

İŞLETMELERDE YENİLİKÇİLİK FAALİYETLERİ: VAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÖRNEĞİ

M. Sadık ÇOBAN¹

Abdulkadir GÜMÜŞ²

Öz

Yoğun rekabet ortamında işletmelerin en temel amaçlarından olan sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve ortalama getiri üzerinde kâr elde edebilmeleri; hem işletmede üretilen ürünlerde hem de süreçlerde yeniliğin (inovasyon) yapılmasına bağlıdır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin zirveye ulaştığı günümüz bilgi çağında müşteri talep ve beklentileri son süratle değişmektedir. Değişen müşteri talep ve beklentilerine en kısa sürede cevap verilerek küresel piyasalarda lider konuma sahip işletmelerin yeniliği üretim ve süreçlerin tüm aşamalarında benimsemiş olmaları ve yeniliğe her yönüyle açık olmaları büyük önem ifade etmektedir. Bazı işletmelerin maddi varlıkları çok az olmasına rağmen piyasa değerleri oldukça fazladır. Bunun en önemli nedenlerinden biri de değişen çevre koşullarına çok hızlı bir şekilde kendilerini adapte ederek yenilikçi (inovatif) bir bakış açısına sahip olmalarıdır. Bu nedenle çalışmamızı, Van Organize Sanayi Bölgesinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 65 imalat işletmesinin yenilik faaliyetlerinin incelenmesi oluşturmaktadır. Çalışmamızda işletme sahibi, ortağı, yönetici veya yönetici pozisyonundaki kişilere anket uygulanmıştır. Çalışmamızın ilk bölümünde işletmeyi tanımaya yönelik 29 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise işletmelerin yenilik yapma amaçları, yenilik yapmasını engelleyen faktörler, işletmelerin yenilik ve gelişimi takip etme şekilleri, işletmede web sayfası oluşturma amaçları, yenilik yönetimi ve yenilik kültürüne ilişkin tutumlar ile ilgili 46 soru bulunmaktadır. Yapılan istatistiksel analizler sonucunda şu bulgular elde edilmiştir: İşletmelerin büyük çoğunluğunda yenilik faaliyetlerinin yapıldığı görülmüştür. Bununla beraber işletmelerde çalışan sayısı ile işletmelerin yenilik yapmaları arasında orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Aynı zamanda işletmelerin faaliyet süresi ile yenilik yapmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmasına rağmen faaliyette bulunulan sektör ve işletmelerin yasal statüleri ile yenilik yapmaları arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon (Yenilik), Yenilik Yönetimi, Van Organize Sanayi Bölgesi

Jel Kodları: D23, M10,

¹ Öğr. Gör, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, sadikcoban@yyu.edu.tr: ORCID: 0000-0002-6903-3893

² Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, kadirgumus@yyu.edu.tr :ORCID :0000-0002-6069-8776

Atıf: Çoban, M.S. ve Gümüş, A. (2022). İşletmelerde yenilikçilik faaliyetleri: Van organize sanayi bölgesi örneği, *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Van YYÜ 40. Yıl Özel Sayısı, 187-204

DOI: 10.54831/vanyyuiibfd.1130300

INNOVATION ACTIVITIES IN BUSINESSES: SAMPLE OF VAN ORGANIZED INDUSTRIAL ZONE

Abstract

In the intense competition environment, the competitive advantage and sustainable profitability of the enterprises, which are the most basic goals of the enterprises, depends on innovation. In today's information age, where the developments in information and communication technologies have reached its peak, customer demands and expectations change rapidly. It is of utmost importance that the enterprises that have a leading position in global markets are adopted in all stages of production and processes and that they are open to innovation in all aspects by responding to changing customer demands and expectations as soon as possible. Although some firms have very few assets, their market values are quite high. One of the most important reasons for this is that they have an innovative (innovative) perspective by adapting themselves to changing environmental conditions very quickly. For this reason, our study is the examination of innovation activities of 65 manufacturing enterprises operating in different sectors in Van Organized Industrial Zone. In our study, a questionnaire was applied to the owners, partners, managers or managers. In the first part of our study, there are 29 questions to recognize the business. In the second part, there are 46 questions about the aim of innovation, the factors preventing innovation, the ways of following the innovation and development of the enterprises, the purpose of creating web page in the enterprise, innovation management and the attitudes towards innovation culture. As a result of the statistical analysis, the following findings were obtained: It has been seen that the majority of the enterprises are engaged in innovation activities. In addition to this, there is a moderate relationship between the number of employees and the innovations of enterprises. At the same time, although there is a significant relationship between the activity period and innovation of the enterprises, no relation has been found between the legal status and innovation of the sectors and enterprises that are active.

Keywords: Innovation, Innovation Management, Van Organized Industrial Zone

Jel Classification: D23, M10.

GİRİŞ

Faaliyette bulunduğumuz bilgi ve teknoloji çağında kurum, kuruluş veya organizasyonların etkili rekabet aracının inovasyon (yenilik) olması nedeniyle işletmelerin ve diğer kuruluşların bu kavrama daha fazla odaklanarak sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamaları hayati önem taşımaktadır. Tüm işletme fonksiyonlarında (üretim, yönetim, muhasebe ve finans, pazarlama, ar-ge, vb..) yeniliğin yapılması oldukça önemlidir. Son zamanlarda işletmelerin AR-GE bütçelerine bakıldığı zaman ciddi anlamda ar-ge harcamalarının yapıldığı göze çarpmaktadır. Bu da inovasyon (yenilik) konusunun öneminin işletmeler tarafından kabul edildiğinin bir göstergesidir. İşletmeler yenilik yapmaları ile mevcut pazar paylarını arttırmak istemeleri, uluslararası piyasalara açılmak, ürün ve hizmet çeşidini arttırmak, müşteri talep ve ihtiyaçlarını karşılamak, markalaşma ve bilinirliği arttırmak, enerji tüketimini azaltmak ve çevreye zararı azaltmak amaçlarını güderler. İşletmeler söz konusu amaçları gerçekleştirmek istedikleri zaman bir takım engellerle karşı karşıya kalmaktadırlar. Yeniliğin yapılması için yeterli sayıda kalifiye iş görenin olmaması, sermaye ve finans kaynaklarının

yeterli olmaması, üst yönetimin fazla risk almak istememesinden dolayı yeniliğe önyargı ile bakması, devletin ar-ge harcamalarına yeterli kaynak ayırmaması, vb... nedenler yeniliğin yapılmasını engelleyen faktörlerin başında gelmektedir. Herhangi bir sektörde faaliyet gösteren bir işletmenin gelişmişlik göstergelerinden biri de yaptığı inovasyon faaliyetlerinin nicel ve nitel olarak fazla olmasıdır. İşletmelerde ar-ge bütçesi dönemsel olarak tahmin edilip yeniliğin yapılmasını teşvik eden politika ve stratejiler uygulanıyorsa işletmelerin küresel piyasalarda lider konuma gelmesi beklenilir. Ülkelerin refah seviyesinin artırılarak, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda bir üst lige yükselmelerinde inovasyon (yenilik) faaliyetlerinin fazla olmasının büyük bir payı vardır. Bu nedenle çalışmamızda Van OSB’de aktif olarak çalışan farklı yasal statü ve farklı büyüklükteki işletmelerin yenilik ve yenilik yönetimine bakış açılarını değerlendirerek yenilik yapma amaçları, yenilik yapmalarını engelleyen faktörler, yönetici veya yönetici pozisyonundaki kişilerin yenilik ve yenilik yönetimi vb.. tutumlarını incelemek amacı güdülmüştür.

YENİLİK (İNOVASYON)

Yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek için işletmeler ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli değiştirme ve geliştirme gereği duymaktadırlar. Bu da ancak yenilikle (inovasyonla) yerine getirilebilir (Tutar, 2015:369). İnovasyon terimi, zengin anlamlı bir kavram olmasından dolayı birden fazla anlamı kapsamaktadır (Moussa, 2018:24). Türkçe’ye Fransızca “innovation” kelimesinden geçen inovasyon kelimesinin kökeni Latince innovare “yenilemek” kelimesine dayanmaktadır (Çatı, 2016:100). İnovasyon kelimesi Türk Dil Kurumu Sözlüğünde, “yenilik” ve “yenileşim” olarak tanımlanmaktadır. (TDK Büyük Türkçe Sözlük). Türkçe’de “yenilik”, “yenileme” gibi sözcüklerle ifade edilemeyecek kadar geniş olup, geniş anlamda bir fikri satılabilir yeni ya da geliştirilmiş bir ürün, mal veya hizmet üretiminde kullanılan yeni geliştirilmiş bir yöntem haline dönüştürmektir (Tutar, 2015:369-370). İnovasyon kavramı, klasik yollardan ve geleneksel yöntemlerden farklı olarak yeni bir şeyin ortaya konulması şeklinde ifade edilmektedir (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010:14). Ekonomik ve toplumsal değerler ortaya çıkarmak için ürünlerde, hizmetlerde ve iş yapış biçimlerinde yapılan değişiklik, farklılık ve yenilikler inovasyon olarak tanımlanmaktadır. (Elçi, 2006:2). Elçi, aynı şekilde inovasyonu en geniş anlamıyla “bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi bu nedenle de teknik, ekonomik ve sosyal süreçler bütünüdür. Değişime olan istek, yeniliğe açıklık ve girişimcilik ruhuyla özdeşleşen bir kültürün ürünüdür.” şeklinde tanımlar (Elçi, 2006:2). İnovasyon (yenilik), girişimcilerin özel bir aracı olup, farklı bir işletme veya farklı bir hizmet için değişimden bir fırsat olarak yararlanma yöntemidir (Drucker, 2002:19). Yenilik, (inovasyon) yeni fikirlerin, süreçlerin, hizmetlerin üretilmesi, üretiminin kabul edilmesi ve uygulanması, yeni ortaya çıkartılan düşüncenin ticarileştirilmesi, hayatiyet kazanması, ekonomik ve sosyal potansiyeli olan bir girişimi değişim yaratmak amacına odaklayan çabadır (Drucker, 1985: 69’dan aktaran: Uzunbacak, 2015:815). Yukarıda inovasyon (yenilik) ile ilgili tanımlara bakılarak şöyle söylenilebilir: Yenilik (inovasyon), organizasyonların yeni üretim, yönetim tekniklerini

kullanarak veya mevcut üretim ve yönetim tekniklerinde iyileştirmeye giderek, yeni ürün veya hizmetin ortaya çıkarılması ya da mevcut ürün ve hizmete farklı özellikler katılması sonucu yeniliğin ticarileştirilmesinin sağlanarak ortalama getiri üzerinde kâr elde edilmesi şeklinde tanımlanabilir.

YENİLİK (İNOVASYON) YÖNETİMİ

İnovasyon, dünyaya baş döndürücü bir hız ile yayılmaktadır. Günümüzde ve yakın gelecekte önemli büyüme fırsatlarının bulunduğu varsayılan gelişmekte olan ülke ekonomilerinde her geçen gün daha önemli hale gelmektedir (Tanga, 2016). İnovasyon durağan olanı tahrip edip yıkan ve değiştiren veya tamamıyla yeni bir olgu ileri süren bir kavram olduğu için, inovasyon yönetimi bünyesinde risk ve belirsizliği barındırmaktadır. Yapısı gereği belirsizlik içerdiğinden öngörülerde hatalar ve sapmalar “öğrenme bilinci” ile değerlendirilmesi durumunda başarı da beraberinde gelecektir. (Çatı, 2016:112). İnovasyon; araştırma geliştirme ve üretim teknolojisi yoluyla ekonomik sonuçları da içererek hayatı yeniden düzenleyen en önemli araç olarak görülebilmektedir. İnovasyon geliştirmeye yönelik iyileştirmeler bilgi üretimindeki hızlı değişimi desteklemektedir. Bu nedenle inovasyon yönetimi uygulamaları işletmelerin bilgi çağında gelişmeleri takip edebilmeleri ve hayatta kalabilmeleri için çok önemlidir (Çetinkaya vd. 2014). İnovasyon yönetimi; bir işletme ya da örgütün, iş süreçlerini, teknolojiyi ve insan ilişkilerini inovasyon uygulamalarına katkı sağlayacak biçimde yönetmesi olarak ifade edilmektedir. İnovasyon yönetimi bazı stratejik ve örgütsel yeteneklere sahip olunmasını gerekli kılmaktadır. İşletmelerde uzun dönemli planlamalar, pazar ve piyasa eğilimlerini analiz ederek tahmin edebilme yeteneği, ekonomik ve teknolojiye ilişkin bilgilere ulaşma, değerlendirme ve benimseme niteliği var ise stratejik yetenekten bahsedilebilir. Örgütsel anlamdaki becerilerin ise, işletmenin yapısal ve çevresel riskleri tespit etme ve yönetebilme becerisine; organizasyonel departmanlar arasında iş birliği ve iletişim seviyesinde; araştırma kuruluşları, akademik kurumlar, danışmanlığına başvurulmuş uzman ve profesyonel kişi ve kurumlar, tüketiciler ve tedarikçiler ile tesis edilen ilişkilere ve insana yapılan yatırımın kalitesi ve düzeyine bağlı olduğu görülmektedir (Elçi, 2007:155’den aktaran: Kaya, 2017:18). İnovasyon yönetimi sürecinin merkezinde örgütün bilgiye dayalı temeli bulunmaktadır. İşletmenin bilgi temelinin ise geçmişten günümüze gelen değerleri, inançları ve alışkanlıkları ile örgütsel yapısı oluşturmaktadır (Kaya, 2017:18).

İnovasyonda başarıya giden yolda minimum şartların sağlanması gerekmektedir. Bunlar; (Bal, 2014:26):

- Yazılı hale getirilmiş, tüm firma tarafından paylaşılan bir strateji uygulanması,
- Firma içi ve dışı bağlantılar ile iletişimin, güçlü ve etkin bir şekilde oluşturulması,
- Değişimin gerçekleştirilmesi için gereken mekanizmaların kurulması ve işletilmesi,
- İnovasyonu destekleyici bir organizasyonel yapının oluşturulması,
- İnovasyonun iyi yönetilmesidir.

İNOVASYONUN ÖNEMİ

İnovasyon, rekabet gücü elde edildikten sonra bunun sürdürülmesini sağlar. Türüne, yenilik derecesine veya yapısına bağlı olarak müşteri, işletme, sektör ve toplum için bir değer meydana getirerek kalkınmanın ve yükselmenin başlangıcını oluşturur (Yiğit, 2015). Şirketler açısından rekabet avantajı elde edildiği için yeniliğin çok önemli olduğu vurgulanmaktadır (Naranjo, 2011). Küreselleşen dünyada her geçen gün rekabet daha da artmaktadır. Rekabetin tek nedeni, maliyetler değildir. Tüketicilerin gereksinimlerine cevap verme süresi, ürün ömürlerinin kısaltmaları, hizmetin ve ürünün kalitesi, dizaynı, yeni hizmet ve ürünlerin imalatı, organizasyon modelleri gibi birçok etmen de rekabette rol oynamakta ve maliyetten çok daha önemli hale gelmektedir. Bütün bu nedenler inovasyonu tetikleyen faktörlerdir (Mutlu, 2017). Şirketler, sektörler veya ulusal ekonomilerin rekabet gücü açısından, dünyaya sunulan bir sürekli değişim modelinin sürdürülmesine ve bu teklifin nasıl yaratıldığına ve sunulduğuna (ürün ve süreç inovasyonu) bağlı olmasından dolayı inovasyon önemlidir (Bessant, 2013). Günümüzde işletmeler, kurumlar ve toplumun tümü için başarının en önemli araçlarından biri de inovasyondur. İnovasyonu benimseyen ve inovasyon için gerekli finans kaynaklarını ayıran işletmelerin kârlılıkları arttığı gibi sürdürülebilir rekabet avantajları da artmaktadır. İşletmeler ve organizasyonlarda inovasyonun yapılması sayesinde işletmelerin büyümesine bağlı olarak ülke ekonomisinin de büyüdüğü düşünülmektedir.

VAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

Van Organize Sanayi Bölgesi yetkilileri ile yapılan görüşme neticesinde Van OSB'nin aşağıdaki özelliklere sahip olduğu belirtilmiştir: Van Organize Sanayi Bölgesi, 508 hektarlık alana sahip ve toplam 5 etaptan meydana gelmektedir. 277 hektarlık alanla yani toplam alanın %54'lük kısmını 5. Etap oluşturmaktadır. En az alana sahip etaplar ise %12'lik alan ile 1. ve 4. Etaplardan oluşmaktadır. Van OSB'de Yapı İnşaat, Gıda, Metal, Kimya-Plastik, Mobilya, Paketleme, Enerji- Elektrik, Tekstil, Yem ve Hizmet sektörü olmak üzere toplam 10 sektörde faaliyet gösteren işletmeler mevcuttur. Van OSB'de üretim yapan 110, üretime ara veren 10, proje aşamasında 6, inşaat halinde 5, kapalı durumda ise 5 işletme olmak üzere toplam 136 işletme kayıtlı iken, 2018 yılı itibarıyla aktif olarak üretim yapan 110 işletme söz konusudur. En fazla işgören 483 kişi ile yapı-inşaat sektöründe istihdam edilmektedir. Sırasıyla; gıda sektöründe 337 kişi, metal sektöründe 121 kişi, kimya-plastik sektöründe 160 kişi, mobilya sektöründe 89 kişi, paketleme sektöründe 64 kişi, elektrik-enerji sektöründe 53 kişi, tekstil sektöründe 160 kişi, yem sektöründe 29 kişi, hizmet sektöründe ise 400 kişi istihdam edilmektedir. İş gören sayısı mevsimsel olarak değişkenlik göstermekle beraber çalışan sayısı yaklaşık 4000 kişiye ulaşabilmektedir. İstihdamın artması bölge ekonomisine katkı sağlayarak ülkenin sosyal ve ekonomik gelişmişlik seviyesini arttırmaktadır.

LİTERATÜRDEKİ BENZER ÇALIŞMALAR

“İşletmelerde İnovasyona Etki Eden Faktörler: Karaman İli Örneği” isimli çalışmanın örneklemini Karaman ilindeki 108 adet işletme oluşturmakta olup araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada, işletmelerde yenilik yapma ile işletmenin faaliyet yılı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Fakat işletmenin büyüklüğü (çalışan sayısı) ile inovasyon yapma arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ağırlıklı olarak çalışan sayısı arttıkça inovasyon yapma sayısının arttığı ve firma faaliyetleri genişledikçe bununla doğrusal olarak büyümenin olduğu ve inovasyon eğiliminin arttığı görülmüştür (Çetin vd. 2017).

“İşletmelerde İnovasyon Yönetimi ve İnovasyon Süreci: Bursa Organize Sanayi Bölgesi Hazır Tekstil Üreticileri Kapsamında Bir Uygulama” isimli yüksek lisans tez çalışması, Bursa Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli hazır tekstil işletmelerinde inovasyon yönetiminin işletme performansına etkilerini belirleyebilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini 50 işletme oluşturmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre gerçekleştirilen çalışma kapsamında faaliyet süresi daha uzun olan işletmelerin inovasyon gerçekleştirme ve inovasyon yönetimi konularında daha hassas ve daha detaylı çalıştığı belirlenmiştir (Kaya, 2017).

“Organize Sanayi Bölgelerindeki İşletmelerin Yenilikçilik Durumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi: Isparta ve Burdur OSB Örneği” konulu çalışmada, 58 işletmenin yöneticileri ya da yöneticilerin belirttiği kişilere anket uygulanmıştır. Çalışmada; işletmelerin birçoğunun küçük ve orta büyüklükte işletme olduğu, işletmelerin birden fazla ürün ürettikleri, işletmelerin sahip olduğu patent ve marka sayılarının az olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda işletme bünyesinde yenilikçilik çalışmalarının yapıldığı, fakat genellikle söz konusu yenilik faaliyetlerinin işletme tarafından tek başına yapıldığı, yenilik yapmasını engelleyen faktörlerin başında ise ekonomik riskler, nitelikli eleman yetersizliği, ekonomik sorunlar, yenilik çalışmalarının maliyetli olması, teknoloji ile ilgili yeterli düzeyde bilgi sahibi olunmaması gibi sonuçlar saptanmıştır (Uzunbacak, 2015).

“İşletmelerde Yenilikçilik Faaliyetlerinin İncelenmesi” isimli çalışmada, işletmelerde yürütülen yenilikçilik faaliyetleri ve yenilikçilik faaliyetleri ile işletme performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Kayseri ilinde aktif olarak faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli 105 işletme oluşturmuştur. Araştırma sonuçlarına göre işletmelerin çoğunluğunun yüksek düzeylerde yenilik yaptığı sonucuna varılmıştır aynı zamanda işletme büyüklüğü ile işletmelerde yürütülen yenilik faaliyetleri arasında ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca, yenilik çalışmaları ile işletmenin performansı arasında ilişkinin bulunduğu saptanmıştır (Özçifçi vd. 2014).

“Kayseri Organize Sanayi Bölgesindeki Firmaların Yenilik Faaliyetleri Üzerine Bir Alan Çalışması” isimli çalışmanın örneklemini Kayseri OSB’de faaliyet gösteren 113 firma oluşturmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre; mobilya sektöründeki firmaların makine ve tekstil sektöründeki firmalara göre daha az yenilikçi oldukları tespit edilmiştir. Firmaları yenilik faaliyeti

yapmaya iten faktörlerin başında yeni pazar yaratmak veya pazar payını artırmak ve ürün kalitesini artırmak gelmektedir. Yenilik faaliyetlerinin maliyetli olması, işletmelerin yenilik için yeterli finansal kaynağa sahip olmaması, yeni ürünlere olan talebin tam olarak belli olmamasından dolayı işletmeleri yenilik yapmaktan vazgeçiren önemli unsurlar olarak görülmektedir. Firmaların çalışan sayısı (firma büyüklüğü), ile yenilik faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir (Ünlü vd. 2013).

“Kobi’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama” konulu çalışmada, Balıkesir organize sanayi bölgesinde aktif olarak faaliyette bulunan 38 işletme çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre; işletmede çalışan sayısı arttıkça işletmelerin inovasyon yapma başarısının arttığını, işletme bünyesindeki inovasyon faaliyetlerinin işletmelerin yasal statülerine göre farklılık göstermediğini ve Ar-Ge’ye ayrılan payın inovasyon stratejilerinin belirlenmesinde önemli rol oynadığını ortaya koymuştur (Örücü vd. 2011).

“İnovasyon her zaman faydalı mıdır? KOBİ’lerde inovasyon ve performans arasındaki ilişkinin bir meta analizi” isimli çalışmanın sonuçlara göre, firmanın yaşı, inovasyon türü ve kültürel bağlam gibi faktörler, inovasyonun firma performansı üzerindeki etkisini büyük ölçüde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Yani genç firmaların eski firmalara göre daha yenilikçi oldukları ortaya konulmuştur (Rosenbusch vd. 2011).

“Küçük ve Orta Ölçekli İmalat İşletmelerinde Yenilik (İnovasyon) Yönetimi: İzmir İli Örneği” isimli yüksek lisans tez çalışmasının örneklemini İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi (İAOSB), Kemalpaşa Sanayi Bölgesi (KOSBİ), Tire Organize Sanayi Bölgesi (TOSBİ), İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi (İZTEKGEB), Ege Serbest Bölgesi (ESBAŞ) ve İzmir genelinde çeşitli ilçelerde faaliyet gösteren ve çeşitli sektörler için üretim yapan 103 üretim işletmesi oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucuna göre, işletme yaşı ile inovasyon yönetimi alt faktörleri arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Benzer şekilde, işletme büyüklüğü (çalışan sayı) ile inovasyon yönetimi alt faktörleri arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır (Yılmaz, 2010).

“Mersin’de Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Yenilik Faaliyetlerinin Ölçülmesi” isimli çalışmanın örneklemini, KOBİ niteliğindeki 260 işletme oluşturmıştır. Çalışmada Ki-Kare Bağımsızlık Testi kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre 96 işletmenin yenilik faaliyetinde bulunduğu ve malzeme tüketiminin azaltılması amacıyla yeniliğin yapıldığı tespit edilmiştir. Yenilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinin diğer amaçları ise, işçi maliyetlerinin düşürülmesi ile enerji tasarrufunun sağlanması şeklinde sıralanmaktadır. Finans kaynaklarının yeterli olmayışı ve nitelikli personel eksikliğinin olması ise işletmelerin yenilik yapmasını engelleyen faktörlerin başında gelmektedir (Şahin, 2009)

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada yenilik, yenilik yönetimi ve Van Organize Sanayi Bölgesi ile ilgili kavramsal bir çerçeve oluşturulduktan sonra, Van OSB’de faaliyet gösteren 65 imalat işletmesinin yenilik uygulamalarını açıklama amacının yanında; işletmelerin yaşı, işletmelerde çalışan sayısı, işletmelerin yasal statüsü ve faaliyette bulunulan sektör ile işletmelerin yenilik (inovasyon) yapması arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi amacı güdülmüştür. Aynı zamanda Van OSB’deki işletmelerin yeniliği yapma amaçları, yenilik yapmasını engelleyen faktörler, işletmelerin yenilik ve gelişimi takip etme şekilleri, işletmede web sayfası oluşturma amaçları, işletmelerin yenilik yönetimi ve yenilik kültürüne ilişkin tutumlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın Önemi

Değişimin kaçınılmaz olduğu günümüzün yoğun rekabet ortamında inovasyon yapan ve inovatif olabilmeyi başarabilen işletmelerin rakiplerine oranla daha avantajlı oldukları düşünülmektedir. Yeni ürünlerin üretilmesi veya mevcut ürünlerin üretim ve süreçlerine yeni özelliklerin katılması ile inovasyonun yapılması mümkündür. İşletmelerde inovasyon yapılması görünüşte maliyet arttırıcı bir faktör olmasına rağmen işletmelere piyasada sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kazandırdığı için inovasyon faaliyetlerine olumlu nazarla bakılması gerekmektedir. Yapılan literatür araştırması ile inovasyon ve inovasyon yönetiminin sınırlı sayıda araştırmaya konu olduğu gözlemlenmiştir. Van Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ niteliği taşıyan işletmelere yönelik herhangi bir yenilik ve yenilik yönetimine ilişkin çalışmaya rastlanmadığı için çalışmamızın, alan yazına katkı sağlaması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın Yöntem ve Evreni

Çalışmada veriler anket yöntemi ile elde edilmiş olup anket formunda toplam 75 soru bulunmaktadır. Anket iki kısımdan meydana gelmektedir. İlk kısımda 29 soru bulunmakta olup, sorular işletmeyi tanımaya yönelik (faaliyet süresi, çalışan sayısı, firmanın yasal statüsü, yenilik yapıp yapmadığı, ar-ge faaliyeti yapıp yapmadığı, vb.) faktörler ile ilgilidir. İkinci kısımda ise 8’i işletmelerin yenilik yapma amaçları, 7’si işletmelerde yenilik yapmayı engelleyen faktörler, 6’sı işletmelerin yenilik ve gelişimleri takip etme şekilleri, 6’sı işletmelerde web sayfası oluşturma amaçları ve 19’u da yenilik yönetimi ve yenilik kültürü konularına ilişkin olmak üzere toplam 46 soru bulunmaktadır. Ankette yer alan yenilik ve yenilik yönetimi ile ilgili ifadelerin değerlendirilmesinde 5’li Likert ölçeği (1:Hiç önemi yok, 2: Kısmen önemli, 3: Oldukça önemli, 4: Büyük ölçüde önemli, 5: Çok önemli) kullanılmıştır.

Çalışmanın evrenini, Van Organize Sanayi Bölgesinde aktif olarak faaliyet gösteren 110 imalat işletmesinden 65 imalat işletmesi oluşturmuştur.

Araştırmanın Hipotezleri

H1: İşletmenin çalışan sayısı ile inovasyon yapması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: İşletmenin faaliyet süresi ile işletmede yenilik yapması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Faaliyet gösterilen sektör ile yenilik yapılması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: İşletmenin yasal statüsü ile yenilik faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Veri Toplama Araçları

Yenilik ve yenilik yönetimine ilişkin ifadeler, Dulupçu ve Sungur'un (2007) editörlüğünde hazırlanan rapordan faydalanılmıştır. Ayrıca, bu alandaki çalışmalarda kullanılan anketlerden yararlanılmıştır.

Çalışmanın Sayıtları

1-Çalışmaya katılmış tüm imalat işletmelerinin anket sorularına samimi ve doğru cevaplar verdikleri varsayıldığından çalışmanın güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

2-Kaynaklardan sağlanan bilgiler gerçeği yansıtmaktadır.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Verilerin sadece Van Organize Sanayi Bölgesindeki imalat işletmelerinde elde edilmesi çalışmanın en önemli kısıtlarından birini oluşturmaktadır. Anket dışındaki diğer veri toplama tekniklerinden yararlanılamaması, zaman ve maliyet imkânlarının sınırlı olması çalışmanın diğer kısıtlarını oluşturmaktadır.

Bu araştırma için kullanılan anketin kapsam geçerliliği yeterli düzeydedir.

Verilerin Analizi

Çalışmamızda elde edilen bulguların analizinde, SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programından yararlanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde betimleyici tablolar, frekans analizi, korelasyon analiz tablosu ile çapraz tablolar kullanılmıştır. Araştırma değişkenlerinin güvenilirliği Cronbach Alfa değerleri ile araştırılmıştır. Anket uygulaması sonucu elde edilen değişkenlerin ölçek güvenilirliği 0,88 olarak bulunmuştur. Araştırmamızda elde ettiğimiz bulgular aşağıda değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Araştırmamızda elde ettiğimiz bulgular aşağıdaki şekildedir:

Tablo 1: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizine İlişkin İstatistiksel Değerler

| ÖLÇEK | MADDE SAYISI | CRONBACH ALFA DEĞERİ |
|--------|--------------|----------------------|
| Amaç | 8 | 0,66 |
| Engel | 7 | 0,77 |
| Takip | 6 | 0,75 |
| Web | 6 | 0,77 |
| Kültür | 19 | 0,94 |

Tablo 1’de görüldüğü üzere çalışmamızda kullanılan ölçek alt boyutlarının tamamının güvenilirlik katsayıları 0,60’ın üzerinde olduğu için kullanılan ölçek ve ölçek alt boyutlarının güvenilirlik katsayılarının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 2: Yönetici ve Yönetici Pozisyonundaki Kişilerin Demografik Özellikleri

| CİNSİYET | N | % | YAŞ | N | % |
|-----------------------|-----------|------------|-----------------------|-----------|------------|
| Bay | 55 | 84,6 | 20-30 | 27 | 41,5 |
| Bayan | 10 | 15,4 | 31-40 | 23 | 35,4 |
| TOPLAM | 65 | 100 | 41-50 | 13 | 20,0 |
| | | | 51 ve üzeri | 2 | 3,1 |
| ÖĞRENİM DURUMU | N | % | TOPLAM | 65 | 100 |
| İlköğretim | 3 | 4,6 | | | |
| Ortaöğretim | 26 | 40,0 | GÖREV POZİSYON | N | % |
| Yüksekokul | 11 | 16,9 | İşletme Sahibi/Ortağı | 12 | 18,5 |
| Fakülte | 22 | 33,8 | Üst Kademe Yönetici | 24 | 36,9 |
| Lisansüstü + | 3 | 4,6 | Orta Kademe Yönetici | 29 | 44,6 |
| TOPLAM | 65 | 100 | TOPLAM | 65 | 100 |
| | | | | | |
| ÇALIŞMA SÜRESİ | N | % | | | |
| 0-2 yıl | 18 | 27,7 | | | |
| 3-5 yıl | 12 | 18,5 | | | |
| 6-10 yıl | 22 | 33,8 | | | |
| 11 ve üzeri | 13 | 20,0 | | | |
| TOPLAM | 65 | 100 | | | |

Anketi cevaplayan işletme yetkililerin demografik özellikleri Tablo 2’de gösterilmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların 27’si (%41,5) 20-30 yaş grubunda; 23’ü (%35,4) 31-40 yaş grubunda; 13’ü (%20,0) 41-50 yaş grubunda, 2’si ise 51 ve üzeri yaş grubundadır. 55’i (%84,6) erkek; 10’u (%15,4) kadındır. 3’ü (%4,6) ilköğretim mezunu; 26’sı (%40,0) ortaöğretim mezunu; 11’i (%16,9) ön lisans mezunu; 22’si (%33,8) fakülte mezunu, 3’ü (%4,6) yüksek lisans ve üstü öğrenim mezunudur. 18’i (%27,7) 0-2 yıl; 12’si (%18,5) 3-5 yıl; 22’si (%33,8) 6-10 yıl; 13’ü (%20,0) 11 yıl ve üzeri mesleki deneyim süresine sahiptir. 12’si (%18,5) işletme sahibi veya ortağı, 24’ü (%36,9) üst kademe yönetici, 29’u (%44,6) ise orta kademe yönetici konumundadır.

Tablo 3: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Özellikleri

| FAALİYET KONUSU | N | % | YASAL STATÜ | N | % |
|--|-----------|------------|---------------------|-----------|------------|
| Tekstil | 3 | 4,6 | Şahıs | 23 | 35,4 |
| Mobilya | 7 | 10,8 | Limited | 35 | 53,8 |
| Elektrik-Enerji | 2 | 3,1 | Anonim | 7 | 10,8 |
| Gıda | 19 | 29,2 | TOPLAM | 65 | 100 |
| İnşaat | 23 | 35,4 | ÇALIŞAN KİŞİ | N | % |
| Metal | 3 | 4,6 | 1-9 | 11 | 16,9 |
| Kimya-Plastik | 4 | 6,2 | 10-49 | 40 | 61,5 |
| Yem | 2 | 3,1 | 50-249 | 12 | 18,5 |
| Paketleme | 2 | 3,1 | 250 ve üstü | 2 | 3,1 |
| TOPLAM | 65 | 100 | TOPLAM | 65 | 100 |
| FAALİYET YILI | N | % | ÜRÜN SAYISI | N | % |
| 1-5 yıl | 18 | 27,7 | 1 | 11 | 16,9 |
| 6-10 yıl | 32 | 49,2 | 2 | 6 | 9,2 |
| 11-15 yıl | 4 | 6,2 | 3 | 3 | 4,6 |
| 20 ve üstü | 11 | 16,9 | 4 | 2 | 3,1 |
| TOPLAM | 65 | 100 | 5 ve üstü | 43 | 66,2 |
| PATENT SAYISI | N | % | TOPLAM | 65 | 100 |
| 0 | 40 | 61,5 | MARKA SAYISI | N | 100 |
| 1 | 11 | 16,9 | 0 | 1 | 1,5 |
| 2 ve üstü | 14 | 21,5 | 1 | 34 | 52,3 |
| TOPLAM | 65 | 100 | 2 | 24 | 36,9 |
| BAŞVURULAN PATENT VE MARKA SAYISI | N | % | 3 ve üstü | 6 | 9,2 |
| 0 | 35 | 53,8 | TOPLAM | 65 | 100 |
| 1 | 12 | 18,5 | | | |
| 2 ve üstü | 18 | 27,7 | | | |
| TOPLAM | 65 | 100 | | | |

Çalışmaya katılan işletmelerin 35 tanesi (%53,8) limitet şirket statüsünde iken, 23'ü (%35,4) şahıs işletmesi, geriye kalan 7 (%10,8) işletme ise anonim şirket statüsündedir. İşletmelerin 18'i (%27,7) 1 yıl ile 5 yıl arasında faaliyette iken, 32'si (%49,2) 6 yıl ile 10 yıl arasında faaliyettedir. Şirketlerin 4'ü (%6,2) 11 yıl ile 15 yıl arasında işletme yaşına sahiptir. 20 yıl ve üstü faaliyette bulunan şirket sayısı 11'dir (%16,9). Çalışmamıza katılan işletmelerin 11'inde (%16,9) çalışan kişi sayısı 1 ile 9 arasında iken, 40'ında (%61,5) çalışan sayısı 10 ile 49 arasındadır. 12 işletme (%18,5) 50 ile 249 arasında çalışan istihdam etmektedir. 250 ve üzeri çalışan istihdam eden işletme sayısı 2'dir. Sektörel dağılımda işletmelerin 3'ü (%4,6) tekstil sektöründe üretim yaparken, 7'si (%10,8) mobilya sektöründe, 2'si (%3,1) elektrik-enerji sektöründe, 19'ü (%29,2) gıda sektöründe faaliyetini sürdürmektedir. Bununla birlikte 23 işletme (%35,4) inşaat sektöründe, 3 işletme (%4,6) metal sektöründe, 4 işletme (%6,2) kimya-plastik sektöründe, 2 işletme (%3,1) yem sektöründe ve kalan 2 işletme ise (%3,1) paketleme sektöründe faaliyetlerini sürdürmektedir.

Aynı zamanda 43 (% 66,2) işletme 5 ve daha fazla ürün üretmekte iken, 2 (% 3,1) işletme ise 4 ürün üretmektedir. Sadece 1 ürün üreten işletmelerin sayısı 11'dir (% 16,9). İşletmelerin yenilik yapma göstergelerinden biri de sahip oldukları patent ve marka sayılarıdır. 40 (% 61,5) işletmenin herhangi bir patente sahip olmadıkları, 11 (%16,9) işletmenin ise 1 patente sahip oldukları tespit edilmiştir. Marka sayılarına baktığımız zaman 1 (% 1,5) işletmenin herhangi bir markasının olmadığı, 1 markaya sahip olan işletmelerin sayısı 34 (%52,3) iken, 2 marka ile üretim yapan işletme sayısı 24'tür (%36,9). 6 (%9,2) işletme ise 3 ve daha fazla markaya sahiptir. Söz konusu işletmelerin 35 'inin (%53,8) daha önce herhangi bir marka ve patent tescil başvurusunda bulunmadığı, 12'sinin (% 18,5) 1 başvurusunun olduğu, 2 ve üzerinde başvurusu bulunan işletmelerin sayısı ise 18'dir (%27,7).

Tablo 4. İşletmelerin Faaliyet Alanları ile İnovasyon Yapmaları Arasındaki İlişki

| Yenilik Yapılmakta mıdır? | Tekstil | Mobilya | Elektik Enerji | Gıda | İnşaat | Metal | Kimya Plastik | Yem | Paket | Top |
|---------------------------|---------|---------|----------------|------|--------|-------|---------------|-----|-------|-------|
| Evet | 3 | 7 | 2 | 14 | 19 | 3 | 3 | 2 | 2 | 55 |
| % | 5,5 | 12,7 | 3,6 | 25,5 | 34,5 | 5,5 | 5,5 | 3,6 | 3,6 | 100,0 |
| Hayır | 0 | 0 | 0 | 5 | 4 | 0 | 1 | 0 | 0 | 10 |
| % | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 40,0 | 0,0 | 10,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Toplam | 3 | 7 | 3 | 19 | 23 | 3 | 4 | 2 | 2 | 65 |
| % | 4,6 | 10,8 | 3,1 | 29,2 | 35,4 | 4,6 | 6,2 | 3,1 | 3,1 | 100 |

İşletmelerin buldukları sektöre göre yenilik yapıp yapmadıklarına yönelik çapraz tablo yukarıda düzenlenmiştir. Tablo 4'te görüldüğü üzere 55 işletmenin yenilik yaptığı, 10 işletmenin ise herhangi bir yenilik faaliyetinde bulunmadığı görülmektedir. Gıda sektöründe inovasyon yapmayan işletmelerin çoğunlukta olması göze çarpmakta iken inşaat ve kimya-plastik sektöründe de yenilik yapmayan işletmeler mevcuttur. Yenilik yapan firmalara bakıldığında zaman 19 (%34,5) işletmenin inşaat alanında, 14 (%25,5) işletmenin gıda sektöründe, 7 (%12,7) işletmenin ise mobilya sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir. En az yenilik yapan sektörlerin ise 2'sher (%3,6) işletme ile elektrik-enerji, yem ve paketleme alanında faaliyet gösterdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 5: Firmaların Yenilik Yapmasını Amaçları

| | Hiç Önemi Y | | Kısmen Önemi | | Oldukça Önemi | | B.Ölçüde Önemi | | Çok Önemi | | Toplam | |
|---|-------------|-----|--------------|-----|---------------|------|----------------|------|-----------|------|--------|-----|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Ürün ve/veya hizmet çeşidini arttırmak | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 4 | 6,2 | 14 | 21,5 | 47 | 72,3 | 65 | 100 |
| Yeni pazar yaratmak veya pazar payını arttırmak | 0 | 0,0 | 1 | 1,5 | 2 | 3,1 | 10 | 15,4 | 52 | 80,0 | 65 | 100 |
| Mal veya hizmet kalitesini arttırmak | 0 | 0,0 | 1 | 1,5 | 2 | 3,1 | 3 | 4,6 | 59 | 90,8 | 65 | 100 |
| Mal veya hizmet üretimini esnek hale getirmek | 0 | 0,0 | 1 | 1,5 | 13 | 20,0 | 15 | 23,1 | 36 | 55,4 | 65 | 100 |
| Üretim maliyetini azaltmak ve geliri arttırmak | 0 | 0,0 | 1 | 1,5 | 7 | 10,8 | 10 | 15,4 | 47 | 72,3 | 65 | 100 |
| Müşteri talep ve ihtiyaçlarını karşılamak | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 5 | 7,7 | 7 | 10,8 | 53 | 81,5 | 65 | 100 |
| Enerji tüketimini azaltmak ve çevreye zararı azaltmak | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 1 | 1,5 | 7 | 10,8 | 57 | 87,7 | 65 | 100 |
| Markalaşma ve bilinirliği arttırmak. | 0 | 0,0 | 2 | 3,1 | 1 | 1,5 | 3 | 4,6 | 59 | 90,8 | 65 | 100 |

Tablo 5'te firmaların yenilik yapma amaçları gösterilmektedir. İşletmelerin en fazla mal veya hizmet kalitesini artırmak ile markalaşma ve bilinirliği arttırmak amacıyla yenilik yaptıkları görülmektedir (%90,8). İşletmeler aynı zamanda %87,7'lik oranla enerji tüketimini azaltmak ve çevreye zararı azaltmak, %81,5'lik oranla müşteri talep ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yenilik yaptıkları görülmektedir. İşletmelerin yenilik yapma amaçları içerisindeki mal veya hizmet üretimini esnek hale getirmek unsuru ise %55,4'lük orana sahiptir

Tablo 6: Firmaların Yenilik Yapmasını Engelleyen Faktörler

| | Hiç Önemi Yok | | Kısmen Önemli | | Oldukça Önemli | | Büyük Ölçüde Önemli | | Çok Önemli | | Toplam | |
|--|---------------|------|---------------|------|----------------|------|---------------------|------|------------|------|--------|-----|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % |
| Yenilik maliyetlerinin yüksek olması | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 15 | 23,1 | 50 | 76,9 | 65 | 100 |
| Nitelikli personel eksikliği | 38 | 58,5 | 14 | 21,5 | 3 | 4,6 | 3 | 4,6 | 7 | 10,8 | 65 | 100 |
| Finansal kaynak yokluğu ve sermaye yetersizliği | 1 | 1,5 | 1 | 1,5 | 8 | 12,3 | 14 | 21,5 | 41 | 63,1 | 65 | 100 |
| Teknoloji konusunda yeterli bilginin | 24 | 36,9 | 27 | 41,5 | 1 | 1,5 | 1 | 1,5 | 12 | 18,5 | 65 | 100 |
| Üst yönetimin yeniliğe olumsuz bakışı | 54 | 83,1 | 1 | 1,5 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 10 | 15,4 | 65 | 100 |
| Devletin Ar-ge inovasyon teşviklerinin yetersiz olması | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 2 | 3,1 | 12 | 18,5 | 51 | 78,5 | 65 | 100 |
| Yeni ürünlere olan talebin belirsiz olması | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 18 | 27,7 | 47 | 72,3 | 65 | 100 |

Tablo 6'da işletmelerin yenilik yapmasını engelleyen unsurlar verilmiştir. Devletin Ar-ge inovasyon teşviklerinin yetersiz olması (%76,9) ile yenilik maliyetlerinin yüksek olması (%76,9) işletmelerin yenilik yapmasını engelleyen faktörlerin başında gelmektedir. Çok nadir de olsa nitelikli personel eksikliği (%10,8) ile üst yönetimin yeniliğe olumsuz bakışı (%15,4) faktörleri işletmelerin yenilik yapmasını engelleyen faktörler olarak görülmektedir.

Tablo 7: Çalışan Sayısı ile İnovasyon Yapılması Korelasyon Analizi Tablosu

| | | İnovasyon Yapılması | Çalışan Sayısı |
|---------------------|-------------------|---------------------|----------------|
| İnovasyon Yapılması | P. Korelasyonu | 1 | -,669** |
| | Sig. (2-kuyruklu) | | ,000 |
| | N | 65 | 65 |
| Çalışan Sayısı | P.Korelasyonu | -,669** | 1 |
| | Sig. (2-kuyruklu) | ,000 | |
| | N | 65 | 65 |

Tablo 7'ye göre işletmelerde çalışan sayısı ile işletmelerin yenilik yapmaları arasında orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu nedenle H1 hipotezimiz kabul edilmiştir. Özçifçi (2014) tarafından işletme büyüklüğü (çalışan sayısı) ile inovasyon arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenen çalışma ile elde edilen sonuçlarımız desteklenmektedir.

Tablo 8: Faaliyet Yılı İle İnovasyon Yapılması Korelasyon Analizi Tablosu

| | | İnovasyon Yapılması | Faaliyet Yılı |
|---------------------|--------------------|---------------------|---------------|
| İnovasyon Yapılması | p.Korelasyonu | 1 | ,866** |
| | Sig. (2- kuyruklu) | | ,000 |
| | N | 65 | 65 |
| Faaliyet Yılı | P. Korelasyonu | ,866** | 1 |
| | Sig. (2- kuyruklu) | ,000 | |
| | N | 65 | 65 |

Tablo 8'e göre işletmelerde yapılan yenilik (inovasyon) faaliyetleri ile işletmelerin faaliyette bulunduğu yıl arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki vardır ($p < 0,05$). Bundan dolayı, işletmelerde yapılan yenilik faaliyetleri ile işletmenin faaliyet yılı arasında anlamlı ilişki olduğunu ileri sürdüğümüz H2 hipotezimiz kabul edilmiştir. İstatistiki olarak bu çalışmada elde edilen hipotez sonucu aynı zamanda Kaya (2017) tarafından işletmenin faaliyet yılı ile yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişki olduğu çalışmada da elde edilmiştir.

Tablo 9: Sektör İle İnovasyon Yapılması Korelasyon Analizi Tablosu

| | | İnovasyon Yapılması | Sektör |
|---------------------|---------------------|---------------------|--------|
| İnovasyon Yapılması | Pearson Korelasyonu | 1 | ,023 |
| | Sig. (2-kuyruklu) | | ,856 |
| | N | 65 | 65 |
| Sektör | Pearson Korelasyonu | ,023 | 1 |
| | Sig. (2-kuyruklu) | ,856 | |
| | N | 65 | 65 |

Tablo 9'a göre işletmelerin faaliyette buldukları sektör ile yenilik yapmaları arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Korelasyon analizi sonucunda anlamlılık düzeyi $P=0,05$ 'ten daha büyük çıkmıştır. Bu nedenle H3 hipotezimiz ret edilmiştir.

Tablo 10: Yasal Statü ile İnovasyon Yapılması Korelasyon Analizi Tablosu

| | | İnovasyon Yapılması | Yasal Statü |
|---------------------|-------------------|---------------------|-------------|
| İnovasyon Yapılması | P.Korelasyonu | 1 | -,104 |
| | Sig.(2- kuyruklu) | | ,411 |
| | N | 65 | 65 |
| Yasal Statü | p.Korelasyonu | -,104 | 1 |
| | Sig.(2- kuyruklu) | ,411 | |
| | N | 65 | 65 |

Tablo 10'a göre işletmelerin yasal statüsü ile yenilik yapmaları arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Korelasyon analizi sonucunda anlamlılık düzeyi $P=0,05$ 'ten daha büyük çıkmıştır. Bu nedenle H4 hipotezimiz ret edilmiştir. Örucü (2011) tarafından işletmenin yasal statüsü ile yenilik faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığına dair çalışması elde ettiğimiz sonuçları desteklemektedir.

SONUÇ

İşletmelerin faaliyetlerine devam edip ayakta kalabilmelerinin çok zor olduğu günümüz yoğun rekabet ortamında inovasyonun (yenilik) önemi günden güne daha iyi anlaşılmaktadır. Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ile ortalama getiri üzerinde kâr elde edebilmenin temel lokomotifi olarak görülen inovasyona gereken önemi vermeyen ve gerekli kaynakları ayıramayan işletmelerin başarıyı yakalamaları uzun dönemli sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamaları oldukça zayıf ihtimal dahilindedir. Moda ve değişim trendinin son süratle gelişip ilerlediği; iletişim, ulaşım ve bilgi teknolojilerinin çok hızlı ilerlediği günümüzde müşteri talep ve beklentileri de değişmektedir. Süreçlerde, ürünlerde ve organizasyonel yapıda yeniliğin yapılmasıyla işletmelerin manevra kabiliyetinin gelişeceği ve daha esnek davranmaları düşünüldüğünden değişime daha kısa sürede adapte olabilmeleri mümkün olacaktır. Bundan dolayı çevredeki tehditlerin fırsatlara dönüştürülmesiyle müşteri talep ve beklentilerinin daha erken zamanda yerine getirilmesi beklenilir. Böylelikle yeniliği benimseyen işletmelerin piyasada lider konuma gelebilmelerinin daha kolay olacağı düşünülür. Çalışmamızda, Van Organize Sanayi Bölgesi'nde 9 farklı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin yeniliği nasıl tanımladıkları, yeniliğe bakış açıları, yenilik yapıp yapmadıkları, yenilik yapma amaçları, yenilik yapmasını engelleyen faktörlerin neler olduğu, yeniliği takip etme şekilleri, yenilik kültürü, Ar-Ge'ye herhangi bir bütçe ayırıp ayırmadıkları, herhangi bir patent veya markaya sahip olup olmadıkları vb. cevaplar tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda; işletmelerin %36,9'unun ulusal fuarlara katıldığı, %10,8'inin ise uluslararası fuarlara katıldığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde fuarlardaki yeniliği kendi işletmesine uygulayan işletme oranı ise %35,4'tür. İşletmelerin %52,3'ü yeniliği "yaratıcılığın ön plana çıkartılarak yeni ürün tasarımları ve iş süreçleri

oluşturulmasıdır” şeklinde tanımlamasına rağmen %6,2’lik oran ile “çevreye uyum sürecini kolaylaştırmak için örgüt yapısı veya süreçlerinde yapılan değişimlerdir.” şeklinde tanımlamışlardır. İşletmelerin %56,9’unda Ar-Ge departmanının olmadığı ve Ar-Ge faaliyetlerinin gerçekleştirilmediği sonucuna varılmıştır, bu da Ar-Ge’nin öneminin tam olarak anlaşılmadığını göstermektedir. Yenilik yapma göstergelerinden biri de işletmelerin sahip olduğu patent ve marka sayılarıdır. Çalışmamızda işletmelerin %61,5’inin herhangi bir patente sahip olmadıkları, %52,3’ünün ise sadece 1 markaya sahip olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin yenilik yapma amaçlarının başında mal veya hizmet kalitesini artırmak ile markalaşma ve bilinirliği arttırmak gelmektedir. Devletin Ar-ge inovasyon teşviklerinin yetersiz olması ile yenilik maliyetlerinin yüksek olması işletmelerin yenilik yapmasını engelleyen faktörlerin başında gelmektedir. Korelasyon analizi sonucunda işletmelerin yasal statüsü ile yenilik yapma eğilimleri arasında p değeri 0,05’ten büyük çıktığı için herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Ayrıca faaliyette bulunulan sektör ile yenilik yapılması arasında da anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Buna rağmen çalışan sayısı ile yenilik yapma eğilimleri arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. İşletmelerde daha az çalışan sayısına sahip olan işletmelerin daha az yenilikçi oldukları buna rağmen daha çok iş gören çalıştıran işletmelerin daha yenilikçi oldukları görülmüştür. Aynı zamanda işletmenin faaliyet yılı ile yenilik yapması arasında da güçlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yani yaşı daha genç işletmelerin yeniliği daha çok benimsedikleri ve yenilik faaliyetlerinde buldukları, eski işletmelerin ise yeniliği daha az uyguladıkları tespit edilmiştir.

Van OSB’de faaliyette bulunan işletmelerin rekabet gücünün arttırılıp uluslararası piyasalara açılması, yeniliğin tüm işletmelere yayılması ve yenilik yapılması esnasında karşılaştıkları engellerin aşılması için bazı faktörlerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bunlar:

1-İşletmelerin, Van YYÜ Teknokent imkânlarından tam olarak yararlanabilmeleri için Üniversite ile Organize Sanayi Bölgesi arasında işbirliğinin arttırılması

2-İşletmelerin yenilikçi bir kültüre sahip olabilmeleri ve yeniliği gerçekleştirebilmeleri için devlet tarafından hibe, destek veya faizsiz kredilerin nicelik veya nitelik olarak arttırılması,

3-Meslek kuruluşları tarafından yeniliğin hayati derecede önemli olduğunun vurgulanması ile işletmelerin yenilik yapmaları için cesaretlendirilmeleri,

4- Yenilik ve yenilik yönetimi kavramı Van organize sanayi bölgesinde faaliyette bulunan işletmelerde yeterince anlaşılmadığı görülmektedir. Yenilik kavramının işletmeler için önemini ortaya koyan eğitim faaliyetleri, bilgilendirme çalışmalarının yapılması

5-Çalışanların nitelikli hale gelmeleri için çalışanlara belirli periyotlarla eğitimlerin verilerek ödüllendirme ve teşvik sisteminin yaygınlaştırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Bal I. Ç. (2014) “Bilgi Paylaşımı ve İnovasyon (Yenilik) İlişkisinin İncelenmesi Eskişehir Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama” Yüksek Lisans Tezi, Bilecik.
- Bessant J., Phillips W., (2015). Innovation Management And Dynamic Capability,
- Çetin K., Gedik H., (2017) “ İşletmelerde İnovasyona Etki Eden Faktörler: Karaman İli Örneği” Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17, 2017.
- Çetinkaya B. Ö., Kalkan A., (2014) “Business Strategies Of SME’s, Innovation Types And Factors Influencing Their Innovation: Burdur Model” Ege Academic Review, Cilt: 14, Sayı: 2, ss. 189-198, Nisan
- Drucker, P., (2002) “Innovation And Entrepreneurship Practice And Principles”Adobe Acrobat E-Book Reader edition v 1. ISBN 0060546743, November,
- Çatı K., (2016). (Editör) Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi. Ankara, Nobel Yayıncılık,
- Elçi S., (2007) “Herkesin İnovasyon Yapması Kaçınılmaz”, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Bursa Ekonomi Dergisi, 227,38
- Elçi Ş. (2006), İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı. Ankara: Nova Yayıncılık,
- Kaya S., (2017) “İşletmelerde İnovasyon Yönetimi ve İnovasyon Süreci: Bursa Organize Sanayi Bölgesi Hazır Tekstil Üreticileri Kapsamında Bir Uygulama” *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul,
- Moussa B. (2018), “İnovasyon Algısının Afrikalı Tüketiciler Üzerindeki Etkileri: Kamerun Örneği” *Doktora Tezi*, Malatya,
- Mutlu B., (2017) “KOBİ’lerde İnovasyon Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi: İstanbul İli Örneği” *Yüksek Lisans Tezi*,
- Naranjo Julia C., Jimenez D., Sanz R. (2011), “Innovation Or İmitation? The Role Of Organizational Culture” *Management Decision* Vol. 49 No. 1, pp. 55-72 q Emerald Group Publishing Limited 0025-1747 DOI 10.1108/00251741111094437,
- Örücü E., Kılıç R., Savaş A., (2015) “KOBİ’lerde İnovasyon Stratejileri ve İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler: Bir Uygulama.” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1), 58-73, 2011.
- Özçifçi V., Sarıçay H., (2014) “İşletmelerde Yenilikçilik Faaliyetlerinin İncelenmesi.” *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1): 387-404,
- Rosenbusch N., Brinckmann J., Bausch A., (2011) “ Is İnnovation Always Beneficial? A Meta-Analysis Of The Relationship Between İnnovation And Performance İn Smes” *Journal of Business Venturing*, 441–457, 26,
- Şahin A., (2009) “Mersin’de Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Yenilik Faaliyetlerinin Ölçülmesi.” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 259-271, 2009.
- Tanga M., (2016) “İnovasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Brics ve Türkiye Üzerine Bir Analiz “ *Yüksek Lisans Tezi*, Kocaeli,

- Turanlı R., Sarıdoğan E. (2010), “Bilim-Teknoloji-İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum”, *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*, Yayın No: 2010-13, İstanbul, 2010.
- Tutar H., (2010) *İşletme Yönetimi*. Ankara, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, 2015.
- Uzunbacak H., (2015) “Organize Sanayi Bölgelerindeki İşletmelerin Yenilikçilik Durumlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi: Isparta ve Burdur OSB Örneği” *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 8 Sayı: 40, Issn: 1307-9581, ss. 815-821, Ekim
- Ünlü F., Yıldız R., (2013) “Kayseri Organize Sanayi Bölgesindeki Firmaların Yenilik Faaliyetleri Üzerine Bir Alan Çalışması” *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, Cilt: VIII Sayı: II,
- Yaşa Ö. E., Çerçel S., (2014) “Organize Sanayi Bölgelerinde Faaliyet Gösteren Firmaların Karşılaştıkları İhracat Engelleri: Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama” *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt 4, sayı 2, ss. 271-286,
- Yılmaz T., (2010) “Küçük ve Orta Ölçekli İmalat İşletmelerinde Yenilik (İnovasyon) Yönetimi: İzmir İli Örneği” *Yüksek Lisans Tezi*,
- Yiğit S.,(2015)“ "Değer İnovasyonu: İnovasyonla Değer Oluşturmak" . *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11 (2015): 227-244
- TDK, BüyükTürkçeSözlük,<http://www.tdk.gov.tr> adresinden 07.12.2019 tarihinde alınmıştır