sağladığı tespit edilmiştir.

Özçiftçi ve Sarıçay (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Kayseri’de bulunan işletmelerde gerçekleştirilen yenilik faaliyetleri ve bu faaliyetler ile işletme performansı arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, 2012 yılında Kayseri Organize Sanayi Bölgesi’ne kayıtlı 105 işletmede bir anket uygulaması yapılmıştır. Çalışma sonucunda, işletmelerin tüm alanlarda yenilik yapmak için yeterli kaynaklara sahip oldukları, bu yenilikleri gerçekleştirmek amacıyla, yenilikçi stratejileri uyguladıkları ve işletmelerdeki yenilik faaliyetlerinin işletmenin performansını etkilediği ifade edilmiştir.

Maletič, vd., (2015) tarafından yapılan bu çalışmada, sürdürülebilirlik merkezli yenilik uygulamalarının performans etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Almanya, Polonya, Sırbistan, Slovenya ve İspanya merkezli ve çalışan sayıları farklılık gösteren imalat ve hizmet sektörlerindeki işletmelerin yöneticilerine e-mail yoluyla ulaşılarak 266 geçerli veri toplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, sürdürülebilirlik odaklı inovasyon uygulamalarının inovasyon performansı ve iş memnuniyeti üzerinde olumlu etkiler oluşturduğu belirlenmiştir.

Karahan ve Dinç (2017) tarafından yürütülen çalışmada, teknolojik yenilik yapma, teknolojik yenilikleri kullanma ve yenilik gerçekleştirebilme yetenekleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler, 2010-2012 dönemini kapsayan TÜİK verilerinden oluşmaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre; yapılan yenilik çalışmalarında sanayi işletmelerinin, hizmet işletmelerine her alanda üstünlük sağladığı, en çok yeniliğin pazarlama alanında gerçekleştiği ileri sürülmüştür. Ayrıca, yenilik girişimlerine finans sağlamak amacıyla işletmelerin çoğunluğunun kamu kurumlarından destek aldıkları ve girişimlerin en çok fiyat rekabeti, yeterli finans kaynak sağlama, yasal gerekliliklerin maliyeti, yeni pazarlara girişte yüksek maliyet ve talep eksikliği gibi sorunlarla karşılaştıkları ifade edilmiştir.

Ndesaulwa ve Kikula (2017), gerçekleştirdikleri çalışmada Kuzey Tanzania'daki Arusha ve Kilimanjaro bölgelerindeki mobilya işletmelerindeki yenilikçiliğin temel belirleyicileri ve etkileri incelemiştir. Çalışmanın verileri, anket ve KOBİ sahipleri/yöneticileri ve çalışanları ile derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmaya 384 kişi katılmıştır. Çalışma sonucunda, işletmelerin teknolojik ve organizasyonel yenilik performansını etkileyen faktörlerin; endüstriyel olgunluk, rekabet, yatırım çekiciliği, şirket büyüklüğü, ihracat yönelimi, teknolojik fırsatlar ve müşteri ihtiyaçları olduğu ileri sürülmüştür.

Tidd ve Bessant (2018) yaptıkları çalışmada, yenilikle ilgili çalışmaların yaygınlaştırılması için alternatif yollar bulmayı amaçlamışlardır. Çalışmanın verileri literatürde yapılan çalışmalardan sağlanmıştır. Elde edilen verilere göre, çalışmalarda temel temalara ve zorluklara odaklanmak yerine çağdaş eğilimleri takip etmek ve bunlara uyumlu eğilimleri takip etmek gerektiği yorumu yapılmıştır.

Durmuş (2018) gerçekleştirdiği çalışmada, yenilik stratejilerinin işletmenin performansı üzerindeki etkilerini ortaya koymak, sürekli olarak değişim ve gelişim gösteren küresel rekabet ortamında yenilik sürecinin işletme performansını nasıl etkilediğini incelemiştir. Çalışmaya veri sağlamak üzere tekstil firmalarında çalışan 400 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda yenilik stratejilerinin tüm boyutlarıyla birlikte işletme performansını yüksek düzeyde ve olumlu etkilediği, işletme performansına en fazla etkiyi risk alma boyutunun yaptığı ve en az etkiyi ise agresiflik boyutunun oluşturduğu ileri sürülmüştür.

Distanont ve Khongmalai (2018) tarafından yapılan bu çalışmada, dondurulmuş gıda sektöründeki KOBİ işletmelerine rekabet avantajı sağlayan yenilik çalışmalarını incelemiştir. Yapılan çalışmada örgütün iç bağlamlarına ek olarak, öncelikle yeniliklerin geliştirilmesini sağlayacak dış faktörlere dikkat çekilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, yeniliklerin işletmelere önemli avantajlar kazandırdığı ileri sürülmüştür.

Ömürbek ve Kişi (2019) tarafından yapılan çalışmada, 100 işletmenin sektörel bazda yaptıkları yenilik faaliyetleri ÇKKV yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Araştırmada 2014-2016 dönemine ait TÜİK verileri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, imalat sanayinin pazarlama yeniliği açısından en iyi performansı gösterdiği, elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme araçları üretiminde sektörün en düşük performansı gösterdiği belirlenmiştir. Ürün yeniliği kategorisinde ise imalat sanayi en yüksek performansı gösterirken, mimarlık ve mühendislik kategorisi de en düşük performansı göstermiştir.

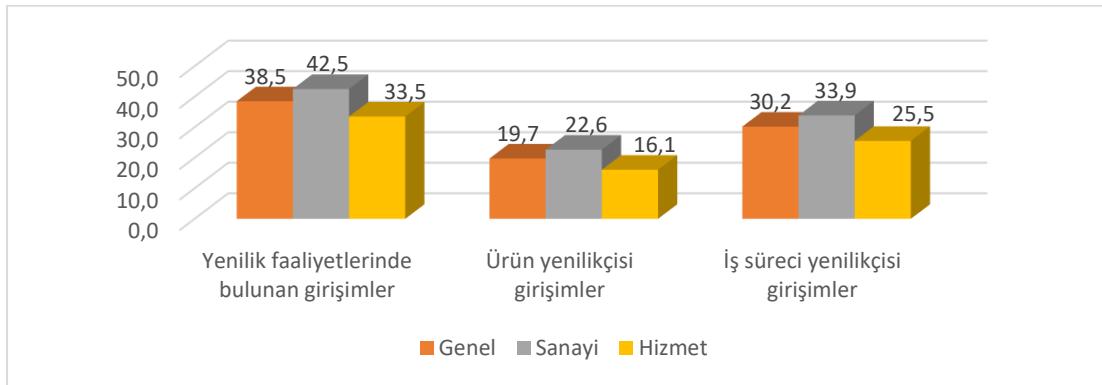
3. Türkiye’deki İşletmelerde Yapılan Yenilik Faaliyetleri

Günümüzde yeniliğin, rekabet gücünü artırmada önemli etkenlerden biri olduğu anlayışı geniş kabul görmektedir. Bu bağlamda, hem işletme hem ülke ekonomileri bazında, yenilikte etkinleşme amacıyla ulusal yenilik sistemlerinin geliştirildiği göze çarpar. Türkiye’de de yenilik kapasitesini artırma; yeni ürün-hizmetler, yeni üretim ve dağıtım yöntemleri, yeni sistemler oluşturma yeteneğini artırma ve bunu ekonomik-toplumsal faydaya dönüştürme hedefi benimsenmiştir. (Çelik, 2013). Bu bağlamda çalışmada öncelikle Türkiye’de yapılan yenilik faaliyetleri TUIK 2021 verilerine göre incelenerek öncelikle bir durum tespiti yapılmış ve sonra yenilik faaliyetleri sırasında belirlenen eksiklikler ve sorunlar tespit edilmiş ve daha sonra belirlenen sorunların çözümüyle ilgili öneriler geliştirilmiştir.

3.1. Türkiye’de Yenilik Faaliyetlerinde Bulunan Yenilikçi İşletmeler

Türkiye’de 2018-2020 döneminde yenilik faaliyetlerinde bulunan işletmeler ve yaptıkları yenilik çeşitleri; genel, sanayi ve hizmet sektörü oranları olarak üç çeşit sınıflandırmaya göre yapılmış, elde edilen veriler aşağıda Şekil 1’de gösterilmiştir. 2018-2020 yılları arasında genel olarak yenilik girişiminde bulunan firmaların % 38,5 olduğu, bu oranın sanayi sektöründe %42,5 ve hizmet sektöründe ise 33,5 olduğu görülmektedir. Buna göre ilgili dönemde en yüksek yeniliğin % 42,5 ile ‘sanayi’ sektöründe olduğu ifade edilebilir.

Şekil 1: Yenilikçi İşletmeler ve Yaptıkları Yenilik Çeşitleri



Not: Grafik verileri TUIK, 2021 Yenilik Araştırmaları raporundan alınarak hazırlanmıştır.

Şekil 1’de ürün yeniliği yapan işletmelerin genel oranının %19,7 olduğu, bu oranın sanayi sektöründe %22,6 ve hizmet sektöründe %16,1 olduğu görülmektedir. Buna göre en yüksek oranda ürün yenilikçiliği sanayi sektöründe yapılmıştır. Yine yenilikçi işletmelerden iş süreci yenilikçisi olanların genel oranı % 30,2 olup, sanayide % 33,9 ve hizmet sektöründe % 25,5 oranında gerçekleşmiştir. Buna göre de en yüksek oranda iş süreci yeniliği yapan işletmeler

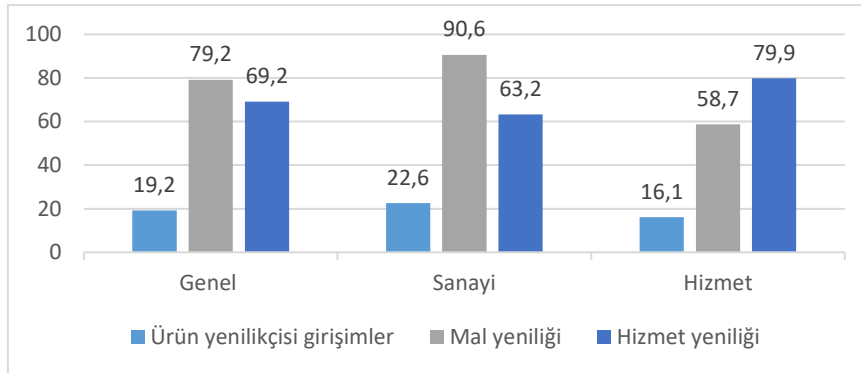
sanayi sektöründedir yorumu yapılabilir. Elde edilen bu verilere göre, Türkiye’de ilgili dönemde en fazla iş süreci yeniliği sanayi sektöründe yapılmıştır.

3.2. Türkiye’de 2018-2020 Döneminde Ürün Yeniliği Yapan İşletmeler

Ürün yeniliği; teknik özelliklerde, bileşenler ve malzemelerde, birleştirilmiş yazılımda, kullanıcıya kolaylığında ve diğer işlevsel özelliklerinde önemli derecede iyileştirmeleri içeren, mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır. Ürün yenilikleri, hem pazar için yeni sayılabilecek mal ve hizmetlerin pazara sunulmasını, hem de mevcut durumda pazarda var olan mal ve hizmetlerin kullanıcı veya işlevsel özelliklerinde yapılan önemli sayılabilecek geliştirmeleri içermektedir. Ürün yeniliği kavramı mal yeniliğiyle birlikte hizmet yeniliğini de kapsamaktadır (Kalay ve Kızıldere, 2015:37).

Türkiye’de 2018-2020 yılları arasında ürün (mal ya da hizmet) yeniliği gerçekleştiren işletmelerin bu yeniliği hangi sektörde yaptıkları incelenmiş; ürün yeniliği yapanların genel olarak %19,2 oranında sanayi sektöründe, %22,6 oranında hizmet sektöründe ve %16,1 oranında ise hizmet sektöründe olduğu belirlenmiştir. Buna verilere göre en fazla ürün yeniliği sanayi sektöründe yapılmıştır (Şekil 2).

Şekil 2: Ürün Yeniliği Yapan İşletmeler



Not: Grafikteki verileri TÜİK, 2021Yenilik Araştırması raporundan alınmıştır.

Şekil 2’de görülebileceği üzere, ilgili dönemde genel olarak mal yeniliği yapan %79,2 oranında, sanayi kesiminde %90,6 oranında ve hizmet sektöründe ise %58,7 oranında gerçekleşmiştir. Buna göre en çok mal yeniliği sanayi kesiminde yapılmıştır.

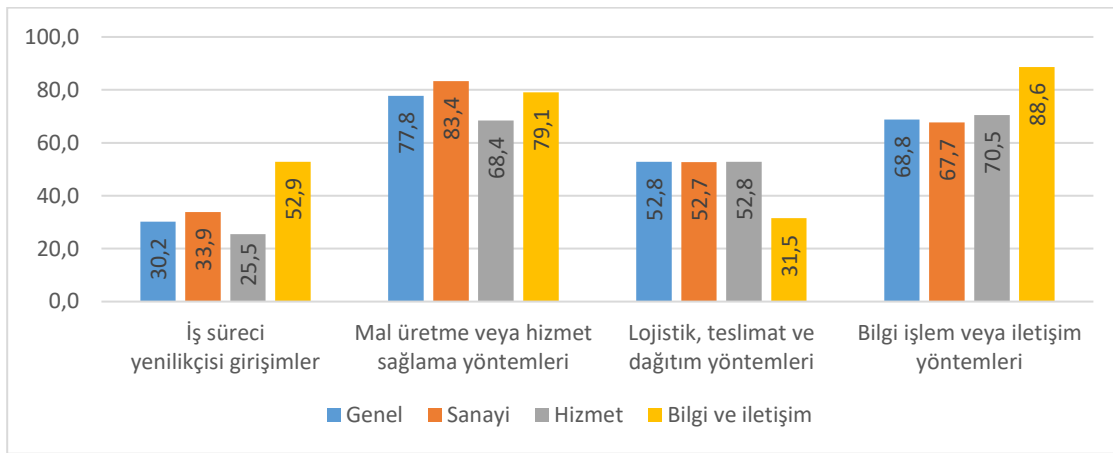
Yine ilgili dönemde hizmet yeniliği yapan işletmeler genel olarak %69,2 oranında, sanayi sektöründe %63,2 oranında ve %79,9 oranında hizmet sektöründe gerçekleşmiştir. Buna göre en çok hizmet yeniliği hizmet sektöründe olmuştur.

3.3. Türkiye’de 2018-2020 Döneminde İş Süreci Yenilikçisi İşletmeler

Türkiye’de 2018-2020 yılları arasında iş süreci yenilikçisi girişimler genel başlığı altında %30,2, sanayi sektöründe %33,9, hizmet sektöründe %25,5, bilgi ve iletişim sektöründe %52,9 olduğu görülmektedir. Buna göre iş süreci yenilikçisi girişimler arasında bilgi ve iletişim sektörü en yüksek orana sahiptir.

Şekil 3’de görüldüğü gibi, iş süreci yeniliği türleri açısından incelendiğinde mal üretme veya hizmet sağlama yöntemleri üzerine yenilik girişiminde bulunan işletmelerin genel başlığında %77,8, sanayi sektöründe %83,4, hizmet sektöründe %68,4, bilgi ve iletişim sektöründe %79,1 olduğu görülmektedir. Mal üretme veya hizmet sağlama yöntemleri üzerine yenilik girişiminin en çok sanayi sektöründe olduğu görülmektedir. Lojistik, teslimat ve dağıtım yöntemleri üzerine yenilik girişiminde bulunan işletmelerin genel başlığında %52,8, sanayi sektöründe %52,7, hizmet sektöründe %52,8, bilgi iletişim sektöründe ise %31,5 olduğu görülmektedir. Bu başlık altında sanayi ve hizmet sektöründe aynı oranda yenilik girişiminin yapıldığı söylenebilir.

Şekil 3: İş Süreci Yenilikçisi İşletmeler ve İş Süreci Yenilik Çeşitleri

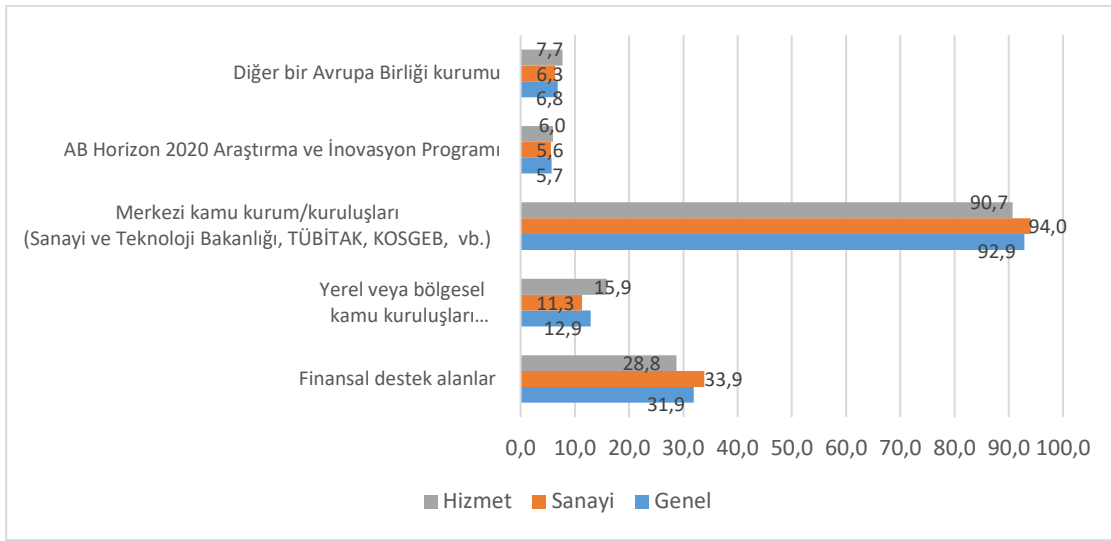


Şekil 3’de görüldüğü gibi, bilgi işlem veya iletişim yöntemlerine yönelik girişimlerdeki oranların genel başlığında %68,8, sanayi sektöründe %67,7, hizmet sektöründe %70,5, bilgi ve iletişim sektöründe %88,6 olduğu görülmektedir. Bu başlık altında tüm sektörlerin yüksek oranda yenilik girişiminde bulunduğu söylenebilir. %88,6’lık oranda girişimde bulunan bilgi ve iletişim sektöründeki işletmeler en yüksek orana sahiptir.

3.4. Türkiye’de 2018-2020 Döneminde Yenilik Faaliyetinde Bulunan Girişimlerin Çeşitli Kaynaklardan Finansal Destek Alma Oranları

Türkiye’de 2018-2020 yılları arasında yenilik faaliyetinde bulunan girişimlerin çeşitli kaynaklardan finansal destek alma durumları genel olarak % 31,9’unun finansal destek aldığı şeklindedir. Bu oran sanayi sektöründe %33,9 ve hizmet sektöründe %28,8’dir. Buna göre en çok finansal destek sanayi sektöründe alınmıştır yorumu yapılabilir.

Şekil 4: Girişimlerin Çeşitli Kaynaklardan Finansal Destek Alma Oranları



Şekil 4’de görüldüğü gibi yenilik faaliyetlerini finanse etmek için işletmelerin genel olarak %12,9’u yerel veya bölgesel kamu kuruluşlarından, %11,3’ü sanayi sektöründen ve %15,9’u hizmet sektöründen destek almışlardır. Merkezi kamu kurum/kuruluşlarında destek alanların oranı genel olarak %92,9, sanayi sektöründe %94,0 ve hizmet sektöründe %90,7 oranındadır.

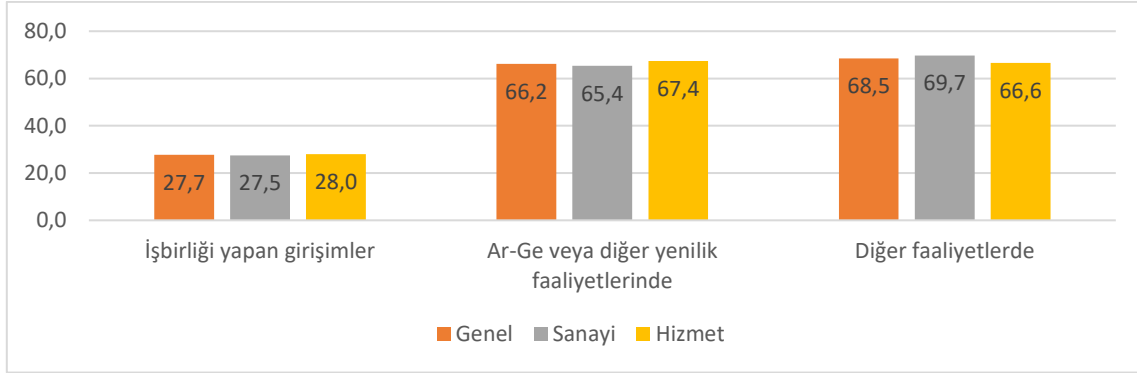
Yenilik faaliyetinde bulunmak için AB Horizon 2020 Araştırma ve İnovasyon Programı’ndan faydalanan işletmeler genel olarak %5,7, sanayi sektöründe %5,6 ve hizmet sektöründe ise %6,0 oranındadır. Diğer bir Avrupa Birliği kurumundan faydalanan işletmeler genel olarak %6,8, sanayi sektöründe %6,3 ve hizmet sektörü %7,7 oranındadır. Bu verilere göre yenilikçilik faaliyetinde bulunan işletmelerin büyük bir çoğunluğu merkezi kamu kurum ve kuruluşlarından destek almaktadırlar yorumu yapılabilir.

3.5. Türkiye’de 2018-2020 Yılları Arasında Yenilik faaliyetinde bulunan girişimlerin işbirliği yapma oranı ve İşbirliği yapılan alanlar

Türkiye’de yenilik girişiminde bulunan işletmelerin iş birliği yapma oranları, genel olarak %27,7, sanayi sektöründe %27,5 ve hizmet sektöründe %28,0 oranındadır. Aşağıda Şekil 8’de

görüldüğü gibi yenilik faaliyeti yapmak için iş birliğinde bulunan işletmeler AR-GE veya diğer yenilik faaliyetlerini genel olarak %66,2, sanayi sektöründe %65,4 ve hizmet sektöründe %67,4 oranında yapmıştır.

Şekil 5: Girişimlerin İşbirliği Yapma Oranı ve İşbirliği Yapılan Alanlar

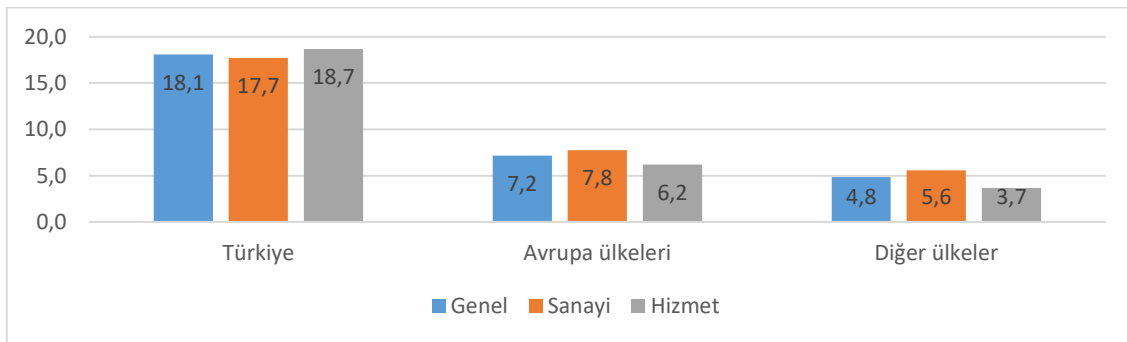


Şekil 5’de görüldüğü gibi, diğer faaliyetler başlığı altında yenilik faaliyeti yapan girişimler genel olarak %68,5, sanayi sektöründe %69,7 ve hizmet sektöründe %66,6 oranındadır. Bu sonuçlara göre hizmet sektöründeki işletmelerin daha fazla işbirliği yaptığı, Ar-Ge veya diğer yenilik faaliyetlerinde bulunduğu yorumu yapılmıştır.

3.6. Türkiye’de 2018-2020 Yılları Arasında Yenilik faaliyetinde bulunan girişimlerin işbirliğine gittiği ülkeler

Türkiye’de yenilik faaliyetinde bulunan işletmelerden Ar-Ge/Yenilik faaliyetlerinde iş birliğinde bulunan işletmeler genel olarak %18,1 oranında, sanayi sektöründe %17,7 oranında ve hizmet sektöründe %18,7 oranında Türkiye’deki kurumlarla işbirliği yapmaktadır.

Şekil 6: Girişimlerin Ar-Ge / Yenilik Faaliyetlerinde İşbirliğine Gittiği Ülkeler



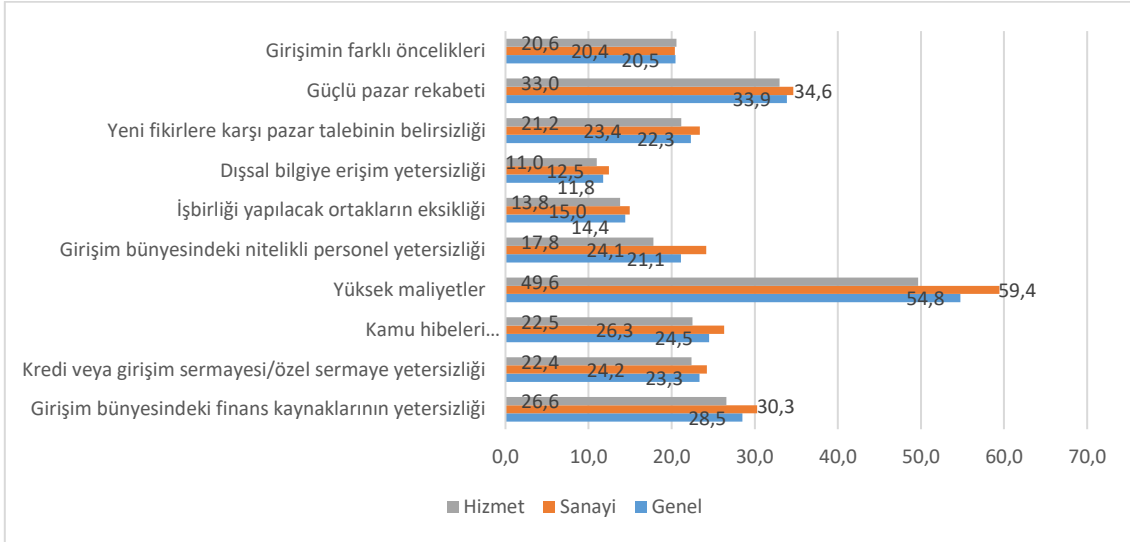
Şekil 6’da görüldüğü gibi Avrupa ülkeleri ile işbirliğinde bulunan işletmelerin oranı; genel olarak %7,2, sanayi sektöründe %7,8 ve hizmet sektöründe %6,2 şeklindedir. Bunların dışında diğer ülkelerle işbirliğinde bulunan girişimlerin oranları ise genel olarak %4,8, sanayi sektöründe %5,6 ve hizmet sektöründe ise %3,7 oranındadır. Bu sonuçlara göre, işletmelerin

çoğu Türkiye'deki hizmet sektöründen kurumlarla işbirliğine gitmektedirler yorumu yapılabilir.

3.7. Türkiye'de 2018-2020 Döneminde Yenilik Faaliyetinde Bulunmayan İşletmelerin Karşılaştığı Engeller

Yenilik girişiminde bulunan işletmeler bu faaliyetleri gerçekleştirirken birçok engelle karşılaşmaktadır. Bu engellerden en çok karşılaşılan, yüksek maliyetler konusundaki engellerdir. Yüksek maliyetli engeller; genel olarak %54,8 oranında, sanayi sektöründe %59,4 oranında ve hizmet sektöründe %49,6 oranındadır. İşletmelerin ikinci sırada karşılaştığı engel ise güçlü pazar rekabeti olup genel olarak %33,9, sanayi sektöründe %34,6 ve hizmet sektöründe %33,0 oranında engel teşkil etmektedir.

Şekil 7: Yenilik Faaliyetinde Bulunmayan İşletmelerin Karşılaştıkları Engeller



Şekil 7'de görüldüğü gibi işletmeler için finans kaynaklarının yetersizliği de engel teşkil etmektedir. Finans kaynaklarının yetersizliği genel olarak %28,5, sanayi sektöründe %30,3 ve hizmet sektöründe %26,6 oranında engel çıkarmaktadır. Güçlü Pazar rekabeti genel olarak %33,9 oranında, sanayi sektöründe %34,6 ve hizmet sektöründe ise %33,0 oranında engel çıkarmaktadır. İşletmelerin dışsal bilgiye erişim yetersizliği konusu; genel olarak %11,8 oranında, sanayi sektöründe %12,5 ve hizmet sektöründe %11,0 oranda engel teşkil etmektedir. Sonuç olarak yenilik girişimlerinin önündeki en büyük engelin yüksek maliyetler olduğu yorumu yapılabilir.

3.8. Türkiye’de 2004-2020 Döneminde İşletmelerin Yaptıkları Yenilik Türleri

Çalışmanın bu kısmında 2004 yılından 2020 yılına kadar TUIK tarafından yapılan yenilikçilik çalışmalarından elde edilen verilerine göre Türkiye’deki işletmelerin yaptıkları yenilik türlerinin yıllara göre değişimi bir tablo halinde hazırlanmış (Tablo 1) ve yorumlanmıştır.

Tablo 1. İşletmelerde Yapılan Yenilikler ve Türleri

Yenilik Türleri	2004 2006	2006 2008	2008 2010	2010 2012	2012 2014	2014 2016	2016 2018	2018 2020	Ortal.
Yenilikçi İşletmeler	58,2	37,1	51,4	48,5	51,3	61,5	36,0	38,5	47,8
Ürün Yeniliği	22,0	21,7	24,4	17,7	22,7	31,8	20,9	19,7	22,6
İş Süreci Yeniliği	22,6	19,9	27,4	20,4	26,8	34,0	29,0	30,2	26,3
Organizasyon Yeniliği	43,2	12,7	24,7	31,7	28,5	34,0	-	-	29,1
Pazarlama Yeniliği	29,4	16,6	35,5	34,7	33,6	42,0	-	-	32,0

Kaynak: Tablodaki veriler TUIK Yenilik istatistiklerinden alınmıştır.

Tablo 1’de görüldüğü gibi 2004-2006 yıllarını kapsayan üç yıllık dönemde işletmelerin %58,2’si genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %22, iş süreci yeniliği yapanların oranı %22,6, organizasyonel yenilikçilik yapanların oranı %43,2 ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise %29,4 olmuştur. 2006-2008 yıllarını kapsayan dönemde işletmelerin %37,1’i genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %21,7 olmuş, iş süreci yeniliği yapanların oranı %19,9 olmuş, organizasyonel yenilikçilik yapanların oranı %12,7 olmuş ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise %16,6 olmuştur.

2008-2010 yıllarını kapsayan dönemde işletmelerin %51,4’ü genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %24,4 olmuş, iş süreci yeniliği yapanların oranı %27,4 olmuş, organizasyonel yenilikçilik yapanların oranı %24,7 ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise %35,5 olmuştur. 2010-2012 yıllarını kapsayan dönemde işletmelerin %48,5’i genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %17,7 olmuş, iş süreci yeniliği yapanların oranı %20,4 olmuş, organizasyonel yenilikçilik yapanların oranı %31,7 ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise %34,7 olmuştur.

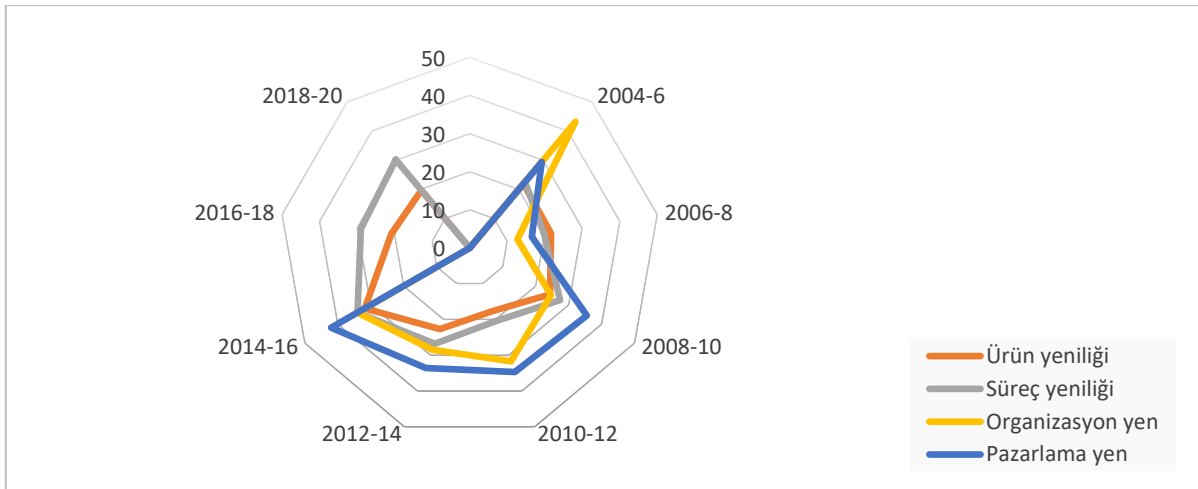
2012-2014 yıllarını kapsayan dönemde işletmelerin %51,3’ü genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %22,7 olmuş, iş süreci yeniliği yapanların oranı %26,8 olmuş, organizasyonel yenilikçilik yapanların oranı %28,5 ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise %33,6 olmuştur. 2014-2016 yıllarını kapsayan dönemde işletmelerin

%61,5'i genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %31,8 olmuş, iş süreci yeniliği yapanların oranı %34 olmuş, organizasyonel yenilikçilik yapanların oranı %34 ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise %42 olmuştur.

2016-2018 yıllarını kapsayan dönemde işletmelerin %36'sı genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %20,9 olmuş, iş süreci yeniliği yapanların oranı %29 olmuş, organizasyonel yenilikçilik ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise bu dönemde hesaplanmamıştır. 2018-2020 yıllarını kapsayan dönemde işletmelerin %38,5'i genel olarak yenilik faaliyeti yapmıştır. Bunlardan ürün yeniliği yapanların oranı %19,7 olmuş, iş süreci yeniliği yapanların oranı %30,2 olmuştur. Organizasyonel yenilikçilik ve pazarlama yeniliği yapanların oranı ise bu dönemde TUIK tarafından hesaplanmamıştır.

Tablo 1'de verilen verilerden yararlanarak Türkiye'deki işletmelerin yaptıkları yenilik düzeyleri ve yapılan yenilik çeşitlerinin yıllara göre dönemsel olarak değişimini gösteren grafik hazırlanmış (Şekil 8) ve altında yorumlamaları yapılmıştır.

Şekil 8. Yenilik Çeşitleri (2004-2020)

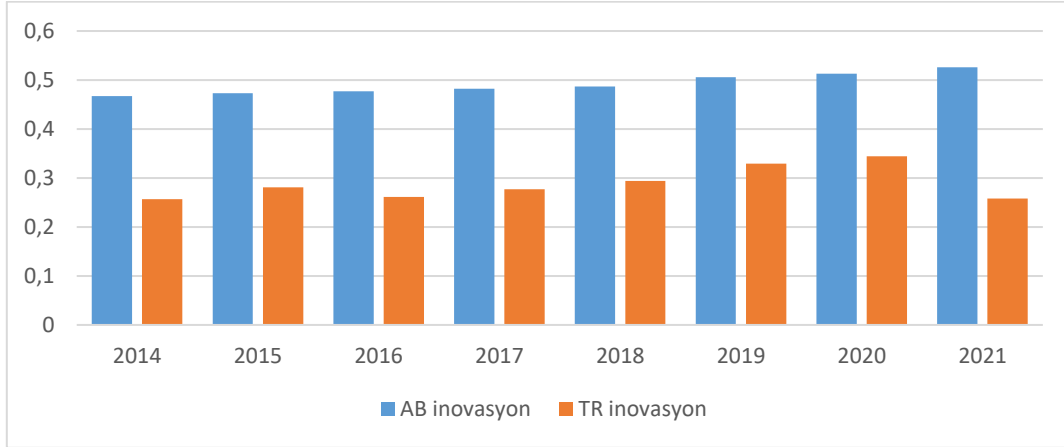


Şekil 9'daki grafikte görüldüğü gibi başlangıçta birinci dönemde en fazla organizasyon yeniliği yapılırken, ikinci dönemde en fazla ürün yeniliği, üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı dönemde en fazla pazarlama yenilikçiliği, yedinci ve sekizinci dönemde ise en fazla süreç yeniliği yapılmıştır. Genel olarak tüm dönem için ortalama olarak pazarlama ve organizasyonel yenilikçiliğin daha fazla yapıldığını, bununla birlikte ürün yeniliğinin ise en az miktarda yapıldığını söylemek mümkündür.

4. AB ile Türkiye'nin Yenilikçilik Performansının Karşılaştırması

Türkiye'nin inovasyon performansını incelerken öncelikli olarak AB inovasyon performansı ortalamaları ile karşılaştırmalı olarak 2014-2021 yılları arasındaki değişim incelenecek ve aşağıda Şekil 9'da AB inovasyon performansı çalışması raporundan alınan verilere göre hazırlanmış grafik yorumlanacaktır

Şekil 9. AB Ortalaması Türkiye Karşılaştırması (2014-2021)



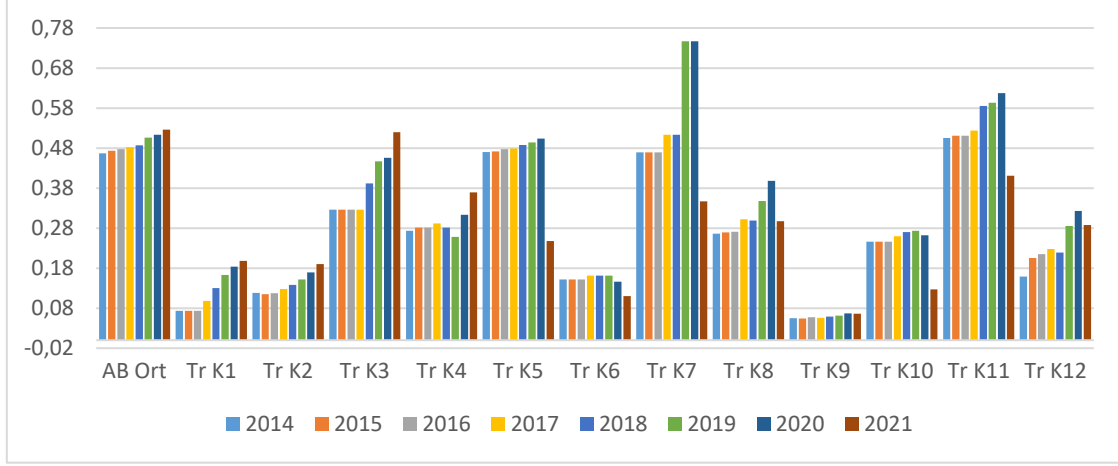
Kaynak: European Innovation Scoreboard 2022

Şekil 9'da görüldüğü gibi Türkiye'nin inovasyon puanı genel olarak AB ortalamasının neredeyse yarısı kadar olup 2014 yılından itibaren performansı nispeten artış göstermekte ancak 2022 yılında (pandemi sonrası dönem) bir miktar gerilemektedir. Bu verilere göre AB ve Türkiye'nin inovasyon performansının pandemi sürecinden çok fazla etkilenmediği ancak Türkiye'nin bu sürecin olası etkisinden olması muhtemel sorunlar yüzünden 2021 yılı performansında bir miktar düşüş yaşanmıştır. Grafikte görüldüğü gibi Türkiye'nin AB ortalamasına en yakın dönemleri 2019 (0,329 puan)ve 2020 (0,344 puan) yıllarıdır.

Çalışmada, AB komisyonunun her yıl yayınladığı AB İnovasyon Endeksi (2022) raporundaki verilerden yararlanılmıştır. Bu sebebi, 2010 yılından itibaren her yıl düzenli olarak üye ülkelerden, komşu ve aday ülkelerden toplanan nicel verilerle ülkelerin inovasyon performanslarının kıyaslanması sonucu oluşturulan net istatistiksel verilerin mevcut olmasıdır. Avrupa İnovasyon Endeksi hesaplamasında kullanılan kriterler; insan kaynakları (K1), araştırma sistemleri (K2), dijitalleşme(K3), finansman ve destek (K4), firma yatırımları (K5), bilgi teknolojileri (K6), yenilikçiler (K7), bağlantılar (K8), entelektüel varlıklar (K9), istihdam etkileri (K10) satış etkileri (K11) ve çevresel sürdürülebilirlik (K12) olmak üzere 12 temel göstergedir. Değerlendirmede AB inovasyon performansı 2014-2021 verilerine göre indeksteki

12 kriterin puanları açısından Türkiye ve AB karşılaştırmalı olarak grafiklere dönüştürülmüş ve ayrı ayrı yorumlamaları yapılmıştır.

Şekil 10. Kriter Puanları AB-Türkiye Karşılaştırması (2014-2021)



Not: Grafikteki veriler AB İnovasyon Skorbordu 2022 Raporundan alınmıştır.

Şekil 10’de görüldüğü gibi 2021 yılı itibariyle Türkiye dijitalleşme (K3) kriterlerinde AB ortalamasını yakalamış, firma yatırımları (K5) kriteri yönüyle 2020 yılı itibariyle AB ortalamasını yakalamış, yenilikçiler (K7) ve satış etkileri (K11) kriterleri yönüyle 2019-2020 döneminde AB ortalamasını geçmiştir. Türkiye’nin en iyi durumda olduğu kriter yenilikçiler (K7) kriteri olmuş, en zayıf durumdaki kriter ise entelektüel varlıklar (K9) kriteri olmuştur. En çok artış 2019 ve 2020 yıllarında yenilikçiler (K7) kriterinde olmuş, satış etkileri (K11) kriteri ise 2014-2020 döneminde hep AB ortalamasının üstünde iken 2021 yılında muhtemelen pandemi sürecinin etkisinden olsa gerek AB ortalaması altına düşmüştür.

5. Sonuç

Yaşadığımız zaman diliminde içinde bulunduğumuz acımasız rekabet ortamında işletmelerin rakipleri ile kıyasıya mücadele etmesi ve onlara karşı avantaj kazanabilmesi için sahip oldukları değerleri başarılı bir şekilde yönetmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte, dinamik bir örgüt olan işletmelerin rakipleri karşısında zafiyete düşmemesi için sürekli olarak yenilikler yapmaları oldukça önemlidir. Yenilikçilik ekonomik hayatın tüm aşamalarında önem arz ettiğinden, günümüz işletmelerinin ürettikleri ürünlerini, üretim süreçlerini ve örgütsel yapılarını da devamlı olarak yenilemeleri gerekmektedir. Çünkü artık işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmelerinin temel unsuru yenilikçilik olmuştur.

Bu bağlamda yapılan çalışmada; yenilik yapan işletmeler, ürün yeniliği yapanlar, iş süreci yeniliği yapanlar, işletmelerin finansal destek alma oranı, işbirliği yapma oranı ve işbirliğine

gidilen ülkeler, yenilikçi işletmelerin karşılaştığı engeller, TÜİK 2021 verilerine göre incelemiş, Türkiye'deki işletmelerin 2004-2021 yılları arasında yaptıkları yenilik çeşitleri 8 dönem olarak analiz edilmiştir. Ayrıca Türkiye'nin yenilik performansı AB ortalamaları ile karşılaştırmalı olarak analiz edilerek yorumları yapılmıştır.

Tablo 1'de görüldüğü gibi. Türkiye'de 2018-2020 yılları arasında genel olarak en yüksek yenilik faaliyeti sanayi sektöründe yapılmıştır. En yüksek ürün yeniliği, iş süreci yeniliği, mal yeniliği yine sanayi sektöründe yapılmıştır. Elde edilen verilere göre sanayi sektöründeki ürün yenilikçisi girişimler ve Pazar için yeni olan yeniliklerde daha iyi durumdadır. Hizmet sektörü ise girişim için yeni olan yenilikler konusunda nispeten daha iyi durumdadır. Ayrıca, sanayi kesimindeki girişimler kendileri tarafından yapılan yeniliklerde diğer sektörlere göre daha iyi bir seviyededir. Hizmet sektöründe ise en çok diğer girişim veya kuruluşlarla birlikte yenilik yapılmaktadır.

Yine bu bulgulara göre iş süreci yenilikçisi girişimler arasında bilgi ve iletişim sektörünün en yüksek oranda olduğu ifade edilebilir. Mal üretme veya hizmet sağlama yöntemleri üzerine yenilik girişimi en çok sanayi sektöründe yapılmaktadır. Lojistik, teslimat ve dağıtım yöntemleri üzerine yenilik girişiminde bulunan işletmeler genel olarak sanayi ve hizmet sektöründe aynı orandadır. Bu sonuçlara göre, *iş süreci yeniliklerinin en çok işletmenin kendisi tarafından ve bilgi ve iletişim sektöründe yapıldığı* yorumu yapılabilir. Yenilik faaliyetinde bulunan girişimlerden en fazla finansal desteği alanlar, sanayi sektöründeki işletmelerdir ve bunlar merkezi kamu kurumlarından destek almaktadırlar.

Türkiye'de 2018-2020 yılları arasında yenilik faaliyetinde bulunan girişimlerden en çok *işbirliği yapan işletmeler hizmet sektöründendir ve bu işbirliğini Ar-Ge veya diğer yenilik faaliyetlerinde yaptıkları* görülmektedir. Yenilik faaliyetinde bulunan girişimler yenilik faaliyetlerini çoğunlukla *Türkiye'deki hizmet sektöründen kurumlarla işbirliği içinde yapmaktadırlar*, Buna karşın Avrupa ülkeleriyle olan işbirliği oranı ise düşüktür.

Yenilik faaliyetleri sırasında girişimlerin *karşılaştığı* en büyük engel yüksek maliyetler, ikincisi güçlü Pazar rekabeti, üçüncüsü girişim bünyesindeki finans kaynaklarının yetersizliğidir. Finans kaynaklarının yetersizliği, güçlü pazar rekabeti ve işletmelerin dışsal bilgiye erişim yetersizliği konusu en çok sanayi sektöründe engel teşkil etmektedir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara benzer olarak; Yıldız ve Aslan, (2019) tarafından yapılan yeniliğin güçlüklerinin belirlenmesi çalışmasında, çoğunlukla mali kaynakların azlığı, bilgi yoksulluğu, nitelikli eleman eksikliği, işgörenlerin yeniliğe direnci, yeniliği benimseyen örgüt kültürünün olmaması gibi sorunlar olduğu ileri sürülmüştür. Ayrıca Özçifçi ve Sarıçay, (2014) tarafından yapılan

çalışmada da, yüksek kapasiteli işletmelerin orta seviyedeki işletmelere göre daha yüksek seviyede yenilik gerçekleştirdiği, en çok ürünlerin pazar koşullarına uyumlaştırılması konusunda sorunlar yaşandığı, müşteri talep ve ihtiyaçlarına uygun yenilikler yapılmasının gerektiği ileri sürülmüştür. Yine benzer şekilde, Karahan ve Karhan (2013) yaptıkları çalışmada, yenilik yapmayan işletmelerin çoğunluğunun güçlü fiyat rekabeti ve yeterince mali kaynaklarının olmamasından ötürü yenilik yapamadıkları ileri sürülmüştür.

2004-2020 dönemi için Türkiye'deki işletmelerin yaptıkları yenilik türlerinin yıllara göre değişiminin genel bir değerlendirmesi yapılacak olursa; başlangıçta en fazla organizasyon yeniliği yapılırken, ikinci dönemde en fazla ürün yeniliği, üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı dönemde en fazla pazarlama yenilikçiliği, yedinci ve sekizinci dönemde ise en fazla süreç yeniliği yapılmıştır. Genel olarak tüm dönem için ortalama olarak pazarlama ve organizasyonel yenilikçiliğin daha fazla yapıldığını, bununla birlikte ürün yeniliğinin ise en az miktarda yapıldığını söylemek mümkündür.

AB ile Türkiye'nin Yenilikçilik performanslarının karşılaştırılması sonucunda; Türkiye'nin inovasyon puanı genel olarak AB ortalamasının neredeyse yarısı kadar olduğu, 2014 yılından itibaren performansı nispeten artış göstermekte ancak 2022 yılında (pandemi sonrası dönem) bir miktar gerilediği görülmektedir. Bu verilere göre AB ve Türkiye'nin inovasyon performansının pandemi sürecinden çok fazla etkilenmediği ancak Türkiye'nin bu sürecin olası etkisinden olması muhtemel sorunlar yüzünden 2021 yılı performansında bir miktar düşüş yaşanmıştır.

AB İnovasyon Endeksi hesaplamasında kullanılan kriterler yönüyle yapılan karşılaştırmalara göre Türkiye dijitalleşme kriterlerinde AB ortalamasını yakalamış, firma yatırımları kriteri yönüyle 2020 yılı itibariyle AB ortalamasını yakalamış, yenilikçiler ve satış etkileri kriterleri yönüyle 2019-20 döneminde AB ortalamasını geçmiştir. Türkiye'nin en iyi durumda olduğu kriter yenilikçiler kriteri, en zayıf durumdaki kriter ise entelektüel varlıklar kriteri olmuştur.

6. Öneriler

İşletmelerin yaptıkları yenilik çalışmaları esnasında karşılaştıkları *engellere çözüm olarak*; öne çıkan yenilikler için yeterli mali kaynağın ayrılamaması sorununa çözüm olarak; yenilik faaliyetlerinde firmalara çeşitli kaynaklar tarafından sağlanan desteğin artırılması önerilebilir. Yeniliklere yeterli miktarda kaynak ayrılamaması birçok çalışmada öne çıkan engellerden birisidir. Ayrıca yine çalışmalardan elde edilen bulgulara göre, yenilikçiliğin bazı kurumlar tarafından desteklenmesi gerektiği ve verilen desteklerin de artırılması gereklidir. Hammadde

ve enerji maliyetlerinin yüksek olmasından dolayı yenilikçi girişimlere çeşitli kurumlardan destek sağlanmalı ve bu desteklerle ilgili bürokratik işlemlerin kolaylaştırılması da oldukça önemlidir.

AB'ne aday olan Türkiye'nin önemli rekabet araçlarından birisi olan yenilikçilik konusunda performansını artırmak için öncelikle kriterler ağırlıkları dikkate alınarak yeni stratejiler belirlemesi ve mevcut durumunu optimize etmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Akgün, A.E ve Keskin, H. (2014). Organisational Resilience Capacity and Firm Product Innovativeness and Performance. *International Journal of Production Research*, 52(23), 6918-6937
- Camisón, C., & Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of business research*, 67(1), 2891-2902.
- Cozijnsen A.J., Vrakking W.J. and Ijzerloo M. (2000). Success and failure of 50 innovation projects in Dutch companies. *European Journal of Innovation Management*. 3(3),150-159.
- Çelik, Neslihan (2013). Ulusal Yenilik Stratejisi ve Girişimlerde Yenilikçilik, *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:2013, Sayı:6, ss.17-36.
- Distanont, A. and Khongmalai, O. (2018). The role of innovation in creating a competitive advantage, *Kasetsart Journal of Social Sciences*, Vol. 41 No. 1 (2020): January-April
- Drucker, P.F., (2015). Innovation and Entrepreneurship -Practice and Principles. London and New york: Routledge Classics.
- Durmuş, Aysun (2018) Yenilik Stratejilerinin İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri ve Bir Uygulama, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Erdem, Barış, Gökdeniz, Ayhan ve Met, Önder (2011), Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya’da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 77-80.
- European Union (2022). European Innovation Scoreboard. Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi: 10.27777/309907 ISBN 978-92-76-55508-7.
- Kalay, F. ve Kızıldere, C. (2015). Türk İşletmelerinin İnovasyon Performansını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma, *Ordu Üniv. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi Cilt 5, Sayı 13*, s.36-63.
- Karahan M. ve Karhan G. (2013). A case study on innovation activities in Turkey and the obstacles for innovation. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 75:129-138.
- Karahan, Mehmet ve Dinç, Hasan (2017), Innovation Activities in Turkey: Comparative Analysis of 2010-2012 and 2012-2014 Periods, *Journal of Economics, Management and Trade*, 18(4): 1-10. Article no.JEMT.35764
- Langvik TA, Johansen FR, Callisen F, Norman S, Thoresen J. (2005). Innovation and regional development. *Al & Soc*. 2005; 19: 384-406.
- Löfsten, H. (2014). Product innovation processes and the trade-off between product innovation performance and business performance. *European Journal of Innovation Management*, 17(1), 61-84.
- Maletič, M., Maletič, D. Dahlgaard, J.J., Dahlgaard-Park, S.M. & Gomišček, B. (2015): Effect of sustainability-oriented innovation practices on the overall organisational performance: an empirical examination, *Total Quality Management & Business Excellence*, Volume 27, 2016-Issue:9-10.

- Ndesaulwa, A. P. & Kikula, J. (2017) Determinants of Innovation Activities Being Carried Out By Small and Medium Enterprises (SMES) in Arusha and Moshi-Northern Tanzania. *European Journal of Business, Economics and Accountancy* Vol. 5, No. 1, 2017
- Ömürhek, N. & Kişi, E. (2019). "Entropi Temelli MAUT Yöntemi ile Yenilikçi Girişimlerin Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi", *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 264-288.
- Özçifçi, Vesile ve Sarıçay, Hatice (2014), İşletmelerde Yenilikçilik Faaliyetlerinin İncelenmesi, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 2014 18 (1): 387-404
- Tidd, Joe and Bessant, John (2018), Innovation Management Challenges: From Fads to Fundamentals, *International Journal of Innovation Management*, 22(5), 1840007.
- TUİK, (2021). Yenilik Araştırması 2020, url: tuik.gov.tr, ET: 20.01.2021
- Uzkurt C. (2008). *Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Uzunbacak, Hasan Hüseyin (2015). Organize Sanayi Bölgelerindeki İşletmelerin Yenilikçilik Durumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi: Isparta ve Burdur OSB Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 2015, 8(40), 17-36.
- Yıldız, Bülent ve Aslan, Hüseyin (2019). İmalat Firmalarında İnovasyon Faaliyetlerinde Karşılaşılan Güçlükler: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 94.