

SOCIAL AND HUMAN SCIENTIFIC

Korkmaz, İ. H., Taşkesen, A. C., Çetinkaya C. (2018). "İnovasyon Yönetimi Süreçlerini Etkileyen Faktörlerin Kahramanmaraş'ta Faaliyet Gösteren KOBİler Üzerinden İncelenmesi", R&S - Research Studies Anatolia Journal, Vol:1, Issue:2; pp:113-125

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, İnovasyon Yönetimi, Yenilik Yönetimi

Keywords: Innovation, Innovation Management, Innovation Model

Makale Türü: Araştırma Makalesi

**İNOVASYON YÖNETİMİ SÜREÇLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN
KAHRAMANMARAŞ'TA FAALİYET GÖSTEREN KOBİLER ÜZERİNDEN
İNCELENMESİ**

*The Analysis of The Orientalist Knowledge and Discourse Production Process as a
Hegemony Formation Means of West*

Öğr. Gör. Dr. İbrahim Halil KORKMAZ

Gaziantep Üniversitesi, İslahiye Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, ihalil@yahoo.com,
Gaziantep/Türkiye

Aydın Can TAŞKESEN

Gaziantep Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği ABD, Yüksek Lisans Öğrencisi,
aydincantaskesen@hotmail.com, Gaziantep/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Cihan ÇETİNKAYA

Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, cctinkaya@adanabtu.edu.tr
Adana/Türkiye

Makale Geliş Tarihi
17.05.2018

Revize Tarihi
08.06.2018

Yayınlanma Tarihi
30.07.2018

ÖZ

ABSTRACT

İnovasyon, günümüzde işletmelerin rekabet güçlerinin artırılması ve rakiplerden farklılaşma açısından sıkça kullanılan bir araçtır. Durum böyle iken inovasyonun kendiliğinden ortaya çıkmadığı bilinmektedir. İşletmelerin inovasyon yönetim kapasitelerinin artırılması, yeni ürün, süreç ve hizmet çeşitlerinin ortaya çıkarılmasında katkı sağlayacaktır. Çalışma kapsamında, KOBİ'lerin inovasyon yönetim kapasitelerine katkı sağlayabilecek ve bu süreci etkileyebilecek dolaylı ve doğrudan yaklaşımlar incelenmiştir. Çalışmanın teorik kısmında inovasyon kavramı ile inovasyon yönetim süreci ve bu sürece etki edebilecek faktörler incelenmiştir. Uygulama aşamasında ise inovasyon yönetim sürecine etki edebilecek yaklaşımlar ve bazı kavramlardan oluşan dokuz ayrı boyut belirlenerek, bu boyutlar ve inovasyon performansı arasındaki ilişki korelasyon analizleri ile incelenmiştir. Araştırma kapsamında Kahramanmaraş ilinde imalat sanayinde faaliyet gösteren 108 KOBİ'den anket yoluyla veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda inovasyon yönetim süreçlerine ilişkin olarak; strateji, kültür ve ortam, liderlik, seçim planlama, fikir yönetimi, personel, işbirliği, iletişim, performans ve ödüllendirme boyutları altındaki uygulamaların düzeyi ile inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve orta/yüksek seviyede anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. Ayrıca KOBİ'lerin inovasyon performansı ile imalat, pazar ve finansal performansları arasında pozitif yönlü, yüksek seviyeli ilişki olduğu bulgulanmıştır.

Innovation is a tool that is often used nowadays to increase the competitiveness of businesses and to differentiate from competitors. It is known that innovation does not occur itself spontaneously. Increasing the innovation management capacities of enterprises will contribute to revealing new product, process and service varieties. Nowadays, even the EU framework programs support innovative projects and provide some supports for the increase of innovation management capacities of SMEs. In the scope of the study, indirect and direct approaches which can contribute to the innovation management capacities of SMEs and can influence this process are examined. In the theoretical part of the study, the concept of innovation, innovation management process and the factors that can affect this process are examined. In the application phase, nine different dimensions consisting of approaches and some concepts that can affect the innovation management process were determined and the relationship between these dimensions and innovation performance was examined by the analysis of interest. Data were gathered from 108 SMEs operating in manufacturing industry in Kahramanmaraş province by survey. In the analysis section the hypotheses tested in the context of the study showed some results like regarding innovation management processes, there is a positive, linear and medium / high level meaningful relationship between innovation performance and the level of applications under strategy, culture and environment, leadership, choice / planning, idea management, personnel, collaboration, communication. It is also seen that there is a positive relationship between the innovation performance of SMEs and manufacturing, market and financial performance.

1. GİRİŞ

İnovasyon son dönemlerde sıkça kullanılan bir kavram olsa da yenilikçilik insanlık tarihi boyunca işlevine devam etmiş bir olgudur. Sanayi devriminden sonra işletmeler kademeli olarak fiyat, maliyet, kalite ve verimlilik gibi yaklaşımlarla rakiplerinden bir adım öne çıkmaya çalışmışlardır. Gelişen ve değişen dünya koşullarında, ticarete yönelik sınırların uluslararası anlaşmalarla ortadan kalkmaya başlaması, teknolojinin hızlı gelişimi ve bilgiye erişim koşullarının hızla gelişmesi sonucu kalite, verimlilik ve fiyat artık rekabette öncü kriterler olmaktan çıkmış ve neredeyse bütün işletmeler tarafından sunulan argümanlar haline gelmişlerdir. Bu alanlarda rekabet sağlayamayan işletmeler kapanmaya devam etmektedir.

Günümüzde "inovasyon" kavramının önemi diğer kriterlere göre öne çıkmıştır. İşletmeler sürdürülebilir rekabetçiliği sağlama adına inovasyonu önemli bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır. İnovasyon kadar inovasyonun nasıl yönetileceği önem kazanmaktadır. İnovasyon alanında başarılı çıktılar elde etmenin temel yollarından birisi inovasyonu sistem olarak ele almak ve yönetmektir. AB tarafından organize edilen ve KOSGEB tarafından ulusal koordinatörlüğün yürütüldüğü COSME ve HORIZON 2020 programları kapsamında KOBİ'lerin inovasyon yönetim kapasitelerinin artırılmasına yönelik destekler sunulmaktadır. Öte yandan bu alanda oturmuş ve tüm ülke ve sektörlerde kullanılabilecek yeterli standartlar bulunmamaktadır. AB ya da kamu kaynaklı programlar ile özel sektörde yer alan işletmeler tarafından inovasyon yönetim sistemine ilişkin sunulan hizmetler bireylerin temel yetenek, tecrübeleri ile sınırlı kalmaktadır. Öte yandan işletmelere bu alanda sunulacak modeller değerlendirildiğinde ise benzer şekilde kısıtlı kaynaklar karşılanmaktadır. İnovasyondan ülkemiz işletmelerinin de maksimum faydayı sağlaması için KOBİ'lerin inovasyonu bir sistem olarak değerlendirmeleri ve bu süreci etkin şekilde yürütmeleri gerekmektedir.

Çalışmanın amacı inovasyon yönetim süreci ile bu süreci etkileyen faktörlerin ilişkilerinin incelenmesidir. Çalışma sonucunda KOBİ'lerin inovasyon yönetim kapasitelerinin artırılması için yürütülecek çalışmalara yön verebilecek öneriler sunulması hedeflenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Schumpeter (1939), inovasyonu yeni bir ürün, hizmet, pazar veya üretim süreci olarak tanımlamıştır. Kelime köken olarak "yeni ve değişik bir şey yapmak" anlamındaki Latince bir sözcük olan "innovatus"tan türemiştir (Drucker, 1998; 21). İngilizce "innovation" sözcüğünün karşılığı olarak Türkçe literatürde "inovasyon" kavramı yanında, "yenilik ve yenileşim" kavramlarının da kullanıldığı görülmektedir.

Yenilik (inovasyon), bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesidir (Elçi, 2007:2). Literatürde J. Schumpeter ile özdeşleşen yenilik kavramı dar anlamda, yeni bir üretim fonksiyonu geliştirmek olarak tanımlamıştır. Schumpeter'e göre 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 ve tekel yaratılması gibi herhangi bir endüstride yeni bir örgüt oluşturulması vb. şeklindeki faaliyetleri kapsamaktadır (Kurz, 2006 / Işık ve Kılınç, 2011:14). İnovasyon, kâr elde etmek veya kâr elde etmeyi sağlayacak bir amaç için yeni fikirlerin uygulandığı karmaşık bir süreçtir (Tang, 1998: 297). Man (2001:229) inovasyonu insanların yeni fikirler üreterek bunları uygulamak için birlikte çalışmalarını gerektiren ve mutlaka teknolojik ve bilimsel olması gerekmeyen uygulamaya dönük sosyal bir kavram şeklinde tanımlamıştır.

İnovasyonla ilgili geçmişten günümüze birçok tanımlama yapılmıştır. İnovasyon kelimesinin Türkçe karşılığı olarak literatürde önceleri daha çok yenilik, yenileşim gibi kavramların kullanıldığı görülmektedir. Bu kelimenin inovasyon algısının tam olarak karşılığını yansıtmadığı düşünülmektedir. Ortaya çıkan inovasyonun her ne tür olursa olsun gereken özelliği pazarlanabilir olması, ekonomik kazanımlar sağlamasıdır (Akyos, 2006: 8). Günümüzde de her yeniliğin tüketici gözünde bir değer taşımadığından hareketle "ticarileştirilebilir yenilik" veya "değer yaratan yenilik" ifadelerinin inovasyon kelimesini daha iyi karşıladığı düşünülmektedir. Diğer bir deyişle inovasyon basit anlamda bir yenilenme olayı olmayıp, yenilenmenin kuramsal aşamasından başlayarak yenilik ürününü içine alan ve pazarlanabilir olma özelliğini de gerektiren bir süreçtir (Özdevecioğlu ve Biçkes, 2012: 24).

Alanyazın incelendiğinde; ortaya çıkan yeni inovasyon türleri ile dış etkenlerin de sürece dahil olması sonucu çok daha karmaşık modellerin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu kapsamda entegre inovasyon yönetim modellerinin incelenmesi gerekmektedir. Öte yandan inovasyon yönetim sistemini etkileyen birçok iç ve dış faktör vardır. İnovasyonun süreç olarak yönetiminin dışında, liderlik, kültür, ortam,

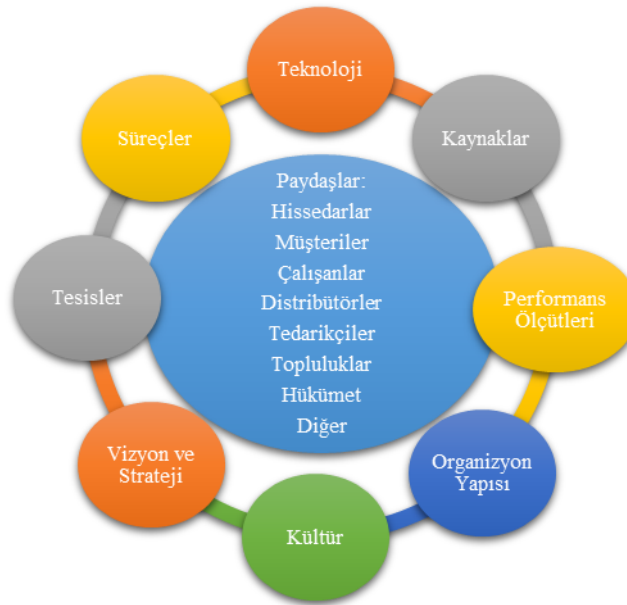
iletişim gibi birçok etken de inovasyona etki etmektedir.

Crawford'un (2015) bizim ifademizi destekler nitelikte belirttiği üzere, literatürde oldukça fazla sayıda inovasyon yönetim modeli vardır. Literatüre yön veren temel yaklaşımlardan bazıları Cooper (1990) tarafından geliştirilen ürün yeniliği sürecine odaklanan Stage-Gate modeli, Chiesea ve arkadaşları (1996) tarafından geliştirilen proses bazlı inovasyon modeli, Goffin and Pfeiffer (1999) tarafından geliştirilen pentatlon modeli Tidd ve diğerleri (2005) tarafından geliştirilen basitleştirilmiş inovasyon sürecidir. Bu yaklaşımlar incelendiğinde farklı şematik gösterimlerle ifade edilseler de fikir üretimi, seçim, geliştirme ve uygulama süreçlerinden oluştukları görülmektedir.

Benzer şekilde Şimşit, Vayvay ve Öztürk (2014:694) çalışmalarında inovasyon yönetim sürecini altı bileşene ayırmışlardır. Bunlar sırasıyla; (1) inovasyon projelerinin belirlenmesi, (2) projelerin kapsam ve odaklarının tesisi, (3) beyin gücünden yararlanma ve yaratıcılık (4) tasarım ve geliştirme çalışmaları için en iyi fikirlerin belirlenmesi (5) ürün ve hizmetler sunulmadan önce performans değerlendirme (6) ticarileştirme için geliştirmeler şeklindedir.

İnovasyon işletmelerde kendiliğinden değil, işletmelerin pazarda aradığı ve geliştirdiği başarılı stratejilerin, yatırımların ve ilişkilerin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Kalay ve Kızıldere, 2015:37). Ekonomik ve teknik açıdan hızla değişen, dinamik bir çevre içinde bulunan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve hedeflerine ulaşabilmeleri ancak kendilerinin de bir değişim içinde olmaları ile mümkündür (Çalıpınar ve Baç, 2007:446). İşletmeler birçok yapıyla etkileşim halinde bulunan dinamik yapılardır. Bir işletmenin inovasyon süreçlerini etkileyen veya bu sürece dâhil olan soyut ve somut faktörler Görsel 1'de gösterilmiştir (Thomas ve Wind, 2013:25):

Görsel 1. İnovasyon Süreçlerine Dahil Olan Kavram ve Yapılar



Kaynak: Thomas ve Wind, 2013:25

Görsel 1'de sunulan kavram ve yapılar işletmelerin genel performans ve işleyişini etkilediği gibi inovasyon performansında da olumlu ya da olumsuz etkilere neden olmakta potansiyeline sahiptir.

3. YÖNTEM

Araştırma kapsamında Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren işletmelere anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma yalnızca imalat sanayinde faaliyet gösteren KOBİ'ler ile sınırlandırılmıştır. Anket toplam 56 sorudan oluşmaktadır. Anket sorularının tasarımında AB Komisyonu tarafından desteklenen Improve Akademi'nin işletmelerde inovasyon yönetim sistemi kıyaslama amaçlı tasarladığı IMProve adlı araç temel referans olarak kullanılmıştır. Anket sorularının tasarımında ayrıca, Ohme (2002), Cormican ve O'Sullivan (2004), Günday (2007) tarafından bu alanda yapılan

çalışmalar ve Tidd, Bessant ve Pavitt (2005) tarafından inovasyon değerlendirmesine yönelik hazırlanan ölçek kullanılmıştır.

Anket uygulanacak imalat sanayi işletmelerine ilişkin temel bilgiler KOSGEB veri tabanından elde edilmiştir. Sektörler düzeyinde homojenlik gözetilerek yürütülen veri toplama süreci; işletme ziyaretleri, telefon ile bilgilendirmek suretiyle e-posta, faks ve KOSGEB Kahramanmaraş Müdürlüğünü ziyaret eden işletmelere uygulama şeklinde gerçekleştirilmiştir. KOSGEB verilerine göre Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren imalat sanayi işletmeleri sayısı 4684'tür. Çalışma için baştan belirlenen %10 hata payı ve % 95 güven düzeyinde ulaşılması gereken minimum işletme sayısı 94 olarak hesaplanmıştır. Yapılan saha çalışması sonucunda 126 işletme temsilcisinden dönüş alınmış olup, 18 adet anket cevapsız sorular veya sorulara tek tip cevap verilmesi nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Analize dâhil edilen 108 anket formu ve %95 güven düzeyi dikkate alınarak yapılan hesaplamalar sonucunda hata payı % 9,32 olarak bulunmuştur. Böylece ulaşılan anket sayısının kabul edilebilir düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında düzenlenen anket formu, temel iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, işletmelerin inovasyon yönetim süreçlerine etki eden yöntemlerin tespitine yönelik dokuz boyut ile otuz dokuz alt sorudan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise işletmelerin performans ölçümlerinde kullanılmak üzere hazırlanan dört boyut ile on yedi sorudan oluşmaktadır. Likert ölçeği kullanılan anket bölümlerindeki gruplar ve soru sayıları aşağıdaki Tablo 1'de sunulmuştur:

Tablo 1. Ölçekteki Boyut ve Soru Sayılarının Dağılımı

	Boyut Adı	Soru Sayısı
I. BÖLÜM	Strateji	5
	Liderlik	6
	Kültür ve Ortam	6
	Fikir Üretimi	4
	Seçim ve Planlama	5
	Proje Ekibi	4
	Performans	3
	İşbirliği	3
	İletişim	3
II. BÖLÜM	İnovasyon performansı	7
	İmalat performansı	4
	Pazar Performansı	3
	Finansal Performans	3
Toplam		56

Uygulanan ölçeğin güvenilirliği her bir boyut için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanarak değerlendirilmiştir. Boyutların ölçümünü yapan soru sayısı dağılımları ve Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayıları Tablo 2 ile verilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Güvenilirlik Değerleri

Değişken/Soru	Soru Sayısı	Güvenilirlik (Cronbach's Alpha katsayısı)
Strateji	5	0,752
Liderlik	6	0,882
Kültür ve Ortam	6	0,819
Fikir Üretimi	4	0,812
Seçim ve Planlama	5	0,866
Proje Ekibi	4	0,808
Performans	3	0,763
İşbirliği	3	0,689
İletişim	3	0,730
İnovasyon	7	0,892
İmalat	4	0,871
Pazar	3	0,794
Finansal	3	0,945

Tablo 2’de sunulan boyutlara ait güvenilirlik katsayıları incelendiğinde, değişken bazında 0,69 ile 0,94 arasında çeşitlilik gösteren ölçek güvenilirlikleri itibarıyla anketin güvenilir düzeyde ölçüm yaptığının söylenebileceği görülmektedir. Verilerin analizi sürecinin tamamında SPSS 23.0 paket programından yararlanılmıştır.

Çalışma kapsamında anket formunda yer alan 9 boyut ile Kahramanmaraş ilinde yer alan KOBİ’lerin her bir boyuttaki değişkenleri uygulama düzeyleri ve inovasyon performansları arasındaki ilişkiyi incelemek üzere hipotezler kurularak test edilmiştir. Ayrıca performans ölçeklerinden inovasyon performansının, imalat, Pazar, ve finansal performansla olan ilişkileri korelasyon yöntemiyle analiz edilmiştir. Analize başlamadan önce değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğini tespit edebilmek amacıyla değişkenlere Shapiro Wilk-W Normallik Testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 3’de görülmektedir.

Tablo 3. Normallik Analizi Shapiro Wilk Testi Sonuçları

Değişken Grupları	Shapiro-Wilk Test Sonuçları		
	İstatistik	N	Önem Derecesi
Strateji	,974	108	,033
Liderlik	,960	108	,002
Kültür ve Ortam	,988	108	,468
Fikir Üretimi	,970	108	,016
Seçim ve Planlama	,978	108	,075
Proje Ekibi	,975	108	,038
Performans	,974	108	,036
İşbirliği	,957	108	,002
İletişim	,968	108	,010
İnovasyon performansı	,979	108	,078
İmalat performansı	,951	108	,001
Pazar Performansı	,960	108	,003
Finansal Performans	,954	108	,001

Analiz sonucunda anlamlılık değerleri 0,05’ten büyük çıkan Kültür ve ortam, Seçim ve planlama ile inovasyon performansı değişkinlerinin normal dağılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Shapiro Wilk-W Normallik Testi sonrası hipotezler, normal dağılım durumlarına göre boyutlar arasındaki ilişki çerçevesinde korelasyon (Pearson ya da Spearman Rank) analizi ile test edilmiştir. Araştırmada sınanan hipotezler aşağıda yer almaktadır.

- H1: İnovasyon strateji düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H2: Liderlik düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H3: Kültür/ortam düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H4: Fikir üretimi düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H5: Seçim/planlama düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H6: Proje ekibi/personel düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H7: Performans/ödüllendirme düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H8: İşbirliği düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H9: İletişim düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.*
- H10: İnovasyon performansı arttıkça, imalat performansı da artmaktadır.*
- H11: İnovasyon performansı arttıkça, pazar performansı da artmaktadır.*
- H12: İnovasyon performansı arttıkça, finansal performans da artmaktadır.*

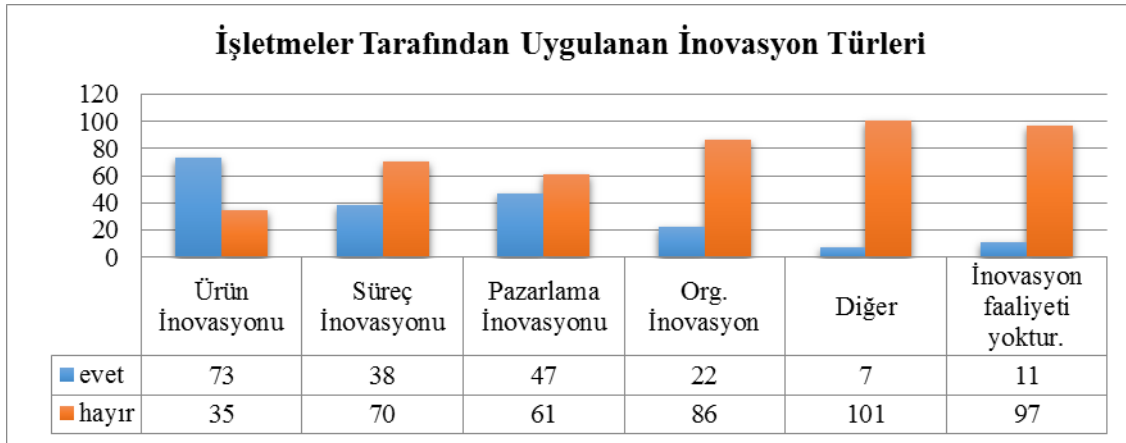
4. BULGULAR

Hipotez testlerine başlamadan önce, çalışma kapsamındaki işletmeler uyguladıkları inovasyon türleri bakımından incelendiğinde ortaya çıkan kategorizasyon, Tablo 4 ile sunulmuştur.

Tablo 4. İşletmelerde Uygulanan İnovasyon Türleri

Değişkenler	Gruplar	N	%
Ürün İnovasyonu	Evet	73	67,6
	Hayır	35	32,4
Süreç İnovasyonu	Evet	38	35,2
	Hayır	70	64,8
Pazarlama İnovasyonu	Evet	47	43,5
	Hayır	61	56,5
Organizasyonel İnovasyon	Evet	22	20,4
	Hayır	86	79,6
Diğer	Evet	7	6,5
	Hayır	101	93,5
İnovasyon Bulunmamaktadır	Evet	11	10,2
	Hayır	97	89,8
Toplam		108	100

İşletmeleri uyguladıkları inovasyon türleri bakımından baktığımızda %67,6'sı ürün yeniliği yaptığı, %32,4'ünün yapmadığı, %35,2'sinin süreçlerde yenilikler yaptığı, %64,8'inin yapmadığı, %56,5'sinin pazarlama yeniliği yaptığı, %43,5'inin yapmadığı, %20,4'ünün organizasyonel yenilikler yaptığı, %79,6'sının yapmadığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan işletmelerin %89,8'inin inovasyon türlerinden en az birini uyguladığı tespit edilmiştir. Herhangi bir alanda yenilik yapmadığını belirtilen işletmelerin oranı ise %10,2 ile sınırlı kalmıştır.

Görsel 2. İşletmelerin uyguladığı inovasyon türlerinin dağılımı

İnovasyon yönetimi hususunda işletmelerin uyguladıkları yöntemler ve yönetim süreçlerini etkileyen faktörler ile inovasyon, imalat, pazar ve finansal performanslarının ölçümüne yönelik toplamda 13 boyut ve 56 sorudan oluşan beşli likert ölçeği kullanılarak toplanan veriler incelendiğinde; her bir boyuta ilişkin hesaplanan ortalamalar ve

Tablo 5. İnovasyon Ölçeği Grup Ortalama ve Standart Sapmaları

Faktör Grubu	N	Ortalama	Standart Sapma
Strateji	108	3,5056	,71170
Liderlik	108	3,8056	,82362
Kültür ve Ortam	108	3,3627	,72230
Fikir Üretimi	108	3,6204	,77148
Seçim Planlama	108	3,3222	,80086
Proje Ekibi /Personel	108	3,5440	,77023
Performans/Ödüllendirme	108	3,4475	,84544
İşbirliği	108	3,6204	,74530
İletişim	108	3,6451	,73097
İnovasyon Performansı	108	3,4868	,75543
İmalat Performansı	108	3,8194	,77553
Pazar Performansı	108	3,7870	,76047

Finansal Performans	108	3,4444	,87304
Toplam	108		

Çalışma kapsamındaki işletmelerin en yüksek ortalamayı liderlik ve ikinci olarak iletişim boyutlarına verdikleri görülmektedir. Öte yandan en düşük iki değer ise seçim ve planlama ile kültür ve ortam boyutlarına aittir. Performans ölçeklerinde en yüksek ortalama imalat performansına, en düşük ortalama ise finansal performansa aittir.

4.1. Hipotez Testleri

Araştırma kapsamında işletme uygulamalarının ve faaliyetlerinin inovasyon performansına etkisini ölçebilmek için üretilen 12 adet hipotez test edilmiş olup, analiz sonuçlarına ilişkin bulgular aşağıda sunulmuştur.

Hipotez 1. İnovasyon strateji düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

Strateji düzeyi ve inovasyon performansı arasında ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek üzere kurulan 1 numaralı hipotezi test etmek amacıyla veriler üzerinde Spearman Rank korelasyon katsayısı analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. İnovasyon Strateji Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

		Strateji Düzeyi	İnovasyon Performansı
Spearman's rho	Strateji Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000
		p: Anlamlılık Düzeyi	.
		N	108
	İnovasyon Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	0,652**
	p: Anlamlılık Düzeyi	,000	
	N	108	

P<**0.01

Tablo 6 incelendiğinde görülmektedir ki strateji düzeyi ve inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyeli ($p<0,01$ $r=0,652$) bir korelasyon vardır. Bu sonuca göre, strateji düzeyi arttıkça inovasyon performansının da artacağı söylenebilir. H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 2. Liderlik düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

Çalışmada belirlenen değişkenlerden, liderlik düzeyi ve inovasyon performansı arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek için kurulan Hipotez 2'ye ilişkin yapılan Spearman Rank korelasyon katsayısı analizi sonuçları Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7. Liderlik Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

P<**0.01		Liderlik Düzeyi	İnovasyon Performansı
Spearman Rank Korelasyon Katsayısı	Liderlik Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000
		p: Anlamlılık Düzeyi	.
		N	108
	İnovasyon Performansı	Korelasyon Katsayısı	0,611**
	p: Anlamlılık Düzeyi	,000	
	N	108	

P<**0.01

Tablo 7'de görüldüğü gibi liderlik düzeyi ve inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyeli ($p<0,01$, $r=0,611$) bir korelasyon vardır. Analiz sonucunda, liderlik düzeyi arttıkça inovasyon performansının da artacağı söylenebilmektedir. H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 3. Kültür/ortam düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

Çalışma kapsamında belirlenen değişkenlerden, kültür/ortam düzeyi ve inovasyon performansı arasında ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek ve bu yönde geliştirilen 3 numaralı hipotezi test

etmek amacıyla uygulanan Pearson korelasyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. Kültür/Ortam Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

			Kültür ortam Düzeyi	İnovasyon Performansı
Pearson Korelasyonu	Kültür Ortam Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,669**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İnovasyon Performansı	Korelasyon Katsayısı	0,669**	1,000
		p: Anlamlılık Düzeyi	,000	.
		N	108	108

P<**0.01

Tablo 8'de görüldüğü üzere kültür ve ortam düzeyi ile inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyeli ($p < 0,01$, $r = 0,669$) bir korelasyon vardır. Analiz sonucunda, kültür ve ortam düzeyi arttıkça inovasyon performansının da artacağı söylenebilmektedir. H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 4: Fikir üretimi düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

Çalışma kapsamında belirlenen değişkenlerden, fikir üretim sistem düzeyi ve inovasyon performansı arasında ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek ve bu yönde geliştirilen hipotezi test etmek amacıyla yapılan Spearman Rank korelasyon katsayısı analiz sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Fikir Üretim Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

			Fikir Üretim Düzeyi	İnovasyon Performansı
Spearman's rho	Fikir Üretim Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,665**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İnovasyon Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	0,665**	1,000
		p: Anlamlılık Düzeyi	,000	.
		N	108	108

P<**0.01

Tablo 9'daki sonuçlar incelendiğinde kültür ve ortam düzeyi ile inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyeli ($p < 0,01$, $r = 0,665$) bir korelasyon olduğu görülmektedir. Analiz sonucuna göre, fikir üretim düzeyi arttıkça inovasyon performansının da artacağı söylenebilir. H4 kodlu hipotez kabul edilmiştir.

Hipotez 5. Seçim/planlama düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

Çalışma kapsamında belirlenen bir diğer değişken olan seçim/planlama düzeyi ile inovasyon performansı arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek için yapılan Pearson korelasyon analizinin sonuçları Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10. Seçim, Planlama Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

			Seçim Planlama Düzeyi	İnovasyon Performansı
Pearson Korelasyonu	Seçim,planlama Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,633**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İnovasyon Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	0,633**	1,000
		p: Anlamlılık Düzeyi	,000	.
		N	108	108

P<**0.01

Korelasyon analizinin Tablo 10'da görülen sonuçları seçim, planlama düzeyi ve inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyeli ($p<0,01$, $r=0,633$) bir korelasyon bulunduğunu göstermektedir. Buna göre seçim, planlama düzeyi arttıkça inovasyon performansının da artacağını söylemek mümkündür. H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 6: Proje ekibi/personel düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

6 numaralı hipotez ile proje ekibi / personel düzeyi değişkeni ve inovasyon performansı arasında ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek amacıyla veriler üzerinde Spearman Rank korelasyon katsayısı analizi uygulanarak sonuçlar Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11. Proje Ekibi/Personel Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

			Proje ekibi / personel	İnovasyon Performansı
Spearman's rho	Proje Ekibi / Personel	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,659**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İnovasyon Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	0,659**	1,000
p: Anlamlılık Düzeyi		,000	.	
N		108	108	

$P<0.01$

Tablo 11'de verilen sonuçlar incelendiğinde proje ekibi/personel değişkeni ve inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyede ($p<0,01$, $r=0,659$) korelasyon bulunduğu görülmektedir. Bu sonuçtan hareketle proje ekibi/personel ölçeği arttıkça inovasyon performansının da artacağını söylemek mümkündür. H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 7. Performans/ödüllendirme düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen değişkenlerden, performans / ödüllendirme düzeyi ile inovasyon performansı arasında ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek için üretilen hipotezi test etmek amacıyla veriler üzerinde Spearman Rank korelasyon katsayısı analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 12'de sunulmuştur.

Tablo 12. Performans Ödüllendirme Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

			Performans Ödüllendirme Düzeyi	İnovasyon Performansı
Spearman's rho	Performans Ödüllendirme Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,580**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İnovasyon Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	0,580**	1,000
p: Anlamlılık Düzeyi		,000	.	
N		108	108	

$P<0.01$

Tablo 12'de sunulan sonuçlar göstermektedir ki performans / ödüllendirme ölçeği ve inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve orta seviye ($p<0,01$, $r=0,580$) bir korelasyon vardır. Bu sonuç ışığında performans / ödüllendirme düzeyi arttıkça inovasyon performansının da artacağı söylenebilir. H7 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 8. İşbirliği düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

İşbirliği düzeyi değişkeni ile inovasyon performansı arasında ilişkinin gücünü ve yönünü tespit etmek amacıyla veriler Spearman Rank korelasyon katsayısı analizine tabi tutulmuş; sonuçlar Tablo 13'te sunulmuştur.

Tablo 13. İşbirliği Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

P<**0.01			İşbirliği Düzeyi	İnovasyon Performansı
Spearman's rho	İşbirliği Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,503**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İnovasyon Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	0,503**	1,000
p: Anlamlılık Düzeyi		,000	.	
N		108	108	

Tablo 13 ile sunulan sonuçlara göre işbirliği düzeyi ve inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve orta seviye ($p<0,01$, $r=0,503$) bir korelasyon vardır. Özetle, proje ekibi / personel ölçeği arttıkça inovasyon performansının da artacağını söylemek mümkündür. H8 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 9: İletişim düzeyi arttıkça, inovasyon performansı da artmaktadır.

İletişim düzeyi ve inovasyon performansı değişkenleri arasındaki ilişkinin güç ve yön bakımından incelenmesi için geliştirilen hipotez Spearman Rank korelasyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 14'te yer almaktadır.

Tablo 14. İletişim Düzeyi ile İnovasyon Performansı Korelasyon Analizi

			İletişim Düzeyi	İnovasyon Performansı
Spearman's rho	İletişim Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,638**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İnovasyon Düzeyi	Korelasyon Katsayısı	0,638**	1,000
p: Anlamlılık Düzeyi		,000	.	
N		108	108	

P<**0.01

Tablo 14'te sunulan sonuçlara göre iletişim düzeyi ve inovasyon performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyeli ($p<0,01$, $r=0,638$) bir korelasyon bulgulanmıştır. Analiz sonucunda, iletişim düzeyi arttıkça inovasyon performansının da artacağı söylenebilir. H9 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 10: İnovasyon performansı arttıkça, imalat performansı da artmaktadır.

Araştırma kapsamında uygulanan ölçeğin ikinci kısmını oluşturan değişkenlerden ilki olan inovasyon performansı ile imalat performansının ilişkisini güç ve yön bakımından incelemek üzere uygulanan Spearman Rank korelasyon analizi sonuçları Tablo 15'te sunulmuştur.

Tablo 15. İnovasyon Performansı ile İmalat Performansı Korelasyon Analizi

			İnovasyon Performansı	İmalat Performansı
Spearman's rho	İnovasyon Performansı	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,711**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	İmalat Performansı	Korelasyon Katsayısı	0,711**	1,000
p: Anlamlılık Düzeyi		,000	.	
N		108	108	

P<**0.01

Yapılan analizin Tablo 15'te görülebilen sonuçları inovasyon performans düzeyi ile imalat performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviyeli ($p<0,01$, $r=0,711$) bir korelasyon olduğunu göstermektedir. Sonuç itibarıyla, inovasyon performansı arttıkça imalat performansının da artacağı söylenebilir. H10 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 11: İnovasyon performansı arttıkça, pazar performansı da artmaktadır.

Çalışma kapsamında incelenen değişkenlerden inovasyon performansı ve pazar performansı arasında ilişkinin gücünü ve yönünü tespit etmek amacıyla geliştirilen hipotez Spearman Rank korelasyon analizi ile test edilmiş, sonuçlar Tablo 16 ile sunulmuştur.

Tablo 16. İnovasyon Performansı ile Pazar Performansı Korelasyon Analizi

			İnovasyon Performansı	Pazar Performansı
Spearman's rho	İnovasyon Performansı	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,734**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	Pazar Performansı	Korelasyon Katsayısı	0,734**	1,000
p: Anlamlılık Düzeyi		,000	.	
N		108	108	

P<**0.01

Tablo 16'da görüldüğü üzere inovasyon performans düzeyi ve pazar performansı arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviye ($p<0,01$, $r=0,711$) bir korelasyon vardır. Bu sonuca göre inovasyon performansı arttıkça imalat performansının da artacağını söylemek mümkündür. H11 hipotezi kabul edilmiştir.

Hipotez 12: İnovasyon performansı arttıkça, finansal performans da artmaktadır.

Araştırmada test edilen son hipotez ile inovasyon performansı ve finansal performans arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirleyebilmek amacıyla veriler Spearman Rank korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 17'de yer almaktadır.

Tablo 17. İnovasyon Performansı ile Finansal Performans Korelasyon Analizi

			İnovasyon Performansı	Finansal Performans
Spearman's rho	İnovasyon Performansı	Korelasyon Katsayısı	1,000	0,740**
		p: Anlamlılık Düzeyi	.	,000
		N	108	108
	Finansal Performans	Korelasyon Katsayısı	0,740	1,000
p: Anlamlılık Düzeyi		,000	.	
N		108	108	

Tablo 17'de sunulan sonuçlar inovasyon performans düzeyi ile finansal performans arasında pozitif yönlü, doğrusal ve yüksek seviye ($p<0,01$, $r=0,740$) bir korelasyon bulunduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda, inovasyon performansı arttıkça finansal performansın da artacağı söylenebilir. H12 hipotezi kabul edilmiştir.

5. SONUÇ

Ekonomik bir faaliyetin işletmeler açısından inovasyon olarak adlandırılması için pazarda bilinen ve kullanılan bir yöntem, faaliyet, ürün olsa dahi işletme tarafından ilk defa uygulanması gerekir. Bu bakış açısıyla inovasyon sadece global pazarlara hitap eden işletmelerin uygulayabileceği bir kavram olmaktan ziyade küçük ölçekteki işletmelerin de sürekli gelişim ve değişime ayak uydurmaları noktasında gerekli bir araçtır. Her ne kadar radikal inovasyonlar genel olarak büyük işletmeler tarafından ortaya konsa da küçük ölçekteki işletmeler de gerekli yöntemleri uygulayarak bu değişime ayak uydurabilir ve hatta sektörlerinde öncü konuma gelebilirler.

İnovasyon kavramı, sadece işletmelerin ürettikleri ürünle sınırlı bir kavram değildir. İnovatif uygulamalar müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda ya da müşteri ihtiyaç ve beklentilerini yönlendirecek şekilde yeni ürün çalışmaları ile yürütülebilir. Bu en çok bilinen ve inovasyon kavramı duyulduğunda akla gelen olgudur. Yenilikçilik yaklaşımı ürün yanında, üretim/hizmet süreçleri, organizasyon ve yönetim şekillerini, pazarlama modellerini de içermektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde inovasyon, zihinde oluşan ilk algının ötesinde bütün işletme süreçlerini kapsayan ve bu alanlarda etkin kullanılırsa işletmeye yön verebilecek bir olgudur.

Çalışma kapsamında inovasyon yönetim süreciyle ilişkili kavramlar ve bu süreçte kullanılabilecek bazı yöntemler incelenmiştir. İşletme demografik dağılımları ile başlamak gerekirse Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren 108 imalat sanayi KOBİ'sinden elde edilen veriler değerlendirilmiştir. İşletmelerin sektörel dağılımı dengeli sayılacak düzeyde gerçekleşmiştir. Bu açıdan elde edilen sonuçların sektör farkı gözetmeksizin tüm imalat sanayi işletmeleri için geçerli olacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın takip eden kısmı ise konunun ana amacıyla doğrudan bağlantılı şekilde Kahramanmaraş ili KOBİ'lerinin inovasyon yönetim süreçlerindeki yaklaşımları ve inovasyon performansları arasındaki ilişkiyi ölçmeye yöneliktir. Başka bir ifadeyle, KOBİ'lerin inovasyon yönetim kapasitelerinin ve inovasyon performanslarının artırılmasına yönelik çalışmalara yardımcı olabilecek uygulama ve yaklaşımların tespitine çalışılmıştır. Bu bağlamda inovasyon yönetimini etkileyebilecek yaklaşımlar dokuz boyuta ayrılmış ve bu boyutlar ile inovasyon performansları arasındaki ilişki incelenmiştir. Boyutlar sırasıyla "Strateji, Liderlik, Kültür ve Ortam, Fikir Üretimi, Seçim ve Planlama, Proje Ekibi, Performans, İşbirliği, İletişim" şeklindedir. Yapılan analizler sonucunda belirlenen bütün boyutlar ile inovasyon performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. "Strateji, Liderlik, Kültür ve Ortam, Fikir Üretimi, Seçim ve Planlama, Proje Ekibi, İletişim" boyutları ile inovasyon performansı arasında yüksek korelasyon, bir başka ifadeyle güçlü ilişki olduğu görülmüştür. Diğer boyutlardan, "işbirliği ve performans/ödüllendirme" grubu ile inovasyon performansı arasında orta derece korelasyon ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın sonuçları doğrultusunda işletmelerin inovasyon faaliyetlerini, misyon ve vizyonlarını tayin edip amaçlarını belirleyen stratejileri doğrultusunda planlayarak; gerek organizasyonel yapılarını, gerekse yönetsel süreçleri bu çerçevede entegre etmelerinin son derece önemli olduğu görülmüştür. Liderlik boyutuna ilişkin ölçüm ortalaması yüksek olan KOBİ'lerin inovasyon performanslarının yüksek çıkması, çalışmanın çarpıcı sonuçlarından biridir. Tabiatıyla risk taşıyan yenilikçi yaklaşımların, işletme yönetimlerinde dirence maruz kaldığı bilinen bir gerçektir. Liderlik fonksiyonu hayata geçmiş işletmelerde yönetim, bu bağlamda katılımcı karar alma süreçleriyle sorumluluk alarak riskleri doğru analiz edebilmekte ve fırsata dönüştürebilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre uygun örgüt kültürü ve atmosferinin tesis edilmesiyle oluşacak örgütsel ortam, işletmenin inovasyon başarısını olumlu etkilemektedir. Örgüt kültürü geçmiş deneyimler, tecrübeler, alışkanlıklar ve paylaşılan norm ve değerlerden oluşan karmaşık bir olgu olup; kolayca değişmeyeceği aşikardır. Ancak işletme yönetimlerinin örgüt kültürünü, inovasyon faaliyetlerini teşvik edecek ve yönlendirecek şekilde tedbirler geliştirmesi gerekliliği; çalışmanın sonuçlarıyla teyid edilmiştir.

İnovasyon, yaratıcı fikirler ile başlar. Araştırma sonuçları Kahramanmaraş ili açısından değerlendirildiğinde fikir yönetim sistemini daha iyi uygulayan işletmelerin inovasyon performanslarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Strateji, kültür, ortam gibi koşullar doğru fikirlerin ortaya çıkarılması ve başarı ile uygulanması anlamında destekleyicilerdir. KOBİ yöneticileri personelin fikirlerini sunmasını teşvik etmelidir. Bununla birlikte, bu alanda kullanılacak tek kaynak personel değildir. İl imalat sanayi işletmelerin ürün ve süreçlerini sistematik ve periyodik olarak rakipleri ile kıyaslaması gerekmektedir. Benzer şekilde müşteri ihtiyaç, beklentileri, şikâyetleri sistematik olarak analiz edilmeli ve bu analizler sonucu ortaya çıkacak fırsatlar değerlendirilmelidir. Pazardaki değişimler ve teknolojik gelişmeler de benzer şekilde sistematik olarak analiz edilmeli ve raporlanmalıdır. İnovatif fikirlerin seçimi ve faaliyetlerin bu kapsamda planlanması oldukça önemlidir. KOBİ'ler bu işleri, uzman bir ekip aracılığıyla şeffaf değerlendirme kriterleri ışığında gerçekleştirmelidir. Planlamada inovasyon kapsamı, zamanı, gerektirdiği tedarik, maliyetler gibi faktörler dikkate alınarak gerçekçilik ve etkinlik gözetilmelidir. Çalışmanın sonuçları göstermiştir ki proje ekibi/personeli bulunan işletmelerin inovasyon performansı daha yüksektir.

İnovasyon başarısı ile ilişkisi olduğu tespit edilen diğer faktörler ise performans ve ödüllendirmedir. Personeli stratejide tanımlı hedefe odaklayan bir performans ölçüm sistemi geliştirmek ve buna bağlı ödüllendirmeler yapmak, inovasyon fikirlerinin artırılmasını sağlayacaktır. İşbirliği, inovasyon performansına etkisi değerlendirilen ve orta şiddette korelasyon tespit edilen bir diğer boyuttur. KOBİ'ler inovasyon faaliyetleri için yeterli kaynak ve uzmanlık bilgisine sahip olmayabilir. Bu noktada ortaya çıkan çözüm dış unsurlardan destek almaktır. Fikirlerin üretim, değerlendirme ve geliştirme sürecinde müşteri görüşlerine başvurulabilir. Personel niteliklerinin yeterli olmadığı durumlarda bu hizmeti sağlayan işletmeler, üniversiteler, vb. diğer kurumlardan destek alınabilir. Ortak çıkarlar doğrultusunda tedarikçiler ile işbirliği yapılabilir. Araştırma kapsamında iletişim boyutunun da inovasyon performansını etkilediği bulgulanmıştır. Müşteri, tedarikçi ve diğer paydaşlarla olan iletişim ağının güçlü kılınması, işletme içi iletişim kanallarının etkin kullanılabilmesi kadar önemlidir. İletişim,

bilgi akışını kolaylaştıracak ve gerekli bilginin ilgili süreçlerde hızlıca kullanılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca inovasyon performansı ile pazar, imalat ve finansal performansları arasında ilişki olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla çalışma sonuçlarına göre inovasyon işletmelere herhangi tek bir alanda değil, birçok alanda katkı sağlamaktadır.

KOBİ'lerin inovasyon yönetim kapasitelerinin artırılmasına yönelik çalışmalar ülke ekonomisine, KOBİ'lerin rekabet güçlerinin artırılmasına ve genel kalkınma düzeyinin yükseltilmesine dönük katkı sağlayacaktır. Araştırma sonuçları her ne kadar Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren işletmeleri temsil etse de, bölgede faaliyet gösteren KOBİ'ler benzer yapıdadır. Bu yüzden araştırma sonuçlarının ve önerilerin bölge KOBİ'lerine de hitap edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyos, M. (2006) "Sürekli Yenilikçilik (İnovasyon) İçin Teknolojik Yetenek Değerlendirmesi (Technology Audit)" *Tmmob Mmo Endüstri Mühendisliği Dergisi* (2), 6-12.
- Chiesa, V., Paul C., and Chris A. V. (1996)"Development of a technical innovation audit." *Journal of product innovation management* 13(2), 105-136.
- Cooper, R. G. (1990): "Stage-gate systems: a new tool for managing new products." *Business horizons* 33(3),44-54.
- Cormican, K., ve O'sullivan, D. (2004) *Auditing Best Practice For Effective Product Innovation Management.*: Technovation (24), 819-829.
- Crawford, J. K. (2015) "*Project Management Maturity Model (Third Edition)*," New York: Crc Press.
- Çalıpınar, H., ve Baç, U. (2007) "Kobi'lerde İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler Ve Bir Alan Araştırması," *Ege Akademik Bakış* 7 (2), 445-458.
- Drucker, P. F. (1998) "The discipline of innovation." *Harvard business review* 76(6), 149-157.
- Elçi, Ş. (2007) "*İnovasyon Kalkınmanın Ve Rekabetin Anahtarı*" Ankara: Technopolis Group Yayınları No:2.
- Goffin, K. and Pfeiffer, R. (1999) "*Innovation management in UK and German manufacturing companies*," London: Anglo-German Foundation for the Study of Industrial Society.
- Günday, G. (2007) "Innovation Models And Implementations At Firm Level In Manufacturing Industry". İstanbul: Sabancı Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Işık, N., ve Kılınç, E. C. (2011) Bölgesel Kalkınma'da Ar-Ge Ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi* 6.2, 9-54.
- Kalay, F., ve Kızıldere, C. (2015) "Türk İşletmelerinin İnovasyon Performansını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma," *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13, 36-63.
- Ohme, E. T. (2002) "*Guide For Managing Innovation: Part 1, Diagnosis*," Barcelona: Generalitat De Catalunya (Cidem)
- Özdevecioğlu, M., ve Biçkes, D. M. (2012) "Örgütsel Öğrenme Ve İnovasyon İlişkisi:Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma" *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39 , 19-45.
- Man, J. (2001) "Creating Innovation," *Work Study*, 50(6), 229-233.
- Tang, H. (1998) "An Integrative Model Of Innovation İn Organizations," *Technovation*, 18 (5), 297-309.
- Thomas R. J.ve Wind, Y. J. (2013) "Symbiotic Innovation: Getting The Most Out Of Collaboration," *Evolution Of Innovation Management*, New York: Palgrave Macmillan, 1-31.
- Tidd, J., Bessant, J., ve Pavitt, K. (2005) "*Managing Innovation Integrating Technological, Market And Organizational Change Third Edition*" West Sussex: John Wileyve Sons Ltd.
- Schumpeter, J. A. (1939) "*Business cycles*." Vol. 1. New York: McGraw-Hill,
- Şimşit, Z. T., Vayvay, Ö., ve Öztürk, Ö. (2014) "An Outline Of Innovation Management Process: Building A Framework For Managers To Implement Innovation" *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 150, 690-699.