

T.C.
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**AKADEMİSYENLERİN İNOVASYON YÖNETİMİ DÜZEYLERİNİN
DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**

Aziz ERKOÇ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Eray Ekin SEZGİN**

TUNCELİ – 2024

T.C.
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

AKADEMİSYENLERİN İNOVASYON YÖNETİMİ DÜZEYLERİNİN
DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Aziz ERKOÇ
(21001112)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Eray Ekin SEZGİN

TUNCELİ – 2024

T.C.
MUNZUR ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

AKADEMİSYENLERİN İNOVASYON YÖNETİMİ DÜZEYLERİNİN
DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Aziz ERKOÇ
YÜKSEK LİSANS TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Bu tez 26/12/2024 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

İmza

Doç. Dr. Gül GÜN

(Munzur Üniversitesi)

ÜYE

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Eray Ekin SEZGİN

(Munzur Üniversitesi)

DANIŞMAN

İmza

Dr. Öğr. Üyesi İrem

TANYILDIZI

BAYDİLİ

(Fırat Üniversitesi)

ÜYE

Bu tez, Enstitümüz İşletme Anabilim Dalı'nda hazırlanmıştır.

Prof. Dr. Altuğ KAZAR
Enstitü Müdürü

NOT: Bu seminerde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı "Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu"ndaki hükümlere tabidir.

26/12/2024

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

İmza
Aziz ERKOÇ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Eray Ekin SEZGİN

TEŞEKKÜR

Tez çalıőmam sırasında kıymetli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile bana yol gösterici ve destek olan değerli danışman hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Eray Ekin SEZGİN'e ilgisini ve önerilerini göstermekten kaçınmayan Sayın Prof. Dr. Arzu KARACA'ya sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım. Çalıőmalarım boyunca yardımını hiç esirgemeyen değerli arkadaşım Elçin Ecem SEZGİN'e teşekkürü bir borç bilirim.

Çalıőmalarım boyunca maddi manevi destekleriyle beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan aileme de sonsuz teşekkürler ederim.

Aziz ERKOÇ
TUNCELİ-2025



İÇİNDEKİLER

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	I
TEŞEKKÜR.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
ŞEKİLLER LİSTESİ	V
TABLOLAR LİSTESİ	VI
SEMBOLLER LİSTESİ	VII
KISALTMALAR LİSTESİ	VIII
ÖZET	IX
ABSTRACT	X
1. GİRİŞ.....	1
2. İNOVASYON.....	3
2.1. İnovasyon Kavramı	3
2.2. İnovasyon ile İlişkili Kavramlar	7
2.2.1. Yaratıcılık.....	7
2.2.2. İcat.....	8
2.2.3. Ar-Ge.....	10
2.2.4. Girişimcilik	11
2.3. İnovasyon Türleri	12
2.3.1. Alanlarına göre inovasyon türü	14
2.3.2. Derecesine göre inovasyon.....	23
2.3.3. Kaynağına göre inovasyon	26
3. İNOVASYON YÖNETİMİ.....	30
3.1. İnovasyon Yönetimi Kavramı	31
3.2. İnovasyon Yönetimi Süreci.....	33
3.3. İnovasyon Yönetimi Stratejileri	34
3.4. İnovasyon Yönetimi Performansı.....	35
3.5. Kamu Alanında İnovasyon Yönetimi.....	37
3.5.1. Üniversitelerde inovasyon yönetimi.....	40
3.5.2. Akademisyenler açısından inovasyon yönetimi	46
4. YÖNTEM	49
4.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	49
4.2. Araştırmanın Örneklemi.....	50
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	50
4.4. Ölçüm Aracı ve Verilerin Analizi	50
5. BULGULAR	52
5.1. Demografik Özellikler.....	52
5.2. Normallik Analizi.....	54
5.3. Güvenirlik Analizi.....	56
5.4. Geçerlik Analizleri	58
5.5. Tanımlayıcı İstatistikler.....	61
5.6. Farklılıkları İncelemeye Yönelik Analizler.....	63
5.6.1. Bağımsız t-testi bulguları	63
5.6.2. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA)	66
5.7. Korelasyon Analizi.....	84
6. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	86
6.1. Hipotezlere İlişkin Tartışma	86
6.2. Yazına Katkısı.....	88
6.3. Uygulamaya Katkısı.....	88
6.4. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler	89
6.5. Sonuç.....	89

7. KAYNAKLAR..... 90

ÖZGEÇMİŞ

EKLER

EK-1 Araştırma Anketi

EK-2 Etik Kurul Kararı



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. İnovasyon türleri	14
Şekil 2.2. Açık inovasyon modeli	27
Şekil 2.3. Kapalı inovasyon modeli	29
Şekil 4.1. Araştırmanın modeli	49



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. İnovasyonun kavramsal çerçevesi	4
Tablo 2.2. Literatür araştırması kapsamında yıl bazlı inovasyon tanım çalışmaları	5
Tablo 3.1. Literatür araştırması kapsamında yıl bazlı inovasyon yönetimi kavramı.....	32
Tablo 3.2. Yönetim tarzlarının inovasyon performansına etkisi.....	37
Tablo 3.3. İnovasyon ölçümünde kullanılan kriterler	37
Tablo 3.4. Üniversitelerde bölgesel odaklı inovasyon işlevselliği	43
Tablo 3.5. Munzur Üniversitesi 2012-2018 yılları URAP sıralama durumu.....	45
Tablo 5.1. Ankete katılım gösterenlerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular.....	52
Tablo 5.2. Normallik analizi bulguları.....	54
Tablo 5.3. Güvenirlilik sonuçları	56
Tablo 5.4. KMO örneklem yeterliliği ölçüm analizi ve barlett testi sonuçları	58
Tablo 5.5. İnovasyon yönetimi ölçeğine ilişkin sorularının faktör analizi	59
Tablo 5.6. Tanımlayıcı istatistikler	61
Tablo 5.7. Medeni duruma göre farklılıkların incelendiği bağımsız t testi bulguları	64
Tablo 5.8. Yaş durumuna göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları	66
Tablo 5.9. Eğitim düzeyine göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları.....	69
Tablo 5.10. Akademik kadrolarına göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları.....	72
Tablo 5.11. Temel alanlarına göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları.....	76
Tablo 5.12. Mesleki Tecrübelerine göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları.....	81
Tablo 5.13. Korelasyon analizi bulguları.....	85

SEMBOLLER LİSTESİ

α	: Cronbach Alfa Katsayısı
df	: Serbestlik Derecesi
N	: Kişi Sayısı
P	: Anlamlılık Düzeyi
r	: Korelasyon Katsayısı
χ^2	: Ki-Kare



KISALTMALAR LİSTESİ

AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
Ort	: Aritmetik Ortalama
Sd	: Standart Değer
Sig	: Significance
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
SS	: Standart Sapma
TPE	: Türk Patent Enstitüsü
Ar-Ge	: Araştırma ve Geliştirme
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
URAP	: University Ranking by Academic Performance
GYÜE	: Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi

ÖZET

İnovasyon, bir şirketin uzun vadede hayatta kalması ve varlığını devam ettirebilmesi için en önemli faktör haline gelmektedir. İnovasyon yönetimi senaryosu gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler arasında çok özel bir şekilde gerçekleştirilebilir. Özellikle inovasyon yönetimi, ulusal ekonominin rekabet gücünün artırılmasında üniversitelerde çok önemli bir rol oynamaktadır. Üniversiteler sadece eğitim merkezleri değil, aynı zamanda araştırma ve inovasyon merkezleridir. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerini tespit etmek ve inovasyon yönetimi düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Kesitsel ve tanımlayıcı tipteki bu araştırmanın evrenini, Munzur Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenler oluşturmaktadır. Araştırmada, veri toplama aracı olan anket tekniği kullanılarak 166 anket toplanmış ve bu sayı üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler, IBM SPSS 26.0 istatistik programı aracılığıyla analize tabi tutulmuştur. Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri "İnovasyon Yönetimi Ölçeği" ile değerlendirilmiştir. Verilerin analizinde, ikili grup karşılaştırmaları Bağımsız Örneklem T testi, ikiden fazla grup arasındaki farklar ise Tek Yönlü Varyans (ANOVA) ile incelenmiştir. Değişkenler arası ilişkinin değerlendirilmesinde Spearman korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin medeni durum, yaş, eğitim düzeyi ve temel alanlarına göre bir farklılık göstermediği, fakat akademik kadro ve akademiye bağlı çalışma sürelerine göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin orta düzeyde olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, inovasyon yönetimi, akademisyen

ABSTRACT

Investigation of Academicians' Innovation Method Levels in Terms of Demographic Characteristics

Innovation is becoming the most important factor for a company to survive and survive in the long term. The innovation management scenario can be realized in a very specific way among developed, developing and underdeveloped countries. In particular, innovation management plays a very important role in universities in increasing the competitiveness of the national economy. Universities are not only education centers but also research and innovation centers. In this context, the aim of this study is to determine the innovation management levels of academicians and to reveal whether their innovation management levels differ significantly according to their demographic characteristics. The population of this cross-sectional and descriptive study consists of academicians working at Munzur University. In the study, 166 questionnaires were collected using the questionnaire technique as a data collection tool and analyzes were made on this number. The data obtained within the scope of the research were subjected to analysis through IBM SPSS 26.0 statistical program. The innovation management levels of academicians were evaluated with the "Innovation Management Scale". In the analysis of the data, pairwise group comparisons were analyzed by Independent Sample T-test and differences between more than two groups were analyzed by One-Way Variance (ANOVA). Spearman correlation coefficient was used to evaluate the relationship between variables. As a result of the study, it was concluded that the innovation management levels of academicians did not differ according to marital status, age, education level and major fields, but showed a significant difference according to academic staff and working time in academia. In addition, it was determined that the innovation management levels of academicians were at a medium level.

Keywords: Innovation, innovation management, academician

1. GİRİŞ

İnsan kaynağı, inovasyon süreçlerinin hayata geçirilmesi ve sürdürülmesi için kritik bir unsurdur. İnovasyon, sadece bireysel çalışanların katkılarına dayanmaz; aynı zamanda takım çalışması, liderlik ve örgütsel destek gibi faktörlerle de güçlenir. İnsan kaynağı, inovasyonun sürekli olarak teşvik edildiği ve desteklendiği bir iş ortamının oluşturulmasında önemli bir rol oynar (Özdemir, 2006: 413-414). İnovasyon, bir yeniliği geliştirirken her bir aşamada gerçekleştirilen faaliyetlerin bir süreç olarak tanımlandığı bir kavramdır. İnovasyon yönetimi ise bu süreçlerin organizasyonu ve denetimini içermektedir. İnovasyon yönetimi, yeni fikirlerin geliştirilmesi, uygulanması ve sonuçlarının izlenmesi gibi inovasyon süreçlerinin yönetimini içermektedir (Ortt ve Van Der Duin, 2008: 523).

Eğitim kurumlarının yeniliklere açık olması, tüm eğitim paydaşlarının potansiyelini maksimize etmeye ve daha iyi eğitim hizmetleri sunmaya yardımcı olur. Yeniliklere açık eğitim kurumları, değişen dünyaya ve toplumun ihtiyaçlarına uyum sağlamada daha etkin olurlar. Bu durum, eğitimin kalitesini artırır, öğrenci başarısını destekler ve toplumun ihtiyaçlarına uygun eğitim hizmetleri sunar. Sürekli değişen dünyada, eğitim kurumlarının esnek ve yenilikçi olması, geleceğin öğrencilerini daha iyi şekilde hazırlamalarına ve toplumsal gelişmeye katkı sağlamalarına yardımcı olur (Ayık, 2007).

Eğitim kurumlarının kendi kültürünü korurken inovasyona yönelmesi, dengeyi sağlamak ve eğitim kalitesini artırmak için önemli bir strateji gerektirir. Kültür, bir kurumun değerlerini, normlarını, davranışlarını ve işleyişini şekillendiren temel unsurlardan biridir. Eğitim kurumlarının yöneticileri, inovasyona yönelmeyi teşvik eden bir vizyon oluşturmayı hedeflemektedirler. Liderler, değişimin gerekliliğini vurgulamalı, inovasyonun önemini ve katkısını anlatmalı ve bu hedefe yönelik çaba ve kaynakları yönlendirmelidir (Ağaoğlu ve ark., 2012).

Akademisyenler, eğitim-öğretim ile araştırma-geliştirme faaliyeti olmak üzere iki farklı görevi yerine getirmektedir. Akademisyenlerin etkin inovasyon yönetimi için bu temel faaliyetlerin birbiriyle en iyi şekilde eşgüdümü ve yenilikçi örgüt atmosferinin oluşturulması gerekmektedir (Tunçbilek ve Bayrakçı, 2017). Son yıllarda kamu yönetiminde yaşanan değişimlerle inovasyon kamu sektöründe uygulanmaya başlanmıştır. İnovasyonun, kamu sektöründe uygulanmasının zaman almasının en temel nedeni, inovasyonun değişim ve yenilik gerektirmesidir (Atmaca ve Geylani 2020). Bu bağlamda

akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu yönüyle bakıldığında iyi bir inovasyon yönetimi etkili vizyon ve liderlikle başlayıp inovasyon çerçevesinde hizalanmasıyla başarılı olabilecektir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin demografik özellikler açısından farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir.



2. İNOVASYON

Bu bölümde, inovasyon kavramının tanımı, inovasyon ile ilişkili kavramlar ve inovasyon türlerine yönelik bilgiler paylaşılmaktadır.

2.1. İnovasyon Kavramı

Latince kökenli "innovatus" sözcüğünün genel anlamı "yenilenmiş" veya "değiştirilmiş" olarak bilinmektedir. Bu kelime, kök olarak "innovare" fiilinden türetilmiştir ve "yenilik yapmak", "yenilemek" veya "değiştirmek" anlamına gelir. "Innovatus" ise bu fiilden türetilmiş bir sıfat olarak kullanılır ve genellikle bir şeyin eski haliyle karşılaştırıldığında yeni bir şekilde değiştirilmiş veya geliştirilmiş olduğunu ifade etmek için kullanılır. Bu kelimenin genel anlamı, bir şeyin mevcut durumdan farklı bir şekilde dönüştürüldüğünü veya geliştirildiğini ifade etmek için kullanılır. İnovasyon terimi de bu kelimenin türetilmişlerinden biri olarak, bir ürün, süreç veya fikirdeki yenilikleri ifade etmek için kullanılır. İnovasyon, mevcut durumu değiştirme veya yenileme sürecini temsil etmektedir (Elçi, 2007: 1) ve bu kelimenin kullanımı Türkiye'deki bilim, teknoloji ve iş dünyasında özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaygınlaşmıştır. Bu dönemde Türkiye, sanayileşme ve teknolojik gelişme çabalarını hızlandırdığı için, bu tür terimlere olan ihtiyaç artmıştır (Aslan, 2018: 123).

İnovasyon, daha önce bulunmamış yeni fikirleri, ürünleri, süreçleri, yöntemleri ve hizmetleri geliştirme ve uygulama sürecidir. Bu süreç, mevcut durumu iyileştirme veya tamamen yeni bir şey yaratma amacı taşır. İnovasyon, organizasyonların rekabetçi kalmaları ve toplumların gelişmeleri için hayati öneme sahiptir. Başarılı inovasyon, yeni fikirlerin, ürünlerin ve hizmetlerin yaratılmasına ve uygulanmasına dayanırken, aynı zamanda sürekli olarak değerlendirme ve geliştirmeyi içermektedir (Uslu, 2012: 14).

İnovasyon kavramı, farklı araştırmacılar ve düşünürler tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu tanımlamalardan bazıları şu şekildedir.

Avusturyalı ekonomist Joseph Schumpeter, "Girişimcilik ve Ekonomik Kalkınma Teorisi" adlı eserinde inovasyonu "yeni bir üretim fonksiyonu veya ürün, yeni bir üretim yönetimi, yeni bir pazar, yeni bir kaynak sağlama şekli veya yeni bir endüstri

organizasyonu" olarak tanımlamıştır. İnovasyonun ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı tetikleyen dinamik bir süreç olduğunu vurgulamıştır (Schumpeter, 2000: 57-58).

Yönetim düşünürü Peter Drucker, inovasyonu "yeni fırsatlar yaratmak ve değer yaratmak için bilinçli bir çabadır" şeklinde tanımlamıştır. Drucker, inovasyonun işletmelerin rekabet avantajını sürdürmek ve büyümek için önemli olduğunu savunmuştur (Ömür, 2016: 8).

İnovasyon teorisyeni Clayton Christensen, inovasyonu "müşteri ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak veya yeni bir iş modeli yaratmak için teknolojiyi veya süreçleri geliştirmek" olarak tanımlamıştır. Ayrıca, Christensen "disruptive inovasyon" olarak adlandırılan düşük maliyetli ve erişilebilir ürünlerin pazarda mevcut liderleri yerinden edebileceği teorisini geliştirmiştir (Ömür, 2016: 34).

Sosyolog Everett Rogers, "Yenilik Yayılımı" adlı eserinde inovasyonu, "yeni bir fikrin, ürünün veya uygulamanın bir topluluğa veya sosyal sistemce benimsenmesi, yayılması ve kullanılması" olarak tanımlamıştır. Rogers, inovasyonun benimsenmesi sürecini "inovasyon yayılım eğrisi" olarak açıklamıştır (akt. Yeşiltuna ve Işıklar, 2023: 24).

Yazar ve danışman Geoffrey Moore, "Crossing the Chasm" adlı kitabında, inovasyonun teknoloji ürünlerinin pazarlara giriş sürecini ele almıştır. Moore, "teknolojik yenilikleri kabul eden erken benimseyenlerden, daha geniş pazarlara ulaşan ana akım müşterilere geçiş" olarak tanımladığı zorlu aşamanın "çukuru geçmek" olarak adlandırıldığına işaret etmiştir (Adıgüzel, 2012: 82).

Gary S. Becker ve Robert F. Whisler'in inovasyonu, "fikrin ilk defa uygulanmış olması" olarak kavramsallaştırmıştır. Bir fikrin ilk defa uygulanmış olması, yaratıcı bir düşüncenin gerçek dünyada bir ürün, hizmet veya süreç olarak hayata geçirilmesini ifade eder. Bu, yeni bir ürünün veya teknolojinin ilk kez piyasaya sürülmesi veya yeni bir iş modelinin uygulanması gibi farklı şekillerde gerçekleşebilir (akt. Ömür, 2016: 16).

Bu tanımlamalardan yola çıkarak inovasyon, mevcut durumu geliştirmeyi ve gelecekteki fırsatları keşfetmeyi amaçlayan bir süreç olarak kabul edilebilir. Tablo 2.1'de inovasyonun kavramsal çerçevesi yer almaktadır.

Tablo 2.1. İnovasyonun kavramsal çerçevesi

Kavramsal Çerçeve	İnovasyon
Yaratıcı Yenilikçilik	İnovasyon, yaratıcılığı teşvik eden ve yeni çözüm yolları geliştiren bir süreçtir.

Değişim ve İlerleme Süreci	İnovasyon, mevcut durumu geliştirmek veya daha iyi bir gelecek yaratmak için gerçekleştirilen sürekli bir değişim ve ilerleme sürecidir.
Problemleri Çözme Sanatı	İnovasyon, mevcut problemlere farklı bakış açılarından yaklaşarak yeni ve etkili çözümler bulma sanatıdır.
Sürdürülebilir Dönüşüm	İnovasyon, sadece anlık değişikliklerden ziyade, uzun vadeli sürdürülebilir dönüşümleri içeren bir stratejidir.
Toplumsal Değişim Motoru	İnovasyon, toplumun daha iyi bir gelecek inşa etmek için kullanabileceği bir araçtır.
Teknolojik ve Kavramsal Evrim	İnovasyon, hem teknolojik gelişmeleri hem de yeni fikirlerin evrimini içeren bir süreçtir.
Müşteri Memnuniyetini Artırma	İnovasyon, müşterilere daha iyi ürünler veya hizmetler sunarak müşteri memnuniyetini artırmayı amaçlayan bir stratejidir.
Risk Almayı İçeren Süreç	İnovasyon, yeni fikirleri test etmek ve kabul edilmemiş riskleri almayı gerektiren bir süreçtir.
İşbirliği ve Açık İnovasyon	İnovasyon, farklı paydaşlar arasında işbirliği yaparak ve dışarıdan gelen fikirleri dahil ederek gerçekleştirilen bir süreçtir.
Yenilikçi Kültür ve Zihniyet	İnovasyon, bir organizasyonun kültüründe ve çalışanlarının zihniyetinde yerleşik olan bir yaklaşımdır.

Kaynak: (Ömür, 2016; Kılıç, 2018; Aslan, 2018; Çankaya, 2021; Adıgüzel, 2012; Yeşiltuna ve Işıklar, 2023).

Joseph Schumpeter, ekonomi düşünce tarihinde önemli bir figürdür ve özellikle inovasyonun ekonomik büyüme ve gelişme üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik önemli katkılarda bulunmuştur. Schumpeter'in inovasyon hakkındaki düşünceleri, klasik ekonomi teorilerinin ötesine geçer ve yaratıcı yıkım (creative destruction) kavramını vurgular. Schumpeter, ekonomik gelişmenin ana itici gücünün yenilikçi girişimler ve inovasyonlar olduğunu savunur. Bu durumda, yeni teknolojilerin ve iş modellerinin ortaya çıkmasına, eski ve kötü performans gösteren işletmeleri yerinden etmeli ve yerlerine daha verimli ve yenilikçi işletmelerin gelmesine yol açmalıdır. Bu süreç, "yaratıcı yıkım" olarak adlandırılmaktadır (Yeşiltuna ve Işıklar, 2023: 6).

Tablo 2.2'de literatür araştırması kapsamında kronolojik olarak yıl bazında inovasyon tanımlarına yer verilmiştir.

Tablo 2.2. Literatür araştırması kapsamında yıl bazlı inovasyon tanım çalışmaları

Yıl	Yazar	İnovasyon Tanımı Çalışması
"1934 Yılı"	Schumpeter	"Yaratıcı yıkım" (Creative Destruction) kavramıyla tanımlar
"1962 Yılı"	Rogers	Yayımla Kuramı (Diffusion of Innovations) kavramıyla tanımlar
"1967 Yılı"	Becker ve Whisler	Bir fikrin ilk kez uygulanması
"1976 Yılı"	Downs ve Mohr	Organizasyonlardaki farklı uygulama
"1978 Yılı"	Hippel	Sürecin aktif kullanımı

“1980 Yılı”	Goldhar	İnovasyonun süreç olduğunu varsaymıştır
“1982 Yılı”	Freeman	Yenilik Sistemleri (Innovation Systems) kavramıyla tanımlar
“1982 Yılı”	Moore ve Tushman	Pazarın ihtiyaçlarına karşılık sonuç üretmesi
“1985 Yılı”	Drucker	İşletmeler için kritik bir rekabet avantajı
“1985 Yılı”	Rothwell ve Gardiner	İnovasyonun çeşitli tiplerini ve türlerin farklılaşması
“1987 Yılı”	Roberts	Yeni ürünler veya hizmetler yaratmaya yönelik bir tutum
“1990 Yılı”	Porter	Pazar taleplerini karşılama ve yeni talepler yaratma yeteneği
“1990 Yılı”	Christensen	Kesintili İnovasyon (Disruptive Innovation) kavramıyla tanımlar
“1999 Yılı”	Motwani	Oluşum süreçlerinin belirlenmesi
“2000 Yılı”	Janszen	Rekabet ortamının merkezinde yer aldığı
“2000 Yılı”	Szeto	Yenilenebilir süreçlerin içerdiği
“2001 Yılı”	Drucker	Kapasitenin artırılmasında kaynak kullanımı
“2003 Yılı”	Chesbrough	Açık İnovasyon (Open Innovation) kavramıyla tanımlar
“2003 Yılı”	Coulter	Örgütsel etkinliklerdeki rolü
“2006 Yılı”	Lipit	Değişim hızına entegre olması
“2009 Yılı”	Kusiak	Bilginin tekrar kullanılması prosedürü
“2013 Yılı”	Mast	Toplumsal alana sızdığı ve orada kök saldığı

Kaynak: Aydm, 2016; Coşkun, 2013; Elçi, 2006; Kaplan, 2010.

İnovasyon, örgüt içinde yeni fikirlerin veya davranışların üretilmesini, geliştirilmesini ve uygulanmasını kapsayan çok yönlü bir süreci ifade eder. Bu süreçte fikirler, yeni ürünler, hizmetler, süreç teknolojileri, örgütsel yapılar veya yönetim yaklaşımları haline dönüşebilirler (Azar ve Ciabuschi, 2017: 325).

İnovasyon, örgüt içi çalışanların yanı sıra örgüt dışındaki paydaşların, müşterilerin, tedarikçilerin, sendikaların ve kamu otoritelerinin düşünce tarzı ve katılımıyla yakından ilişkilidir. Bu tanım, inovasyonun sadece örgüt içinde değil, tüm ekosistem ve paydaşlarla etkileşim içinde gerçekleştiğini vurgular (Tiwari ve Buse, 2007: 4-5). İnovasyon, mevcut kaynakları ve bilgiyi yaratıcı bir şekilde bir araya getirerek yeni değerler ve fikirler üretmeyi içermektedir (Fagerberg, 2005: 6).

İnovasyon, yeni fikirlerin veya davranışların yaratılması, geliştirilmesi ve uygulanması sürecini içeren bir kavramdır. İnovasyon, hem iç hem de dış çevresel değişimlere yanıt olarak, örgütünü değiştirmek veya geliştirmek için kullanılan bir araçtır. Bu değişiklikler, örgütün gelecekteki başarısını etkilemek amacıyla önceden alınmış veya reaktif önlemleri içermektedir (Damanpour, 1991: 555-556).

İnovasyon, örgütlerin stratejik amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olacak yeni yolları araştırma ve uygulama sürecini içermektedir. Bu, kurumların gelecekteki hedeflerine ulaşma konusundaki kararlılığını yansıtır. Bu kapsamda inovasyon, yeni fikirlerin, bilginin ve teknolojinin ticari, toplumsal veya ekonomik değere dönüştürülmesi ve uygulanmasını ifade eder. Bu süreç, organizasyonların veya toplumların daha etkili, verimli ve rekabetçi olmalarına yardımcı olmaktadır (Mone ve ark., 1998: 117).

Sonuç olarak inovasyon, son zamanların iş dünyasında büyük önem taşıyan bir kavramdır. 21. yüzyılın iş ortamında başarı için merkezi bir faktör olarak kabul edilir. Bu nedenle, özel ve kamu kurumları, ürünlerini, hizmetlerini ve iş faaliyetlerini yeniden değerlendirerek bir inovasyon kültürü geliştirmeye yönelmektedirler. Örgütsel hedeflerin gözden geçirilmesi, bir örgüt içinde inovasyon kültürünün geliştirilmesinin, özellikle hızlı değişen bir pazar ortamında uzun vadeli başarının en iyi sigortası olduğunun farkına varılmasından kaynaklanmaktadır.

2.2. İnovasyon ile İlişkili Kavramlar

İnovasyon, sosyal bir bağlama dahil edildiğinden nadiren tek başına gerçekleşir (Poutanen ve Kovalaine, 2017). Sürekli yenilik ihtiyacını karşılamak için firmalar yaratıcı yapılarına ve çevrelerinde mevcut olan genel ekonomik ve kurumsal senaryolara bağımlıdır. Ayrıca inovasyon, yalnızca bireysel çabalarla gerçekleştirilebilecek bir görev değil tam aksine girişimcilere, ekiplere ve çalışanlara büyük sorumluluk yüklemektedir (Fetrati ve ark., 2022; Leonard ve Sensiper, 1998).

Yenilik ve yenilikçi düşünme, insan bilişinin değerli özellikleri ve arzu edilen 21. yüzyıl yeterliliklerinin temel bileşenleri olarak kabul edildiğinden, kavramların daha derin ve daha güncel bir şekilde anlaşılması gerekmektedir (Morad ve ark., 2021). İnovasyona olan ilgi son yıllarda artmış ve farklı uzmanlık alanları tarafından kavramın çeşitli tanımlarının yapılmasına yol açmıştır. Bu tanımlamalardan bazıları aşağıda aktarılmaktadır.

2.2.1. Yaratıcılık

Yaratıcılık, yeni ve özgün fikirlerin üretilmesi sürecini ifade eder. Yaratıcılık, birçok farklı alanda kullanılabilir, sadece teknik değil, sanatsal veya organizasyonel

alanlarda da ortaya çıkabilir. Örneğin, bir sanatçının yeni bir resim yaratması veya bir işçinin daha verimli bir iş süreci için yeni bir fikir önermesi yaratıcılığa örnektir. Yaratıcılık, inovasyonun temelini oluşturur çünkü yeni fikirlerin üretilmesi inovasyonun ilk adımıdır (Üstündağ, 2003; Rıza, 2001).

Yaratıcılığın en temel özelliği özgünlüktür. Yaratıcı düşünce, daha önce denenmemiş veya düşünülmemiş bir şeyi üretme yeteneğini içermektedir. Özgünlük, mevcut bilgi ve deneyimlerin ötesine geçme anlamına gelir. Yaratıcılık, düşünce süreçlerinin esnekliğini gerektirir. Yaratıcı bireyler, farklı bakış açılarına, düşünce yöntemlerine ve yaklaşımlara açık olurlar. Bu, sıra dışı ve yenilikçi fikirlerin doğmasına olanak tanımaktadır (Sungur, 1992).

Yaratıcılık, bazen konvansiyonel düşünceyi terk edip risk almayı gerektirir. Yaratıcı bireyler, hata yapma veya başarısızlık riskini göze alarak yeni yollar deneyebilirler. Yaratıcılık, sorunları veya zorlukları yaratıcı bir şekilde çözme yeteneğini ve pratik ve işlevsel çözümler üretmeyi içermektedir (Sungur, 1992).

Yaratıcılığı ve yeniliği ayıran ana nokta, bu iki kavramın farklı aşamalarda ve odak noktalarında olmalarıdır. Yaratıcılık, yeni ve özgün fikirlerin üretilmesi sürecini ifade eder. Bu süreç, yeni ve ilginç kavramların veya tasarımların ortaya çıkmasını içermektedir. Yaratıcılık daha çok fikirlerin doğuş aşamasına odaklanır. Yaratıcı bir düşünce veya ürün, henüz gerçek dünyada uygulanmamış veya somut hale gelmemiş olabilir. Özgünlük ve esnek düşünce yaratıcılık için önemlidir. Yaratıcı bir düşünce veya ürün, yenilikçi bir potansiyele sahip olabilir, ancak henüz bu aşamada yenilik değildir. Kısacası, yaratıcılık, yeni ve özgün fikirlerin doğuş aşamasını ifade ederken, yenilik, bu fikirlerin somut bir şekilde uygulanması ve değere dönüştürülmesi aşamasını ifade eder. İnovasyon, yaratıcılığın bir sonucu olabilir, ancak yaratıcılığın kendisi yenilik değildir (Döm, 2006: 10).

2.2.2. İcat

İcat, yeni bir ürün, süreç veya cihazın ilk defa yaratılması anlamına gelir. İcatlar genellikle tamamen yeni bir fikrin ürüne dönüşmesini ifade etmektedir. İnovasyon, icattan sonra gelen ve zaman içinde icattan ayrılan bir süreçtir. İcat yaratıcı eylemdir, inovasyon ise bir fikrin bir kuruluş veya benzer hedeflere sahip bir dizi kuruluş tarafından ilk veya erken kullanımınıdır (Becker ve Whisler, 1967).

İnovasyonda fikir üretmenin en yüksek performans gösteren bileşenler arasında olması, genellikle yaratıcılık ve icat gibi bağlamlarda kullanımına bağlıdır ve bunlar genellikle inovasyonla eş anlamlı olarak kullanılır, ancak öyle değildir yaratıcılık ve icat inovasyonun bir parçasıdır, ancak tersi geçerli değildir (Vehar, 2013).

Günümüzde de birçok bilim insanı, mühendis ve girişimci farklı alanlarda yenilikçi icatlar geliştirmeye devam etmektedir. Bu buluşlar, teknolojik ilerlemeyi hızlandırabilir, yaşam kalitesini artırabilir veya endüstriyel süreçleri geliştirebilir. Kısaca icatlar, toplumları ve teknolojiyi ileriye taşıyan önemli bir unsur olmuştur ve olmaya devam etmektedir.

İnovasyon ile icat arasındaki en önemli fark, inovasyonun sadece yeni bir şey icat etmekten ziyade, bu icadın toplumsal, sosyal ve ticari bir değer yaratma potansiyeline sahip olmasını gerektirmesidir. İnovasyon, icat edilenin daha geniş bir kitle tarafından kabul görmesi, üretilmesi ve kullanılabilir hale getirilmesi sürecini içermektedir. Sadece yeni bir şey icat etmek, inovasyon olarak kabul edilmez; icadın ticarileştirilebilir bir forma büründürülmesi ve bu icadın gerçek bir değer yaratma yolunun bulunması gereklidir. İnovasyon, keşfedilmemiş olanı icat etmek yerine, değer yaratma yollarını keşfetmeyi hedefler. Bu nedenle, bir icat, inovasyona dönüşmediği sürece gerçek bir değer yaratılmış kabul edilemez (Elçi, 2007: 17).

Türk Patent Enstitüsü (TPE), icat kavramını uluslararası kabul gören tanımlar ve patent hukuku çerçevesinde kullanır. Bu perspektif çerçevesinde icat, bir ürünün veya bir sürecin yeni ve özgün bir şekilde bulunması veya geliştirilmesi olarak tanımlanır. İcat, daha önce mevcut olmayan bir ürünün (örneğin, bir makine, cihaz veya kimyasal bileşik) veya bir sürecin (örneğin, üretim süreçleri veya yöntemler) yaratılması veya mevcut olanların önemli bir şekilde geliştirilmesi anlamına gelir. TPE, icatların korunması ve ticarileştirilmesi için patent hukukunu uygular. Bir icat, belirli koşulları karşıladığında patent verilmesi için başvurulabilir. Bu, icadın özgün, yenilikçi ve sanayiye uygulanabilir olması gerektiği anlamına gelir. Patent verildiğinde, icadın belirli bir süre boyunca (genellikle 20 yıl) yaratıcısına kullanma ve üretme hakkı tanınır. Bu, icadın korunmasını ve yaratıcıların buluşlarını ticarileştirmesini teşvik eder. TPE'nin icat tanımı, uluslararası patent hukukuyla uyumlu olarak kullanılır ve Türkiye'de icatlarının korunmasını ve değerlendirilmesini isteyen araştırmacılara yol göstermektedir (URL-1, 2024).

İcat ve inovasyon, teknolojik gelişme ve ilerleme süreçlerinin önemli bileşenleridir. İcat, yeni bir fikrin veya keşfin ilk ortaya çıkışıdır ve bu aşamada genellikle bir ürün veya

süreç henüz ticarileştirilmemiştir. İnovasyon ise bu icadın ticari veya toplumsal anlamda kullanılmaya başlanması, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasıdır. İki kavram birbirinden farklı olsa da sık sık birbiriyle iç içe geçmiştir. İcatlar, inovasyon sürecinin başlangıcı olabilir ve inovasyon, icatların değer yaratma potansiyelini gerçeğe dönüştüren adımdır. Özellikle firmalar, icatları ticari başarıya dönüştürmek için farklı bilgi, yetenek, beceri ve kaynakları birleştirmek zorundadır. İcatların inovasyona dönüşümü, ekonomik büyüme ve rekabet gücünün artırılması açısından büyük önem taşımaktadır (Fagerberg, 2003: 3).

2.2.3. Ar-Ge

Araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleri, teknolojik inovasyonun önemli bir bileşenidir. İnovasyonun gerçekleşmesi için Ar-Ge faaliyetleri gereklidir, ancak her inovasyon sürecinde zorunlu bir unsur değildir. İnovasyon ve büyüme ilişkisi karmaşıktır ve endüstri içindeki farklı firmaların bileşimi dikkate alınmadığında yanıltıcı sonuçlara yol açabilir. Endüstriyel sektörlerdeki çalışmalara göre, küçük firmalarda Ar-Ge çalışmalarının büyümeye daha fazla katkı sağladığı, büyük olgunlaşmış firmalarda ise Ar-Ge yatırımlarının büyümeyi yavaşlatabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ar-Ge'nin inovasyon sürecinin önemli bir parçası olduğu ancak inovasyon ve büyüme ilişkisinin karmaşık olduğu ve sektörlerin büyüklüğü ile bu ilişkinin değişebileceği vurgulanmaktadır (Demirel ve Mazzucato 2012: 59-60).

İnovasyon sürecinde, Ar-Ge faaliyetlerinin önemli bir rolü vardır. İnovasyon, yeni fikirlerin, ürünlerin, süreçlerin veya hizmetlerin yaratılması, geliştirilmesi ve pazara sunulması sürecidir. Ar-Ge faaliyetleri, yeni fikirlerin ve teknolojik çözümlerin bulunmasına ve geliştirilmesine katkı sağlar. Bilimsel araştırmalar, deneyler ve testler Ar-Ge'nin bir parçası olarak gerçekleştirilir ve bu süreçte yenilikçi konseptler ortaya çıkmaktadır (Tsai, 2005: 436).

Ar-Ge, mevcut ürünlerin veya hizmetlerin iyileştirilmesi veya tamamen yeni ürünlerin geliştirilmesi sürecini destekler. Ürünlerin kalitesini artırmak, maliyetleri düşürmek ve müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için Ar-Ge çalışmaları yapılır. Ar-Ge, yeni teknolojilerin keşfedilmesi ve bu teknolojilerin uygulama alanlarının belirlenmesi konusunda önemlidir. Bu teknolojiler, endüstri standartlarını yükseltebilir ve rekabet avantajı sağlamaktadır (Budak, 1998: 50).

İnovasyon süreci risklerle doludur, çünkü yeni fikirlerin başarılı olma garantisi yoktur. Ar-Ge, bu riskleri azaltmaya yardımcı olur. Önceden yapılan araştırmalar ve prototipler sayesinde olası sorunlar ve zorluklar daha erken aşılabilmektedir (Budak, 1998: 50).

İnovasyon, bir şirketin rekabetçi avantajını artırabilir. Ar-Ge, yeni ürünler veya hizmetlerle rakiplerden farklılaşmayı ve müşteri tabanını genişletmeyi sağlar. Ar-Ge, çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için önemlidir. Çevre dostu ürünlerin geliştirilmesi ve enerji verimliliğinin artırılması gibi konularda Ar-Ge çalışmaları yapılarak şirketlerin sürdürülebilirlik taahhütlerini yerine getirmeleri desteklenmektedir (Budak, 1998: 50).

Ar-Ge, inovasyon sürecinin temel bir parçasıdır ve yeni fikirlerin, ürünlerin ve teknolojilerin oluşturulmasına, geliştirilmesine ve pazara sunulmasına yardımcı olur. İnovasyonu teşvik ederek şirketlerin rekabet gücünü artırır ve sürdürülebilirliği destekler. (Anlağan, 2011: 3).

Ar-Ge birimi, organizasyonun öncelikli hedeflerini inovasyon ve bilgi yaratma olarak belirler. Bu birim, yeni ürünler, süreçler, uygulamalar ve iyileştirmeler geliştirerek organizasyonun rekabetçiliğini artırmayı amaçlar. Ar-Ge uzmanları genellikle organizasyonun belirli bir alanına odaklanırlar. Bu, organizasyonun uzmanlık ve derin bilgi geliştirmesine olanak tanır ve yenilikçi çözümler üretmelerine yardımcı olur.

Kısacası Ar-Ge çalışmalarının, inovasyon sürecinde başarılı olabilmesi organizasyonun bilgi işleme ve karar verme yeteneklerine, kaynak sağlama stratejilerine ve ölçme-değerlendirme araçlarının yaratıcılığına dayalıdır. Bu, Ar-Ge biriminin etkili bir şekilde çalışabilmesi için kritik öneme sahiptir.

2.2.4. Girişimcilik

Girişimcilik, fark edilen fırsatları değer yaratması için kaynakların bir araya getirildiği süreçtir. Bu süreç, fikirlerin ürün ve hizmetlere dönüştürülmesini ve yeni bir iş girişiminin kurulmasını içermektedir. İnovasyon, girişimcilik sürecinin odak noktasıdır ve yeni ve yenilikçi çözümler üretmeyi ifade eder (Morris ve ark., 2010: 9).

Joseph Schumpeter, girişimcileri inovasyon yaratıcıları olarak tanımlamıştır. Schumpeter'a göre, girişimciler, mevcut inovasyonlardan asla tatmin olmayan ve sürekli olarak yeni fırsatlar arayan kişilerdir. Bu nedenle, girişimciler ekonomik büyümeye katkı

sağlayan inovasyonlar yaparlar. Ayrıca Schumpeter, girişimcilerin yeni ürünler, süreçler, pazarlar, örgüt yapıları vb. oluşturarak ekonomik düzeni değiştiren ve yıkıcı etkiler yaratan kişiler olduğunu vurgular. Bu bağlamda, girişimcilik ile inovasyonun birbirinden ayıramayacağını savunmaktadır (Schumpeter, 2000: 51). Hagedorn ise girişimcileri inovasyonun kişileştirilmiş temsilcileri olarak görür. Hagedorn'a göre, inovasyon, girişimcilerin farklılıkları ve yaratıcılıkları sayesinde fikirlerin ticari uygulamalara dönüşmesine yardımcı olan bir araçtır (akt. Mercan ve ark., 2011: 30).

Girişimciler, sınırlı kaynakları (finansman, insan kaynakları, zaman vb.) etkili bir şekilde yönetme yeteneğine sahiptirler. Bu, işlerini sürdürmek ve büyütmek için kritik öneme sahiptir. Girişimciler, iş planları oluşturarak gelecekteki hedeflerini ve stratejilerini belirlerler. İş planlaması ve stratejik düşünme, işlerini yönlendirmek için önemlidir. Girişimcilerin iş ahlakı ve değerleri, işlerini sürdürürken ve büyütürken önemlidir. İş etiği ve dürüstlük, uzun vadeli başarı için kritik öneme sahiptir. Girişimciler, iş ilişkileri kurma ve ağ oluşturma konusunda becerilidirler. İş dünyasındaki diğer profesyonellerle bağlantı kurarak kaynaklara ve fırsatlara erişim sağlarlar (Bruyat ve Julien, 2001: 167).

Girişimciler, inovasyon sürecinde önemli bir rol oynarlar. İnovasyon, fikirlerin pratik uygulamalara dönüşmesini gerektirir ve girişimciler bu dönüşümü gerçekleştirme sürecinde etkin bir şekilde rol alırlar. Girişimcilik ve inovasyonun birbirine sıkı bir şekilde bağlı olduğunu ve girişimcilerin inovasyon sürecinin kilit aktörleri olduğunu vurgular. İnovasyon, girişimcilerin fikirleri iş dünyasında hayata geçirme yeteneklerine dayanır ve bu, ekonomik büyümeye ve değişime katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak girişimcilik ve inovasyon, ekonomik büyümeyi etkileyen temel faktörler arasında yer almaktadır. Girişimcilik, yeni ürünler, süreçler ve pazarlar oluşturarak ekonomik gelişmeyi destekler. İnovasyon, bu sürecin önemli bir bileşenidir. Her girişimcinin inovasyon yapması gerekmez, ancak düzenli olarak inovasyon yapma yeteneği ve isteği önemlidir. Bazıları için, girişimcilerin inovasyon yapamamaları girişimcilikten vazgeçmelerine neden olmaktadır (Szirmai ve ark., 2011: 26).

2.3. İnovasyon Türleri

İnovasyon, iş dünyası, toplum ve ekonomi için kritik bir rol oynayan çok yönlü bir kavramdır. İnovasyon, yeni fikirlerin, ürünlerin, süreçlerin ve hizmetlerin yaratılması ve geliştirilmesi sürecini ifade eder. Bu kavramın çeşitliliği, farklı alanlarda farklı etkiler

yaratır ve çeşitli ihtiyaçları karşılamak için tasarlanmıştır (Damanpour ve Gopalakrishnan, 1999: 57-58).

İnovasyonun farklı türleri iş dünyası için büyük önem taşır. Ürün inovasyonu, mevcut ürünlerin iyileştirilmesini ve yenilerinin yaratılmasını içerirken, süreç inovasyonu operasyonların daha verimli hale getirilmesine odaklanır. Pazar inovasyonu, yeni pazarlara ulaşmanın yollarını arar ve iş modeli inovasyonu işletmelerin nasıl değer yarattığını değiştirir. Organizasyonel inovasyon, iş yapma şekillerini dönüştürerek daha yaratıcı ve hızlı hareket etmeyi teşvik eder. Sosyal inovasyon ise toplumun refahını artırmak ve sorunlara çözüm bulmak için inovasyonu kullanır (Cleff ve Rennings, 1999).

Her bir inovasyon türü farklı ihtiyaçları ve hedefleri karşılar. Ürün inovasyonu, rekabetçiliği artırabilirken, süreç inovasyonu maliyetleri azaltabilir. Pazar inovasyonu, yeni pazarlara erişim sağlayarak büyümeyi desteklerken, iş modeli inovasyonu işletmelerin gelir kaynaklarını değiştirir. Organizasyonel inovasyon, iş yapma şekillerini dönüştürerek daha yaratıcı ve hızlı hareket etmeyi teşvik eder. Sosyal inovasyon toplumun yaşam kalitesini yükseltir (Cleff ve Rennings, 1999).

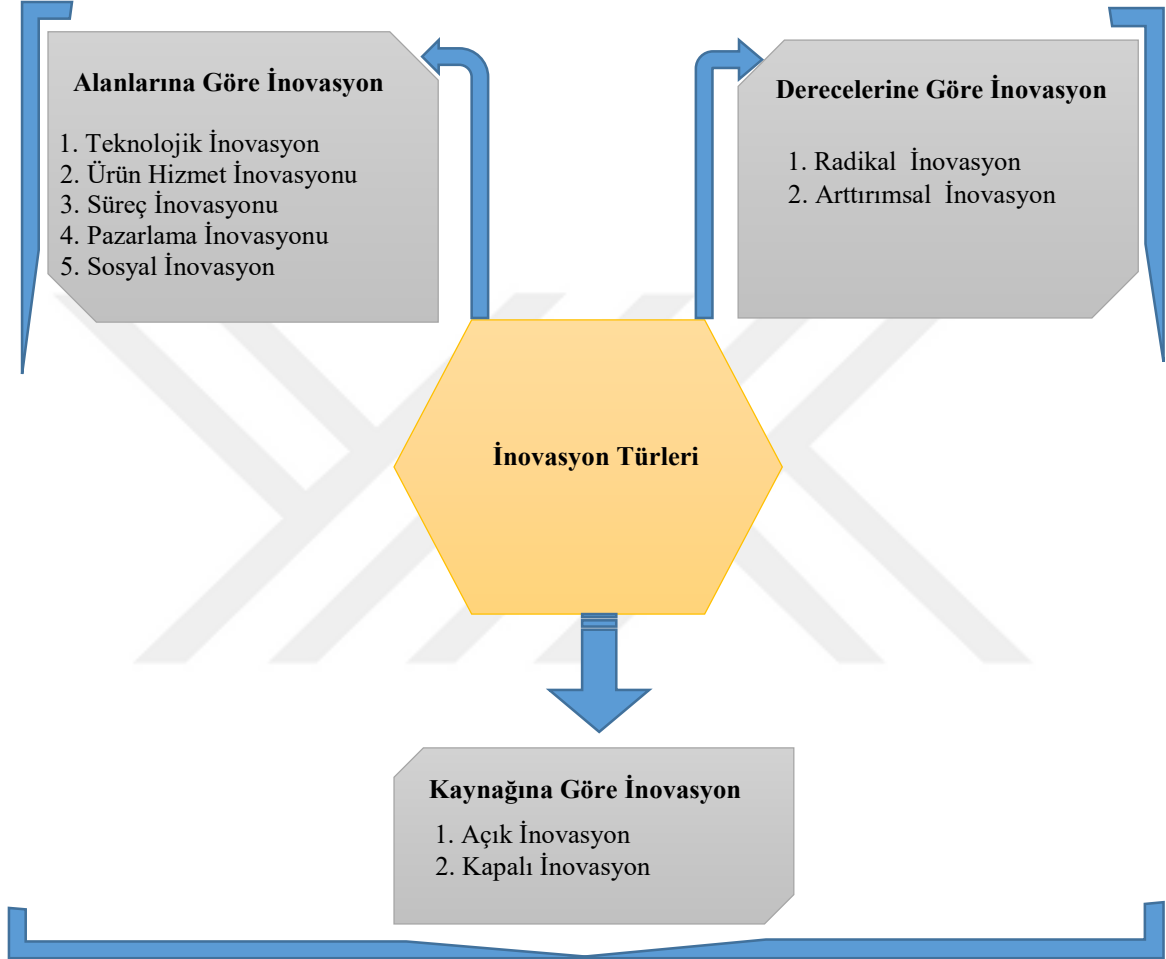
İnovasyonun çeşitliliği, iş dünyası ve toplum için büyük bir değer taşır. İşletmeler, girişimciler ve toplumlar, bu farklı inovasyon türlerini kullanarak sürdürülebilir büyümeyi teşvik edebilir ve rekabet avantajı elde edebilirler. İnovasyon, değişen dünyada ayakta kalmak ve ilerlemek için vazgeçilmez bir araçtır (Adner ve Levinthal, 2001).

İnovasyon, örgütlerin iç ve dış değişimlere uyum sağlamalarına yardımcı olan kritik bir araçtır. Özellikle teknolojik, ticari ve sosyal çevrelerde ayakta kalmak ve rekabet edebilmek için örgütler, farklı inovasyon türlerine başarılı bir şekilde uyum sağlama sürecini yönetmelidirler (Pearce ve Ensley, 2004).

Örgütlerin stratejileri, yapıları ve süreçlerinde meydana gelen değişiklikler, örgütsel sistemler üzerinde etkiler yaratır. Bu değişiklikler, örgütsel sistemler içinde bir dengesizlik yaratabilir ve bir değişikliğin diğer sistemlerde tepkiye yol açmasına neden olabilir. Ancak iç sistemler arasında uyum sağlanırsa, bu değişiklikler daha etkili bir işleyişe dönüşebilmektedir (Pearce ve Ensley, 2004).

Örgütsel performansı artırmak için farklı inovasyon türleri eş zamanlı olarak uygulanmalıdır. Bu şekilde örgütsel sistemler dengede kalır ve bir inovasyon türü diğerini pekiştirir. Örneğin, ürün, süreç, teknik ve yönetsel inovasyonlar aynı anda uygulandığında, örgüt daha fazla rekabet avantajı elde edebilmektedir (Capitanio ve ark., 2010: 504).

İnovasyonlar, değişimi gerçekleştirme Őekillerine ve amaçlarına göre farklılık gösterir. Gün geçtikçe değişen müşteri talepleri ve beklentileri, çeşitli işlevsel hedefler için farklı inovasyon türlerinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Capitanio ve ark., 2010: 505).



Şekil 2.1. İnovasyon türleri
Kaynak: Capitanio ve ark., 2010: 506

İnovasyon türlerine ait kavramsal açıklamalar aşağıda detaylı bir Şekilde aktarılmaktadır.

2.3.1. Alanlarına göre inovasyon türü

İnovasyonun günlük yaşamda ve iş dünyasında önemli bir etkisi bulunmaktadır, zira bu yenilikçi yaklaşım, hem bireylerin hem de kurumların refah düzeyini ve yaşam kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Bu etki, farklı kullanım alanlarına göre beş ana

kategoride incelenmektedir. Her bir inovasyon türü, belirli bir amacı hedefler ve bireylere ve organizasyonlara farklı maliyet ve kar avantajları sunmaktadır. Bu nedenle inovasyon, hem kişisel hem de kurumsal düzeyde önemlidir ve yaşam kalitesini artırmak için güçlü bir araç olarak kullanılmaktadır (Capitanio ve ark., 2010: 504-506).

2.3.1.1. Teknolojik inovasyon

Teknolojik inovasyon, inovasyonun karmaşıklığını ve inovasyonu etkileyen birçok faktörü anlamak için kullanılan bir teorik yaklaşımdır. Bergek ve ark. (2008: 412) tarafından geliştirilen bu yaklaşım, teknoloji geliştirmenin ve benimsemenin sosyal, ekonomik ve kurumsal bağlamlarını vurgulamaktadır. Ayrıca teknolojik inovasyon sistemleri yaklaşımı, ulusal ve uluslararası düzeyde teknoloji politikalarını geliştirmek için kullanılan bir modeldir.

Teknolojik inovasyon, yeni fikirlerin, buluşların ve teknolojilerin geliştirilmesini içermektedir. Bu, üniversitelerdeki araştırma projelerinden endüstri laboratuvarlarına kadar farklı yerlerde gerçekleşebilir. İnovasyonun benimsenmesi ve piyasaya sürülmesi, yeni teknolojilerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Müşteri geri bildirim ve pazarlama stratejileri bu aşamada önemlidir (Bergek ve ark., 2008: 420). Kısacası teknolojik inovasyon, yeni veya mevcut teknolojilerin kullanılması veya geliştirilmesi yoluyla ürünlerin veya hizmetlerin iyileştirilmesini ifade eder. Bu alan, teknoloji şirketleri, Ar-Ge departmanları, mühendislik firmaları ve kamu sektörleri için özellikle çok önemlidir.

2.3.1.2. Ürün hizmet inovasyonu

Oslo Kılavuzu (2005: 52), inovasyonun bir işletmenin toplumun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ürün geliştirme sürecindeki önemini ve çeşitliliğini açıklar. İnovasyonun sadece yeni ürünler yaratmakla sınırlı olmadığını, aynı zamanda mevcut ürünleri daha işlevsel hale getirmek, kullanımını çeşitlendirmek ve iyileştirmek anlamına geldiğini vurgular. Bu kapsamda, "bir ürün yeniliği" olarak tanımlanan inovasyon, mevcut ürünlerin özelliklerini veya kullanımalarını göz önünde bulundurarak yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş ürünlerin geliştirilmesini ifade etmektedir.

İnovasyon, genellikle işletmelerin rekabet avantajını sürdürebilmek ve müşterilere daha iyi hizmet sunabilmek için kullandıkları önemli bir araçtır. İnovasyon, yeni ve önce

üretilmemiş bir ürünün yaratılmasını içermektedir. Bu, pazarda daha önce bulunmayan bir ürünün ortaya çıkmasını ifade eder. Aynı zamanda mevcut ürünlerin üzerine inşa edilerek daha farklı ve yenilikçi hale getirilmesini de içerebilir. İnovasyon, mevcut ürünlerde değişiklikler yapılmasını ve yeni özelliklerin eklenmesini gerektirebilir. Müşteri ihtiyaçlarına daha iyi yanıt vermek için ürünlerde farklılık ve yenilik yapılması önemlidir. İnovasyon, ürünlerin pazara sunulması ile tamamlanır. Yeni veya iyileştirilmiş ürünlerin müşterilere sunulması, işletmenin başarılı bir inovasyon sürecini tamamlamasını sağlamaktadır (Elçi, 2007: 3).

Ürün inovasyonu, mevcut ürünleri geliştirmek veya tamamen yeni ürünler yaratmak için kullanılır. İki önemli alt dalı, "Düzen Bozucu İnovasyon" ve "Stratejik İnovasyon," ürün geliştirme süreçlerinin farklı yollarını temsil etmektedir (Soylu ve Öztürk Göl, 2010: 117).

Düzen Bozucu İnovasyon, Clayton Christensen tarafından tanımlanan ve mevcut pazar liderlerini sarsan radikal bir yaklaşımı ifade eder. Bu tür inovasyonlar, genellikle daha düşük maliyetli veya daha kolay erişilebilir alternatifleri temsil ederken, geleneksel pazar liderlerini geçer. Düzen Bozucu İnovasyonlar, pazarda bir çığır açabilir ve yeni tüketicilere erişim sağlayarak mevcut oyuncuları tehdit edebilir. Örnek olarak, akıllı telefonların geleneksel cep telefonu pazarını nasıl bozduğunu düşünebiliriz. İlk başta daha düşük özelliklere sahip olsalar bile, zaman içinde gelişerek ve geleneksel cep telefonlarından daha üstün bir teknolojiye sahip olmuşlardır (Kırım, 2006: 15).

Düzen Bozucu İnovasyonlar, işletmeler için yeni fırsatlar yaratırken aynı zamanda mevcut iş modellerini tehdit edebilir. Bu nedenle, şirketlerin piyasa değişikliklerini önceden görerek uyum sağlama ve bu tür inovasyonları kendi lehlerine kullanma yeteneğine sahip olmaları önemlidir (Kırım, 2006: 15).

Stratejik İnovasyon ise mevcut ürünlerin veya hizmetlerin sürekli olarak geliştirilmesi ve iyileştirilmesini ifade eder. Bu tür inovasyon, mevcut müşteri tabanını koruma ve sadık müşterileri memnun etme amacı gütmektedir (Satı, 2011:546). Stratejik inovasyonlar, ürünlerin performansını artırmak, özelliklerini genişletmek veya daha iyi kalite sunmak gibi amaçlarla gerçekleştirilir. Bu, pazar liderlerinin rekabet avantajını sürdürmelerini sağlar. Örneğin, bilgisayar üreticilerinin her yıl daha hızlı işlemciler ve daha fazla depolama kapasitesi sunarak ürünlerini sürekli olarak iyileştirmelerini düşünebiliriz. Bu tür inovasyonlar, müşterileri memnun ederken aynı zamanda rekabetçi kalma şansını artırır (Barutçugil, 2013: 26).

Ürün inovasyonu, işletmelerin farklı yollarla rekabet avantajı elde etmelerini sağlar. Düzen Bozucu İnovasyon, pazarı kökten değiştirme potansiyeline sahipken, Stratejik İnovasyon mevcut müşteri tabanını koruma ve rekabetçi kalma yeteneği sunar. İşletmeler, bu iki tür inovasyonu dikkatlice değerlendirerek stratejilerini buna göre oluşturmaktadır. İnovasyon, başarılı bir şekilde uygulandığında, işletmelere sürdürülebilir bir rekabet avantajı ve büyüme fırsatları sunmaktadır.

Ürün inovasyonu, genellikle yeni bir markanın yaratılması veya mevcut bir markanın güçlendirilmesiyle sonuçlanır. Bu, tüketiciler için yeni ve çekici seçenekler sunar ve pazar rekabetini artırır. Aynı zamanda işletmeler için büyüme fırsatları yaratır. Utterback ve Abernathy (1975: 642) ürün inovasyonunu, kullanıcıların veya pazarın ihtiyaçlarını karşılamak için ticari olarak ortaya çıkan yeni bir teknoloji veya teknolojilerin kombinasyonu olarak tanımlarlar. Bu tanım, ürün inovasyonunun temel amacının tüketici ihtiyaçlarını karşılamak ve ürün performansını artırmak olduğunu vurgular. İnovasyonun bu temel amacı, işletmelerin rekabet avantajını elde etmelerine yardımcı olur. Porter, (1983: 7), ürün inovasyonunu, önemli bir inovasyon biçimi olarak kabul eder ve özellikle ürün performansını geliştirmeyi hedeflediğini belirtir. Bu, işletmelerin ürünlerini sürekli olarak yenileyerek müşterilerin beklentilerini karşılamalarını ve aynı zamanda rekabetçi avantajlarını sürdürmelerini sağlar. Ürün inovasyonu, iş dünyasında sıklıkla kullanılan bir rekabet stratejisi haline gelmiştir. İşletmeler, müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlara yanıt vermek için ürün inovasyonunu kullanırlar. Bu, tüketicilere daha iyi ürünler sunmanın yanı sıra, işletmelere büyüme ve başarı fırsatları sunar. Bu nedenle, ürün inovasyonunun önemini anlamak ve stratejilerinde kullanmak, işletmelerin başarısı için kritik bir faktördür (Adner ve Levinthal, 2001: 614). Freeman (1982) ise ürün inovasyonunu, pazar ihtiyaçları ve teknolojiler arasındaki "karmaşık birleşim" olarak tanımlar. Bu tanım, ürün inovasyonunun sadece yeni teknolojilerin geliştirilmesi değil, aynı zamanda bu teknolojilerin pazar ihtiyaçlarıyla uyumlu hale getirilmesi gerektiğini vurgular. İnovasyon, teknolojik imkânlar ile pazar şartlarını birleştirmeyi gerektiren zorlu bir süreçtir.

Kısacası ürün inovasyonu bir fikrin görünür bir varlığa dönüştürülmesini, müşteri ihtiyaçlarını karşılayan yeni ürün ve hizmetlerin yaratılmasını ifade eder. Bu tanımların ortak noktası, müşteri ihtiyaçlarına yanıt verme, teknolojiyi kullanma ve işletme yeteneklerini geliştirme amacının ürün inovasyonunun merkezinde olduğunu gösterir.

İnovasyon, iş dünyasında başarıya giden yolda vazgeçilmez bir araçtır ve işletmelerin rekabet avantajını sürdürmelerine yardımcı olmaktadır (Davila, 2000: 385).

2.3.1.3. Süreç inovasyonu

İşletmelerin faaliyetleri, karmaşık bir ağ gibi birbirleriyle bağlantılıdır. Ürün veya hizmetin tasarlanmasından başlayarak son kullanıcıya ulaşana kadar olan süreç, işletmelerin başarısı için kritik bir rol oynamaktadır. Bu kavramsallık, süreç inovasyonu olarak adlandırılan bir yaklaşımla önemli ölçüde iyileştirilmektedir.

Süreç inovasyonu, bir ürünün veya hizmetin oluşturulmasından tedarik zincirine kadar tüm süreçlerin yeni veya önemli derecede geliştirilmiş yöntemlerle yeniden tasarlanması anlamına gelir. Bu, işletmelerin işleyişini daha verimli ve etkili hale getirmeyi hedefler. Kırım (2006: 14) ,süreç inovasyonunu, tedarikten depolamaya, siparişlerin yerine getirilmesinden yeni ürün geliştirmeye, müşteri hizmetlerinden satın almaya, stok yönetiminden teslimata kadar işletme süreçlerinin tamamını kapsayan yenilikçi uygulamalar olarak tanımlar. Bu, işletmelerde maliyetleri düşürmeyi ve verimliliği artırmayı amaçlamaktadır.

Süreç inovasyonu, işletmelerin rekabet avantajını elde etmelerine yardımcı olur. Yenilikçi süreçler sayesinde işletmeler daha hızlı, daha düşük maliyetlerle ürün veya hizmet sunabilirler. Bu da müşterilere daha iyi bir değer teklifi sunma fırsatı yaratır.

Oslo Kılavuzunda (2005: 53) süreç yeniliği, üretim veya teslimat yöntemlerindeki yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş değişiklikler olarak tanımlanmaktadır. Bu değişiklikler, işletmelerin tekniklerini, teçhizatlarını ve yazılımlarını içerebilir. Süreç inovasyonu, işletmelerin iş yapma şeklini kökten değiştirebilir ve daha verimli, esnek ve rekabetçi hale gelmelerine yardımcı olabilir. Süreç inovasyonu, işletmelerin etkinliğini ve verimliliğini artırmak için kullanılan bir stratejidir. İşletmeler, süreçlerini gözden geçirerek ve yenilikçi yöntemler uygulayarak rekabet avantajı elde edebilirler. Süreç inovasyonu, iş dünyasında başarıya giden yolda önemli bir araçtır ve işletmelerin rekabetçi kalmasına yardımcı olmuştur.

Süreç inovasyonu, işletmelerin sadece ürünlerini veya hizmetlerini değil, aynı zamanda iş yapma şekillerini de dönüştürebilir. Bu da işletmelerin daha rekabetçi hale gelmelerine ve sürdürülebilir bir büyüme sağlamalarına yardımcı olabilir. Bir ürünün yapılış yönteminde yapılan değişiklikler, süreç inovasyonunun bir parçasıdır. Örneğin, bir

ürünün üretim sürecinde kullanılan yeni teknolojiler veya yöntemler, ürünün daha hızlı ve daha düşük maliyetle üretilmesine olanak tanır. Bu da işletmelerin rekabetçi kalmasına yardımcı olur. Aynı şekilde, bir hizmetin sunuluş yöntemlerindeki inovasyonlar da süreç inovasyonunun bir örneğidir (Durna, 2002: 67). Henry Ford'un T Modeli üretimindeki montaj hattı kullanımı gibi büyük ölçekli değişiklikler, süreç inovasyonunun endüstriyel gelişme modellerini nasıl şekillendirebileceğinin örneklerindedir. Ancak çoğu süreç inovasyonu, üretim yöntemlerindeki küçük ölçekli değişiklikleri içermektedir. Bunlar genellikle rutin operasyonel ilerlemeleri temsil eder, ancak toplamda büyük etkilere sahip olabilirler. Örneğin, bir fabrikada kullanılan yeni bir makine veya ekipman, süreç inovasyonunun bir örneğidir. Bu tür inovasyonlar, işletmelerin maliyetleri düşürmesine ve ürün kalitesini artırmasına yardımcı olabilir. Süreç inovasyonu, girdi malzemeleri, görev özellikleri, iş ve bilgi akışı mekanizmaları gibi birçok unsuru içermektedir. Bu unsurların iyileştirilmesi veya değiştirilmesi, işletmelerin daha rekabetçi hale gelmelerine katkıda bulunabilir. Süreç inovasyonu, işletmelerin ekonomik evriminde temel bir güçtür (Rosenberg, 1982: 224; Reichstein ve Salter, 2006: 1).

OECD (2017) süreç inovasyonunu, yeni veya önemli derecede geliştirilmiş üretim veya dağıtım yönetimi olarak tanımlar. Bu tanım, işletmelerin iç süreçlerini dönüştürerek daha etkin ve verimli hale getirmeyi hedefler. Süreç inovasyonu, işletmelerin rekabet gücünü artırmalarına ve sürdürülebilir başarı elde etmelerine yardımcı olabilir. Süreç inovasyonu, teknik, donanım ve/veya yazılım gibi unsurlarda önemli değişiklikleri içerebilir. Bu, işletmelerin üretim veya dağıtım süreçlerindeki geleneksel yöntemlerden saparak daha yenilikçi ve verimli yaklaşımlar geliştirmelerini gerektirir. Özellikle teknolojik ilerlemelerle birlikte, süreç inovasyonu işletmeler için kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir (Adner ve Levinthal, 2001: 614).

Süreç inovasyonunun odak noktası, işletmenin kendi iç süreçleridir. Bu nedenle, süreç inovasyonu, işletmenin operasyonel mükemmeliyetini artırmayı amaçlar. İş süreçlerinin daha verimli hale getirilmesi, maliyetleri düşürmenin yanı sıra müşteri memnuniyetini artırabilir. Bununla birlikte, süreç inovasyonu sadece işletmelerin iç süreçlerini etkilemekle kalmaz, aynı zamanda işletme ve tedarik zinciri ekosistemini de dönüştürebilir. İşletmeler, süreç inovasyonu yoluyla tedarikçilerle daha yakın ilişkiler kurabilir ve daha hızlı tedarik süreçleri geliştirebilirler. Süreç inovasyonu aynı zamanda işletmelerin sürdürülebilirlik hedeflerini destekleyebilir. Daha az kaynak kullanımı, enerji verimliliği ve atık azaltma gibi çevresel faktörler göz önünde bulundurularak tasarlanan

süreçler, işletmelerin çevresel etkilerini azaltmalarına yardımcı olmuştur (Kotabe ve Murray, 1990: 389).

OECD 1992 yılı içerisinde ürün ile süreç inovasyonu arasında temel farkları belirlemiştir. Bu kılavuza göre iki alana yönelmiştir. Birincisi hedef kitle ikincisi nitelik açısından farklardır. Hedef kitle üzerindeki farklarda; ürün inovasyonu, genellikle dış müşterilere veya tüketicilere yöneliktir, talebi artırmayı veya pazar payını büyütmeyi amaçlarken, süreç inovasyonu ise işletmenin iç işleyişiyle ilgilidir ve örgütün verimliliğini artırmayı hedefler. Nitelik alanındaki farklar ise; ürün inovasyonu, ürünlerin özelliklerini veya kullanımını değiştirirken süreç inovasyonu, üretim veya işleme yöntemlerini iyileştirmekte olduğunu belirtmiştir. Sonuç olarak işletmelerin hem ürün inovasyonunu hem de süreç inovasyonunu stratejik olarak kullanabileceğini açıklamıştır. Ürün inovasyonu, müşteri memnuniyetini ve pazar payını artırabilirken, süreç inovasyonu maliyetleri düşürebilir ve verimliliği artırabilir. İşletmelerin, her iki tür inovasyonu dikkate alarak ileriye dönük stratejilerini oluşturmalarını önermiştir (Jaumandreu ve Mairesse, 2016: 150).

2.3.1.4. Pazarlama inovasyonu

Pazarlama inovasyonu, bir işletmenin pazarlama stratejilerindeki yeni ve yenilikçi uygulamaları ifade eder. Bu, ürünün tasarımı, paketlenmesi, promosyonu, konumlandırılması ve fiyatlandırılması gibi pazarlama alanlarında gerçekleşen değişiklikleri içermektedir. Pazarlama inovasyonu, müşterilere ürün veya hizmetlerin sunulduğu şeklindeki temel değişiklikleri içerebileceği gibi, aynı zamanda dijital pazarlama stratejileri, sosyal medya kullanımı veya veri analitiği gibi modern yaklaşımları da içerebilir. (Utterback ve William, 1975: 647).

Pazarlama inovasyonu, işletmelere rakiplerinden öne çıkma fırsatı sunar ve işletmeye benzersiz bir marka imajı ve müşteri deneyimi sağlar. Pazarlama inovasyonu, müşteri bağlılığını artırır. Müşterilere sunulan yeni ve çekici teklifler, sadık müşteri tabanları oluşturmanın anahtarlarından biridir. Pazarlama inovasyonu, müşterilerle daha etkili iletişim kurmayı sağlar. Dijital pazarlama, sosyal medya ve kişiselleştirilmiş pazarlama kampanyaları gibi yöntemlerle müşterilerle daha yakın ve kişisel bir ilişki kurar. Pazarlama inovasyonu, veri analitiği ve büyük veri kullanımını içermektedir. Bu,

işletmelerin müşteri davranışlarını anlamalarına ve pazarlama stratejilerini buna göre uyarlamalarına olanak tanımaktadır (Porter, 1983: 27).

İşletmeler arasındaki rekabetlerin artması daha fazla müşteri çekmek ve eldeki mevcut müşterileri elde tutmak için sürekli olarak pazarlama stratejilerini gözden geçirmektedir. Bu bağlamda, pazarlama inovasyonu kritik bir rol oynamaktadır. Pazarlama inovasyonu, geleneksel pazarlama yöntemlerini aşarak ürün tasarımından ambalajlamaya, ürün konumlandırmadan tanıtıma ve fiyatlandırmaya kadar tüm pazarlama süreçlerini kapsayan yenilikçi yaklaşımları ifade etmektedir (OSLO Kılavuzu, 2005: 53).

Günümüz iş dünyasında, pazarlama dünyasının da hızla değiştiği görülmektedir. Teknolojinin hızlı ilerlemesi ve internetin yaygınlaşması, işletmelerin müşterilere ulaşma ve onlarla etkileşim kurma şeklini kökten değiştirdi. Bu değişim, pazarlama inovasyonunun önemini daha da artırmıştır. Pazarlama inovasyonu, satın alma süreci boyunca mevcut ve potansiyel müşterilerle etkileşimi farklılaştırmayı hedeflerken aynı zamanda müşteri-satıcı ilişkisini güçlendirecek yenilikçi uygulamaları içermektedir (Tuncel, 2012:79).

Pazarlama inovasyonu, geleneksel pazarlama yaklaşımlarının ötesine geçerek müşteri ile işletme arasındaki etkileşimi dönüştüren bir süreçtir. Bu inovasyon, ürün veya hizmet tasarımından başlayarak ambalajlama, konumlandırma, tanıtım ve fiyatlandırmayı içermektedir. Ancak günümüzde pazarlama inovasyonu daha fazla dijitalleşmiş durumdadır. İnternet, sosyal medya ve mobil uygulamalar gibi dijital araçlar, işletmelere müşterilere daha yakın ve kişiselleştirilmiş bir şekilde ulaşma fırsatı sunar. Bu da pazarlama inovasyonunun temelinde dijital teknolojilerin yattığı anlamına gelir (Elçi, 2007: 12). Pazarlama inovasyonunun arkasındaki en önemli faktörlerden biri, müşteri ihtiyaçlarının ve beklentilerinin hızla değişmesidir. İnternetin erişilebilir hale gelmesi, müşterilerin bilgiye daha kolay ulaşmasını sağladı ve bu da satın alma sürecini derinden etkiledi. Artık müşteriler, bir ürün veya hizmet hakkında detaylı bilgiye sahip olabilirler ve bu da onların daha bilinçli ve talepkar olmalarına yol açar. İşletmeler, bu değişen ihtiyaç ve beklentilere hızlı bir şekilde yanıt vermek zorundadır. Dijital dönemde pazarlama inovasyonu, işletmelerin müşterilere daha yakın olmalarını ve müşteri deneyimini geliştirmelerini sağlar. İnternet üzerinden gerçekleştirilen alışverişler, online incelemeler, sosyal medya etkileşimi ve kişiselleştirilmiş pazarlama kampanyaları gibi faktörler, işletmelerin müşteriye ulaşma şeklini tamamen değiştirmiştir. İşletmeler, müşterileriyle etkileşime girebilmek için yeni dijital platformları kullanmalıdır (Ömür, 2016).

2.3.1.5. Sosyal inovasyon

Günümüz iş dünyasında işletmeler, sadece kar amacı güderek değil, aynı zamanda topluma ve çevreye karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmek amacıyla da faaliyet göstermektedirler. Bu sosyal sorumluluklar, işletmeleri sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal açıdan inovatif olmaya yöneltmektedir (Kırım, 2006: 14).

Sosyal inovasyon, sosyal sorunların çözülmesi, toplumsal dönüşümün sağlanması ve insanların yaşam kalitesinin artırılması amacıyla yaratıcı ve yenilikçi yaklaşımların geliştirilmesini içeren bir konsepttir. Sosyal inovasyon, toplumsal sorunlara sürdürülebilir çözümler geliştirme amacı taşır. Sivil toplum kuruluşları, hükümetler ve işletmeler, bu alanda çalışarak toplumun refah düzeyini artırmak için yenilikçi yaklaşımlar geliştirmektedirler (Elçi, 2007: 121-122).

İngiliz sosyal bilimci Michael Young, 1960'larda "sosyal inovasyon" terimini ilk defa kullanmıştır. Onun yaklaşımına göre sosyal inovasyon, toplumsal yapıları ve süreçleri değiştirerek toplumsal sorunların çözümünü hedeflemektedir (Young, 1990).

OECD'ye göre sosyal inovasyon, birçok farklı boyutta ortaya çıkabilir. Kavram, "kavramlar, süreçler veya ürünlerdeki, organizasyonlardaki ve finansta meydana gelen değişimleri içermektedir." Bu tanım, sosyal inovasyonun sadece ürünlerin veya hizmetlerin geliştirilmesi ile sınırlı olmadığını, aynı zamanda organizasyonların yapısında ve işleyişinde, finansal modellerde ve hatta düşünsel çerçevelerde gerçekleşen dönüşümleri de içerdiğini vurgular (Kırım, 2006: 17-19). Sosyal inovasyonun bu geniş kapsamı, OECD için önemi, toplumlar arası dengesizlikler ve toplumsal sorunların arttığı bir dönemde, sosyal inovasyon çözüm yolları sunar. İnovasyon, sadece ekonomik büyümeye katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda sosyal sorunları çözmek için yeni yaklaşımlar ve çözümler üretir. Bu, OECD'nin "sürdürülebilir kalkınma" hedeflerini destekler. Özellikle, OECD'nin tanımındaki vurgu, sosyal inovasyonun yeni paydaşlar ve bölgesel ilişkilerle meşgul olma gerekliliğine işaret eder. Bu, toplumsal sorunların çözümünde işbirliğinin ve çeşitli paydaşların katılımının önemini vurgular. Sosyal inovasyon, geleneksel yaklaşımların ötesine geçerek, kamu, özel sektör, sivil toplum ve akademi gibi farklı aktörlerin işbirliği yapmasını teşvik etmektedir (Kırım, 2006: 22).

Türkiye'nin OECD üyesi olması, ülkenin sosyal inovasyon alanındaki potansiyelini daha da önemli kılmaktadır. Türkiye, sosyal sorunların çözümünde ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada sosyal inovasyonun gücünü keşfetme fırsatına sahiptir. Öte

yandan, sosyal inovasyonun geniş tanımı, ülkelerin ve bölgelerin özel koşullarına uyarlanabilir. Türkiye, kendi toplumsal sorunlarına ve hedeflerine yönelik benzersiz sosyal inovasyon çözümleri geliştirebilir. Bu, hem iç politika yapımında hem de uluslararası işbirliğinde önemli bir rol oynamaktadır (Uslu, 2012).

2.3.2. Derecesine göre inovasyon

İnovasyon, günümüz iş dünyasında vazgeçilmez bir terim haline gelmiştir. Ancak, inovasyonun derecesi, genellikle radikal ve artımsal inovasyon gibi alt derecelerle daha iyi anlaşılabilir hale gelir. İnovasyon, yeni bir ürünün, yeni bir sürecin veya yeni bir işin yaratılması ve geliştirilmesi sürecidir. Ancak, her inovasyon aynı şekilde değerlendirilemez. Bu noktada radikal ve artımsal inovasyon kavramları devreye girer. Bu kapsamda iş dünyasında inovasyonun iki yüzü olan radikal ve artımsal inovasyon, birlikte var olur. Başka bir ifadeyle radikal inovasyon ve artımsal inovasyon birlikte devam eden bir süreç olarak anılmaktadır. Her iki tür de işletmelerin büyümesini ve rekabet avantajını artırabilir. Ancak, her iki türün de riskleri ve fırsatları farklıdır. İşletmeler, hem radikal hem de artımsal inovasyonun bir dengesini bulmalı ve iş stratejilerini bu dengeyi gözeterek oluşturmalıdır. Bu, uzun vadeli başarı ve sürdürülebilir büyüme için de önemlidir (Story ve ark., 2014: 1271).

İnovasyonun derecesi, bir değişikliğin ne kadar radikal veya dönüştürücü olduğunu belirlemek için kullanılan bir ölçüdür. Bu, genellikle mevcut durumu ne kadar etkilediğine, ne kadar büyük bir sıçrama yarattığına ve ne kadar farklılık taşıdığına bağlıdır. Eğer bir inovasyon geniş bir kullanıcı tabanı tarafından kabul edilirse, bu daha yüksek bir dereceye işaret edebilir. Daha karmaşık inovasyonlar, daha büyük bir dereceyi temsil edebilir. İnovasyon, bir işletmeye rekabet avantajı sağlayacaksa, genellikle daha yüksek bir dereceye sahiptir. İnovasyonun maliyetler üzerindeki etkisi de dereceyi belirleyebilir. Daha büyük maliyet tasarrufları veya maliyetlerin artması, inovasyonun derecesini etkileyebilir (Galbraith, 1992: 7).

2.3.2.1. Radikal inovasyonu

Radikal inovasyon, genellikle "devrim niteliğinde" değişikliklerle ilişkilendirilir. Bu tür inovasyonlar, mevcut ürünleri, süreçleri veya işleri temelden değiştirir ve genellikle

endüstriyi kökten sarsar. Radikal inovasyon, yaratıcı ve dönüştürücü bir yaklaşım gerektirir (Rothwell, 1989: 24).

Radikal inovasyon, daha önce görülmemiş, çığır açan ve sıradanın ötesinde bir değişiklik olduğunu belirtmektedir. Bu, sıradan gelişmeler veya küçük iyileştirmelerle karşılaştırıldığında çok daha büyük bir etki yaratma kapasitesine sahip olduğunu gösterir. Radikal inovasyon endüstriyi kökten değiştirme potansiyeline sahiptir. Bu tür inovasyonlar, yeni teknolojiler veya yöntemler geliştirerek yolu açarlar ve sektörün geleceğini şekillendirirler. Örnek olarak, akıllı telefonların geliştirilmesi ve benimsenmesi, mobil iletişim sektörünü radikal bir şekilde dönüştürmüştür. Radikal inovasyonlar, mevcut durumu kökten değiştirecek yeni teknolojilerin veya yöntemlerin keşfedilmesiyle sonuçlanır. Bu, genellikle büyük bir yaratıcılık ve risk almayı gerektirmektedir (Barutçugil, 2009: 38-39). Kısacası radikal inovasyonlar, genellikle tamamen yeni bir ürün, teknoloji veya hizmetin geliştirilmesi anlamına gelir ve bu nedenle daha fazla çaba ve kaynak gerektirir (Tuncel, 2012: 88).

Radikal inovasyonlar, genellikle sektörün dışından başlar. Yani, mevcut sektör oyuncularını bu tür büyük değişiklikleri başlatma eğiliminde değildirler. Yeni oyuncular veya dışarıdan gelen girişimciler, radikal inovasyonu genellikle sektörün dışından getirirler. Radikal inovasyonlar, başlangıçta sektörün dışında başlamış olsalar da, sonunda sektörün içinde etki yaparlar. Diğer sektör oyuncularını bu yeni gelişmelere ayak uydurmak veya rekabet edebilmek için kendilerini yenilemek zorunda kalırlar. Bu durum mevcut teknolojileri geliştirmek için fazla yatırım yapmış olan işletmelerin, radikal inovasyon yapma konusunda sınırlı olduklarını belirtmektedir. Bu, işletmelerin rahatlık bölgelerinden çıkma ve büyük değişikliklere yönelme isteksizliklerini yansıtmaktadır (Barutçugil, 2009: 52).

Radikal inovasyonlar, mevcut yapı ve prosedürler kullanılarak gerçekleştirilemeyecek kadar büyük değişiklikler olarak tanımlanır. Radikal inovasyonlar, genellikle tamamen yeni bir teknoloji veya ürünün geliştirilmesini ve yeni pazarlara genişlemeyi içermektedir (Eisenhardt ve Martin, 2000: 1106). Radikal inovasyonların başarılı olabilmesi için uzun vadeli stratejik pazar potansiyeline sahip olması gerekmektedir. Aynı zamanda örgütlerin bu inovasyonları başarılı bir şekilde geliştirmek için esnek ve istekli olmaları çok önemli bir yere sahiptir. Radikal inovasyonların sonucunda yeni pazarların ve hatta yeni endüstrilerin ortaya çıkabileceği araştırmacılarca ön görülmektedir. Bu, inovasyonun sadece firmalar düzeyinde değil, endüstri veya pazar

düzeyinde önemli değişikliklere neden olabileceğini göstermektedir (Slater ve ark., 2013: 553).

Radikal inovasyonun yalnızca fikirlerin keşfedilmesi veya geliştirilmesi aşamasında değil, aynı zamanda bu fikirlerin ticarileştirilmesi aşamasında da önemli olduğu unutulmamalıdır. Bu, bir fikrin sadece bir konsept olarak değil, aynı zamanda iş dünyasında değer yaratan bir uygulama haline getirilmesi gerektiğini gösterir. Radikal inovasyonun büyük, köklü firmalar için olduğu kadar yeni teşebbüsler için de büyük bir değer taşımaktadır. Ayrıca, inovasyonun sadece büyük kuruluşlar için değil, aynı zamanda girişimciler ve yeni oyuncular için de erişilebilir bir yol olduğunu göstermektedir (Colombo ve ark., 2017: 394).

2.3.2.2. Artımsal inovasyonu

Artımsal inovasyon, mevcut ürünleri, süreçleri veya işleri küçük adımlarla geliştirme sürecini ifade eder. Bu tür inovasyonlar genellikle radikal değişiklikler veya büyük devrimler getirmezler, ancak işletmelere mevcut operasyonlarını optimize etme fırsatı sunarlar. Artımsal inovasyonlar, mevcut kaynakları ve bilgi birikimini kullanarak daha etkili ve verimli bir şekilde çalışma olanağı sağlar (Kjessler ve Chakrabarti, 1996; Ülker, 2009).

Artımsal inovasyonun odak noktası, mevcut süreçleri veya ürünleri daha verimli hale getirerek maliyetleri azaltmak, kaliteyi artırmak veya müşteri deneyimini geliştirmektir. Bu tür inovasyonlar, şirketlerin rekabetçi kalmasına ve sürekli olarak müşteri taleplerini karşılmasına yardımcı olmaktadır (Damanpour ve Gopalakrishnan, 1999: 29; Üstündağ, 2003: 32-34). Bu durum kar marjlarını artırabilir ve şirketlere finansal olarak daha sağlam bir temel sağlar. Bu inovasyon türü, müşteri deneyimini geliştirmenin bir yolunu sunar. Daha iyi ürünler ve hizmetler sunarak müşteri memnuniyetini artırmak, müşteri sadakatini artırabilir ve yeni müşteriler çekilmesine yardımcı olur. Radikal inovasyon projeleri genellikle daha büyük bir risk taşırken, artımsal inovasyon daha kontrollü bir yaklaşım sunar. Bu, şirketlerin riski azaltarak daha sürdürülebilir bir büyüme sağlamalarına yardımcı olmaktadır (Kjessler ve Chakrabarti, 1996: 1157-1160). Ayrıca artımsal inovasyon, kamu veya özel kuruluşların stratejik bir parçasıdır ve uzun vadeli başarı için temel bir unsur olarak kullanılmaktadır (Rothwell ve Zegveld, 1985: 149).

2.3.3. Kaynağına göre inovasyon

Joseph Schumpeter 1934 yılında inovasyonu, "yeni bir ürünün keşfi, yeni bir üretim yönetimi, yeni bir pazarın keşfi, yeni bir kaynağın bulunması veya yeni bir organizasyonel yapının uygulanması" olarak tanımlamıştır. Bu tanımda inovasyonun kaynağının bulunması vurgusunu yaparak inovasyon kaynağının önemine vurgu yapmıştır (Schumpeter, 2000: 52).

İnovasyon, düşük maliyetlerle gerçekleştirilebileceği gibi yüksek maliyetler gerektiren faaliyetlere de ihtiyaç duyabilir. Bu nedenle inovasyon faaliyetleri genellikle açık inovasyon ve kapalı inovasyon olmak üzere iki şekilde sınıflandırılmaktadır (Schumpeter, 2000: 53).

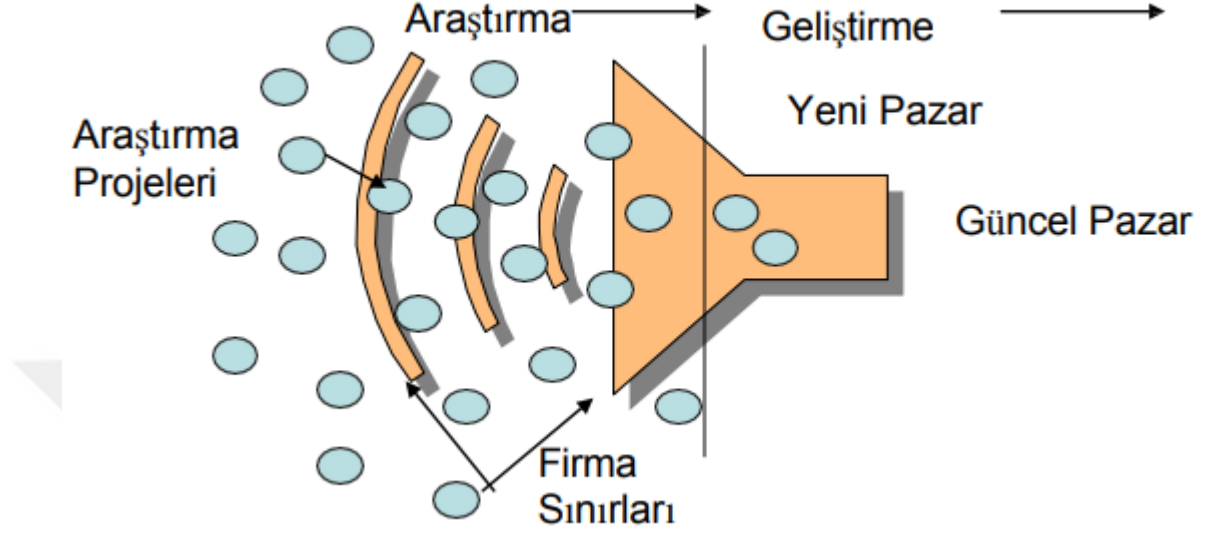
2.3.3.1. Açık inovasyonu

Açık inovasyon paradigması (Chesbrough, 2003: 35-36), günümüzde şirketlerin iç araştırma ve geliştirme harcamaları ve çabalarından elde ettikleri avantajların azaldığını öne sürmektedir. Buna göre, inovasyon süreçlerinin en temel parçaları yeni fikirlerin araştırılmasını içermektedir. Bu nedenle, yeni fikirler arandıktan sonra, şirketler ürün geliştirme için potansiyel fikirlere sahip kullanıcıları da aramalıdır. Dolayısıyla açık inovasyon modeli, inovasyon süreçlerinin ve başarılarının büyük ölçüde dış bilgi arama ve toplama stratejilerine de bağlı olduğunu varsaymaktadır.

Açık inovasyon modeli kavramı, firmaların yeni ürün geliştirmede iç fikirlerin yanı sıra dış fikirleri de kullanması gerektiğini varsayar (Chesbrough, 2003: 37). Model, Ar-Ge'yi yeni tekliflerin veya konseptlerin şirket içinden veya dışından akabileceği şekilde açık olarak kabul eder. Bu yeni konsept fikirler aynı zamanda şirket içinden veya dışından bir ürüne de dönüştürülebilir. Model, dış fikirlere ve bilgi kaynaklarına giden yollara, Ar-Ge'nin birincil öneme sahip olduğu önceki geleneksel kapalı inovasyon modeli kadar önem vermektedir (Jukola, 2010: 19-20).

Bir şirketin geliştirme prosedürlerine açık inovasyon modeli yaklaşımının uygulanması, olası inovasyon kaynaklarının sayısını çoğaltacaktır. Açık inovasyon, Ar-Ge çalışmalarını fiilen dışarıdan temin etme ve böylece günümüzün küresel pazarlarında avantaj elde etme kabiliyetlerini beraberinde getirmektedir (Tunç ve Zincir, 2019: 210-2011).

Şekil 2.2,'de araştırma projelerinin şirket dışına yayıldığı ve bilgi için çevrenin kullanıldığı açık inovasyon modelini temsil etmektedir.



Şekil 2.2. Açık inovasyon modeli
Kaynak: Jukola, 2010: 21

Açık İnovasyon modeli yaklaşımı, değer yaratma ve değer yakalama fikirlerini desteklemektedir. Şirketler, dış kaynaklardan bilgi toplarken, müşterileri de kendileri için bilgi ve yeni potansiyel ürün konsepti fikirleri üretmeye entegre etmektedir. Ancak müşteriler sadece son tüketiciler değildir, bunun yerine müşteriler tedarikçiler, araçlar, perakendeciler ve diğerleri dahil olmak üzere tüm değer zincirine yayılmıştır (Jukola, 2010: 21). Ampirik çalışmalar, erken müşteri entegrasyonunun ortaklarla daha iyi ilişkiler kurulmasına, pazar isteklerinin daha iyi anlaşılmasına, ürün geliştirme süreçlerinde daha az hata yapılmasına ve daha iyi ürün kalitesine yol açtığını göstermiştir. Müşteriler inovasyon süreçlerine entegre edildikten sonra, bir üründen ne istedikleri konusunda doğrudan bilgi sağlayabilirler. Bir ürünün kullanımında ne aradıklarını bilerek, yenilikçi fikirlere ulaşabilir ve prototipler ve konsept fikirler hakkında değerli geri bildirimler sağlayabilir.(Ayas, 2021: 65-66).

Teknolojik yeteneklerdeki gelişmeler açık inovasyon modelini desteklemiştir. Teknoloji, yazılım sistemleri ve özellikle internet, insanların bilgiyi açıkça paylaştığı ve sağladığı ortamlar yaratarak yeni kanalların açılmasına ve yeni kaynakların bulunmasına olanak sağlamıştır (Ayas, 2021: 67).

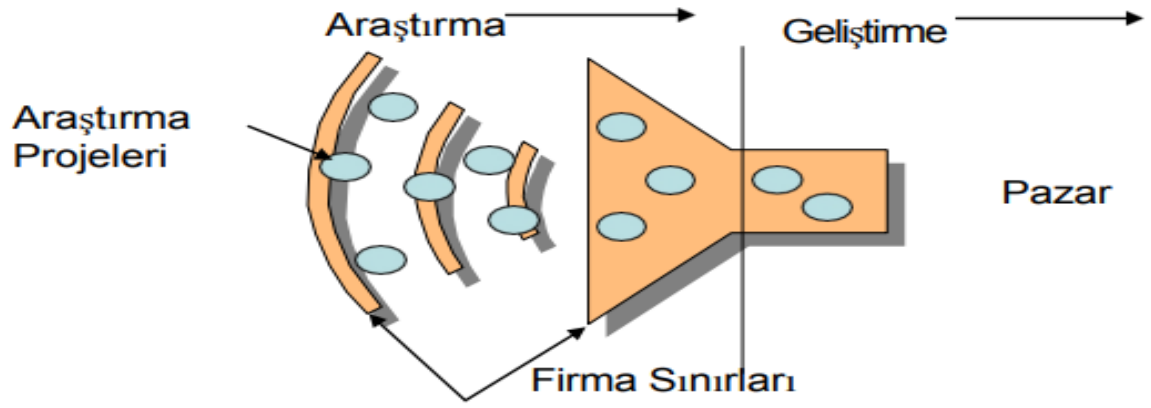
Açık inovasyon, dış dünyadaki fikirleri, teknolojileri ve kaynakları içermektedir. İşletmeler, müşteriler, tedarikçiler, üniversiteler ve diğer işletmelerle işbirliği yaparak dış kaynaklardan yararlanabilirler. Açık inovasyon, işbirliği ve ortaklıkları teşvik eder. İşletmeler, inovasyon projelerinde dış paydaşlarla bir araya gelerek ortak çalışmalar yürütebilir. Açık inovasyon, bilginin serbestçe akmasını teşvik eder. İşletmeler, iç ve dış paydaşları arasında bilgi paylaşımı yaparak daha iyi inovasyon sonuçları elde etmektedir (Ayas, 2021: 69-71).

2.4.3.2. Kapalı inovasyonu

Yirminci yüzyılın ortalarında Alfred Chandler, 'yapının stratejiyi takip ettiğini' iddia etmiş ve bir şirketin dahili araştırma ve geliştirme yeteneklerinin o şirkete piyasadaki daha küçük ve yeni rakiplerine karşı önemli bir rekabet avantajı sağladığını vurgulamıştır. Bu, geleneksel dikey entegrasyon modeli olarak da adlandırılan Kapalı İnovasyon modeli olarak anlaşılmaktadır. Bu model yaklaşımında, şirket içi araştırma ve geliştirme yeni ürünlerin geliştirilmesiyle sonuçlanmaktadır (Chandler, 1990: 42).

Günümüzün teknolojik bilgisi, dünyanın dört bir yanındaki çeşitli kaynaklara bağlanmamızı sağlıyor. Şirketler teknolojik gelişmeleri kullanarak değerli bilgileri nerede ve ne zaman olursa olsun elde edebilmektedir. Bu da önemli ölçüde açık inovasyon bağlamına yol açmaktadır, çünkü dış kaynaklardan gelen bilgiler çeşitli coğrafi bölgelerden zaman ve maliyet etkin bir şekilde toplanabilmektedir. Dolayısıyla, teknolojinin inovasyonu bir dereceye kadar yönlendirdiği ve iş uygulamalarını geliştiren yeni yeteneklerin peşinde olduğu söylenmektedir (Kılıç ve Türkmen, 2019: 275-279).

Şekil 2.3,'te, araştırma yeteneklerinin şirket içinde geliştirildiği geleneksel kapalı inovasyon modelini göstermektedir.



Şekil 2.3. Kapalı inovasyon modeli

Kaynak: Jukola, 2010: 20

Kapalı inovasyon, bir işletmenin kendi iç kaynaklarına dayalı olarak inovasyon yapmayı amaçlayan geleneksel bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, işletmenin kendi bilgi tabanını kullanarak yeni ürünler, hizmetler veya süreçler geliştirmesini içermektedir. Kapalı inovasyon, işletmenin mevcut kaynaklarına ve bilgi birikimine dayanır. İşletme, kendi içindeki yetenekleri kullanarak inovasyon faaliyetlerini sürdürür. Kapalı inovasyon, işletmelerin fikirlerini ve bilgilerini sıkı bir şekilde koruma eğiliminde olduğu bir yaklaşımdır. İşletmeler, inovasyon süreçlerini kontrol altında tutmayı amaçlamaktadır (Kılıç ve Türkmen, 2019: 282-283).

3. İNOVASYON YÖNETİMİ

Günümüz iş dünyasında, sürdürülebilir başarı ve rekabet avantajı elde etmek isteyen organizasyonlar için inovasyon yönetimi, hayati bir öneme sahiptir. İnovasyon, işletmelerin sürekli olarak yeni ve etkili çözümler, ürünler ve süreçler geliştirmesini ifade eder. İnovasyon yönetimi ise organizasyonların yaratıcı düşünme, problem çözme ve yeni fikirleri geliştirme süreçlerini sistematik bir şekilde yönetmelerini ifade etmektedir (Barutçugil, 2009: 27).

İnovasyon yönetimi, öncelikli olarak mevcut sorunları ve fırsatları tanımlar. Bu, organizasyonun hangi alanlarda inovasyon yapması gerektiğini belirlemeye yardımcı olur. İnovasyon yönetimi, yaratıcı düşünme süreçlerini teşvik eder. Çalışanlar, yeni fikirler üretmek için çeşitli teknikler ve yaklaşımlar kullanırlar. İnovasyon yönetimi, fikirleri hızla prototipleyip test etmeyi teşvik eder. Bu, fikirlerin pratikte ne kadar etkili olduğunu değerlendirmek için önemlidir. İnovasyon yönetimi, çalışanlar arasında işbirliği ve iletişimi teşvik eder. Farklı uzmanlıklara sahip kişilerin bir araya gelmesi, daha kapsamlı ve etkili inovasyonları mümkün kılmaktadır (Ülker, 2009: 8).

Çalışanların inovasyon yönetimine aktif olarak katkıda bulunmaları, organizasyonların başarılı olmaları için kritik bir faktördür. İnovasyon yönetimini teşvik eden bir kültür oluşturmak önemlidir. Çalışanlara fikirlerini özgürce ifade etme fırsatı verilmeli ve bu fikirlere değer verilmelidir. İnovasyon yöntemlerini anlamaları ve uygulamaları için çalışanlara eğitim ve geliştirme fırsatları sunulmalıdır. İnovatif fikirleri ödüllendirmek, çalışanları inovasyona teşvik edebilir. Ayrıca, başarılı inovasyon yönetimi projeleri ve katkılar için tanıma mekanizmaları oluşturulabilir. İnovasyon yönetimi araçları, çalışanların fikirlerini toplamaları, paylaşmaları ve yönetmeleri için kullanılabilir (Contractor, ve Lorange, 2002: 7-10).

İnovasyon yönetimi iş dünyasında büyük bir öneme sahiptir. İnovasyon, organizasyonların rekabet avantajı elde etmelerini, müşteri ihtiyaçlarını daha iyi karşılamalarını ve büyümelerini sağlar. Ayrıca, organizasyonların hızla değişen pazarlara uyum sağlamalarına yardımcı olur. İnovasyon yönetimi, organizasyonların sürdürülebilir başarı ve geleceğe hazırlıklı olmaları için bir zorunluluktur. Çalışanların bu sürece aktif katılımı, organizasyonların inovasyon yönetimini en etkili şekilde kullanmalarına yardımcı olabilir ve bu da uzun vadeli başarıya yol açmaktadır (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 62-63).

İnovasyonun yönetimi, sadece fikirlerin değerlendirilmesi ve yeni ürünlerin geliştirilmesiyle sınırlı değildir. Aynı zamanda insanların işlerini organize etmek, kuralları ve uygulamaları oluşturmak ve insanların birlikte çalışmasını sağlamak anlamına gelir. Bu, inovasyonun karmaşıklığını ve sosyal bir süreç olduğunu gösterir (Sarıkaya, 2019: 56). İnovasyon, bireylerin başkalarıyla etkileşimde bulunmaları sonucu ortaya çıkar. İnsanlar fikirlerini paylaşarak, geri bildirim alarak ve işbirliği yaparak inovasyonu desteklerler. Ancak bu süreç, düşünme, planlama ve hazırlık gerektirir. İnovasyon rastgele bir olay değildir, aksine planlama, organizasyon ve yönetim gerektiren bir süreçtir. Bu kavram, inovasyonun başarısını artırmak için uygun bir çerçevenin oluşturulması gerektiğini göstermektedir (Bassiti ve Ajhoun, 2013: 551-552).

Bu bölümde, inovasyon yönetimi kavramının tanımı, inovasyon yönetiminin süreci, performansı, inovasyon yönetimi stratejileri ve kamu alanında inovasyon yönetimine yönelik bilgiler paylaşılmaktadır.

3.1. İnovasyon Yönetimi Kavramı

1980'li yıllarda ABD ve Avrupa'da geliştirilen Ulusal İnovasyon Yönetim Sistemi yaklaşımı, inovasyonun sadece bireysel firmaların değil, tüm bir ulusal sistemin etkileşimleri sonucunda ortaya çıktığını öne sürmüştür. Bu yaklaşım, inovasyonun sadece Ar-Ge faaliyetleriyle sınırlı olmadığını ve birçok aktörün katılımını gerektirdiğini vurgulamıştır. C. Freeman, 1987'de bu yaklaşımın ilk adımlarını atmış ve bu alandaki temel kavramları tanımlamıştır. Ardından Lundvall ve R. Nelson gibi bilim insanları, bu yaklaşımı geliştirmiş ve zenginleştirmişlerdir. Bu çalışmalar, inovasyon yönetimi yaklaşımını daha sağlam ve uyarlanabilir hale getirmiştir. İnovasyon yönetim sistemi, küreselleşme çağında inovasyon süreçlerinin anlaşılması ve yönetilmesi için önemli bir araç haline gelmiştir. Bu yaklaşım, ülkelerin ulusal inovasyon yönetimi kapasitelerini geliştirme ve uluslararası rekabetçiliklerini artırma çabalarına rehberlik etmektedir (Sarıkaya, 2019: 71-83).

İnovasyon yönetimi, yeni bir ihtiyacın veya sorunun belirlenmesiyle başlayan, yeni bir ürün veya sürecin ticarileştirilmesiyle sona eren bir süreçtir. İnovasyon, tek bir faaliyet değil, farklı işlevlerin birleşmesiyle ortaya çıkan kümülatif çabaların bir sonucudur. Yani, Ar-Ge, üretim ve pazarlama gibi temel işlevlerin ayrı ayrı yerine getirilmesi inovasyon için yeterli değildir. İnovasyon, örgüt içinde bütüncül bir yaklaşım gerektirir. İnovasyon

faaliyetlerinde farklı işlevlerin işbirliği, inovasyon yönetiminin etkinliğini artırır. Bu nedenle, inovasyonun türleri, kapsamı ve yönetim süreci titizlikle incelenmesi gerekmektedir (Ömür, 2016).

İnovasyon yönetimi kavramı üzerine yapılmış tanımlamalardan bazıları aşağıdaki tabloda aktarılmıştır.

Tablo 3.1. Literatür araştırması kapsamında yıl bazlı inovasyon yönetimi kavramı

Yıl	Yazar	İnovasyon Yönetimi Kavramı Çalışması
1987	Freeman	İnovasyon yönetiminin birçok çalışmacının katılımını gerektiren bir süreç olduğunu ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi, yayılması ve uygulanması için kamu ve özel sektördeki kurumların bir ağ yapısı oluşturduğunu açıklar.
1992	Lundvall	İnovasyon yönetiminin sadece teknolojik yeniliklerle sınırlı olmayan daha geniş bir süreç olduğunu ve bu sürecin ülke içindeki faktörler, etkileşimler ve ilişkiler tarafından şekillendirildiğini vurgulamaktadır.
1993	Nelson ve Rosenberg	İnovasyon yönetimi, ulusal firmaların inovatif performansını etkileyen faktörlerin bir araya geldiği ve kurumların etkileşimlerinin önemli bir rol oynadığı bir küme olarak yorumlanmaktadır.
1993	Edquist ve Lundvall	İnovasyon yönetimi, toplumun teknolojik değişiminin yönünü ve hızını ekonomik yapılar ve kurumlar aracılığıyla belirleyen bir yapıdır.
1993	Niosi vd.	İnovasyon yönetimi, bilim ve teknoloji üretmeyi hedefleyen özel ve kamu sektörü firmaları (hem küçük, hem de büyük firmalar), üniversiteler ve devlet kurumlarının ulusal sınırlar içinde bir araya gelerek karşılıklı etkileşimler oluşturduğu bir sistemdir. Bu birimler arasındaki etkileşimin amacı, yeni bilim ve teknolojinin geliştirilmesi, korunması, finanse edilmesi veya düzenlenmesidir. Bu etkileşimler teknik, ticari, hukuki, sosyal ve mali amaçlarla gerçekleşebilir.
1994	Patel ve Pavitt	İnovasyon yönetimi, bir ülkedeki teşvik yapıları ve yetkinliklerin, teknolojik öğrenme hızını ve yönünü belirleyen kurumların bir sistemini oluşturduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca inovasyon yönetimi, teknolojik değişim ve inovasyonun boyutunu ve bileşimini etkileyen kurumsal faktörlerin bir araya gelmesini ifade eder.
1995	Metcalfe	İnovasyon yönetimi, yeni teknolojilerin gelişimine ve yayılmasına katkıda bulunan, inovasyon süreçlerini etkileyen politikaları uygulayan ve inovasyon için bir çerçeve sağlayan farklı kurumların bütünü tanımlar. Ayrıca inovasyon yönetimi, yeni teknolojilerin yaratılması, biriktirilmesi ve transfer edilmesi için bağlantılı kurumlar tarafından oluşturulur ve yeni teknolojilerin belirlenmesine katkıda bulunur.
1997	Galli ve Teubal	İnovasyon yönetimi, bir organizasyonun veya kurumun, bilimsel ve teknolojik bilginin üretilmesi, yayılması ve uygulanması için gerekli bağlantıları kurmak amacıyla kurulduğunu belirtir.

Kaynak: Feinson, 2003: 17; Işık ve Kılınç, 2012; Peters, 2006: 20

3.2. İnovasyon Yönetimi Süreci

İnovasyon yönetimi süreçleri, teknolojinin gelişmesiyle birlikte bilgi, iletişim ve bu işlemlerin daha düşük maliyetli olması şeklinde değişime uğramıştır. Teknolojik ilerlemeler, hızlı bilgi giriş ve çıkışları inovasyonu artırmakta ve bunlardan yararlanarak daha fazlası geliştirilebilmektedir (Chesbrough, 2006: 36-37).

Dünya pazarlarında rekabetçi kalabilmek ve küreselleşmenin etkisi, inovasyon süreçlerindeki değişiklikleri etkilemektedir. Şirketler genellikle Ar-Ge çalışmalarını küresel olarak genişletemezler, bu son derece maliyetli olacaktır. Ancak Ar-Ge, kültürel farklılıkları ve farklı bölgelerde büyük ölçüde farklılık gösteren yerel zevklerdeki çeşitliliği göz önünde bulundurmalıdır. Pazar isteklerini karşılamak için bu farklılıklar ürün geliştirmeye dahil edilmeden önce toplanmalı ve dikkate alınmalıdır (Işık ve Kılınç, 2012: 174).

İnovasyon, bir çıktı ve bir değer yaratma sürecidir ve uygulayıcılar için bir çıktıya veya özel bir faaliyete değer katma süreci olarak düşünülür. İnovasyon yönetim süreci, yeni bir fikrin inovasyon projesine dönüşmesi, projenin fizibilitesinin değerlendirilmesi, uygulama kararının alınması ve proje üretimine geçişini içermektedir. Bu süreç, inovasyonun çıktısı, inovasyon bilgisini ileten iletişim kanalları, inovasyonun zaman içinde nasıl oluştuğunu takip eden sistem ve ürünü erken benimseyen kitlenin etkisi altındadır. İnovasyon, özellikle tüketici taleplerini karşılayacak ve rakiplerden farklılaşma fırsatı sunacak nitelikte olmalıdır (Rogers, 1995: 392).

İnovasyon yönetim süreci, bir fikrin inovasyon projesine dönüşmesi ve projenin uygulamaya geçirilmesi aşamalarını içermektedir. Bu süreç, doğrusal bir akış ile gerçekleşir. Bir fikrin örgüt için rekabet avantajı yaratıcı bir inovasyona dönüşmesi, müşteriler için değer oluşturması, örgüt stratejisi ile uyumlu olması, gerekli teknik bilgiye sahip olması ve maliyet tasarrufu sağlaması gerektiğine dayanır. İnovasyon yönetim süreci, fikrin inovasyondan sorumlu birime sunulması ve inovasyonun pazarlama fırsatlarının tespiti ile başlar. Bu fikir, pazarda fırsatlar görülmesi, mevcut süreçlerde veya ürünlerdeki sorunların tanımlanması ve tüketici taleplerinin anlaşılması sonucu geliştirilir (Rogers, 1995: 392).

İnovasyon yönetim süreci, inovasyon için temel oluşturan yeni fikirlerin projelendirilmesi ve uygulanmasını içermektedir. Proje yönetimi kapsamında, projenin

seçimi, geliştirilmesi, hızlandırılması veya durdurulması gerektiğine dair kararlar, tamamlanan projelerin gözden geçirilmesi ve bu projelerden öğrenme süreçleri oldukça önemlidir. İnovasyon sürecinin her aşaması, karar verme süreci çerçevesinde yürütülür (Pavitt, 2005: 347).

İnovasyon yönetimi, inovasyon sürecinin farklı aşamalarını organize etmek ve kontrol etmekle ilgilidir. Bu sürecin etkin bir şekilde yönetilmesi, hem şirketlerin hem de akademisyenlerin inovasyon faaliyetlerini etkin bir şekilde değerlendirmelerine olanak sağlar. İnovasyon yönetim süreci, ekonomik performansa, kurumsal yetenekliliğe, çevresel sürdürülebilirliğe, istihdam düzeyine ve kurumun genel yaşam kalitesine önemli katkılarda bulunur. İnovasyon sürecinin yaygın sosyal ve ekonomik faydaları bulunsa da, bu faydaların yönetilmesi ve risklerin kontrol altına alınması gerekmektedir (Dodgson ve ark., 2014: 3). İnovasyon yönetim süreci, riskler ve karmaşıklıklar içermektedir. Bu nedenle, kurumlar inovasyon faaliyetlerini iyi yönetmeli ve bu süreçleri etkili bir şekilde denetlemelidir. İnovasyon yönetim süreci, kurumlar için çok yönlü ve merkezi bir katkı sağlamaktadır (Adams ve ark., 2006: 22).

Bazı yöneticiler inovasyonu bir fırsat olarak görürken, diğerleri risk olarak algılayabilir. Bu algılar, inovasyon sürecini nasıl yöneteceklerini etkiler. İnovasyon sürecinin yönetimi, yöneticilerin inovasyon algılarına dayalı olarak şekillenir. Örneğin, inovasyonu risk olarak gören bir yönetici, inovatif faaliyetleri gerçekleştirmekte çekimser olabilir veya kararsızlık yaşayabilir. Yöneticilerin inovasyon algılarının, inovasyon sürecini nasıl yönetecekleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu unutulmamalıdır. İnovasyonu nasıl gördükleri, inovasyonu nasıl yöneteceklerini önemli bir husus olarak gözlemlenmelidir. Sonuç olarak, yöneticilerin inovasyon algısı ve yönetme tarzları, kurumun inovasyon performansına yansır. Yöneticilerin inovasyonu nasıl ele aldıkları, kurumun inovasyon başarısını olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir (Işık ve Kılınç, 2012: 178-180).

3.3. İnovasyon Yönetimi Stratejileri

Günümüz iş dünyasında rekabet daha önce hiç olmadığı kadar yoğun ve hızlı bir şekilde devam etmektedir. İşletmelerin rekabet avantajı elde etmeleri ve sürdürmeleri için inovasyonun kritik bir rol oynadığı kabul edilmektedir. İnovasyon yönetim stratejileri, işletmelerin yeni ürünler, süreçler veya iş modelleri oluşturarak pazarda öne çıkmasına

yardımcı olmaktadır. İnovasyon yönetim stratejileri, işletmelerin pazarda nasıl rekabet edeceğini belirlemelerine yardımcı olan önemli bir kavramdır. Saldırgan, savunmacı ve taklitçi stratejiler, işletmelerin inovasyonun gücünden nasıl yararlanabileceklerini anlamalarına yardımcı olur ve rekabet avantajı elde etmelerine katkı sağlar. Her strateji farklı riskler ve ödüller sunar ve işletmelerin pazar koşullarına, kaynaklarına ve hedeflerine göre doğru stratejiyi seçmeleri önemlidir. İş dünyasındaki hızlı değişim ve rekabet ortamında, doğru inovasyon stratejisi işletmelerin başarısını şekillendirmektedir. Bu stratejiler şu şekildedir (Uğurluoğlu ve Çelik, 2009):

❖ *Saldırgan inovasyon stratejisi*, bir işletmenin pazarda öncü olmayı hedeflediği bir yaklaşımdır. Bu strateji, yeni ve çığır açıcı ürünler veya süreçler geliştirmeyi amaçlar. Bu tür inovasyonlar, işletmeye özel bir rekabet avantajı sağlayabilir ve pazarda liderlik pozisyonuna ulaşmaya yardımcı olabilir. Saldırgan inovasyon stratejisi, riskli olabilir çünkü yeni ve öncü ürünler geliştirmek genellikle yüksek maliyetler ve belirsizliklerle beraber gelir. Ancak başarı durumunda büyük ödüller sunabilir.

❖ *Savunmacı inovasyon stratejisi*, bir işletmenin mevcut pazarda rekabet avantajını korumaya odaklanır. Bu strateji, rakiplerin ilerleyen inovasyonlarına karşı direnç oluşturmayı amaçlar. İşletme, mevcut ürünlerini veya süreçlerini geliştirerek veya iyileştirerek rekabetçi konumunu korur. Savunmacı inovasyon stratejisi daha düşük risk taşır çünkü mevcut pazarın ihtiyaçlarına dayanır ve mevcut müşteri tabanına odaklanır.

❖ *Taklitçi inovasyon stratejisi*, bir işletmenin başkalarının inovasyonlarını takip ettiği bir yaklaşımdır. Bu strateji, rakiplerin başarılı inovasyonlarını gözlemleyerek ve kendi varyasyonlarını oluşturarak pazarda yer almayı amaçlar. Taklitçi inovasyon stratejisi, riski azaltabilir çünkü başkalarının başarısından öğrenmeye dayanır. Ancak aynı zamanda daha az özgün ve rekabetçi bir yaklaşım olabilir.

3.4. İnovasyon Yönetimi Performansı

İnovasyon yönetim performansı, işletmenin yeni ürünler, süreçler ve fikirler üzerinden elde ettiği ticari başarıyı ifade eder. Bu, inovasyonun işletmeye nasıl bir değer kattığını ölçmeye yardımcı olur. İnovasyon, işletmelerin yöneticilerinin inovasyon algılarına ve yönetim tarzlarına dayalı olarak şekillenir. Bu süreç, yeni fikirlerin oluşturulmasından ticarileştirme aşamasına kadar uzanır. İnovasyonun başarısız veya

başarılı olması, işletmelerin inovasyon kabiliyeti ile yakından ilişkilidir (Ülker, 2009: 17-19).

İnovasyon performansının ölçülmesi, işletmelerin inovasyon faaliyetlerinin sonuçlarını anlamalarına yardımcı olur. Bu ölçümler, işletmelerin mevcut inovasyon faaliyetlerinin etkilerini değerlendirmesinin yanı sıra, gelecekteki inovasyon çabalarını şekillendirmelerine de katkı sağlamaktadır. İnovasyon yönetim performansının belirlenmesi, örgüt içi ve örgüt dışı çevresel faktörleri içerisinde barındırır. Bu faktörler, işletmelerin inovasyon kabiliyetlerini etkiler ve işletmelerin inovasyon stratejilerini belirler. İnovasyon yönetim performansının ölçülmesi, işletmelere performanslarını artırmak için neler yapmaları gerektiği konusunda yol göstermektedir. Bu bağlamda performansın artırılması, işletmelerin inovasyon süreçlerini daha etkili ve verimli hale getirmelerine yardımcı olmaktadır. İnovasyon yönetim performansı, işletmelerin rekabetçi olabilmesi için kritik bir faktördür ve bu nedenle işletmeler için büyük bir öneme sahiptir (Korkmaz, 2004: 47-50).

Frishammar ve Hörte'nin çalışması, işletmelerin inovasyon performansının dış kaynaklardan aldıkları bilgi ve kontrole dayandığını vurgulamaktadır. Bu kavram, işletmelerin dış çevresinin, inovasyon yeteneklerini ve sonuçlarını etkileyebileceğini öne sürmektedir. Araştırmacılar örgüt kültürünün inovasyon yönetim performansını nasıl etkilediğine vurgu yapmıştır. Çalışmasında, farklı örgüt kültürleri, farklı inovasyon performansı düzeyleri ile ilişkilendirilmektedir. Yani, örgütün kültürel yapısının inovasyonun başarısını etkileyebileceğini öne sürmektedir. Sonuç olarak, inovasyon yönetim performansının süreçlerine etki eden pek çok farklı faktörün, işletmelerin benzersiz özellikleri ve stratejileri bağlamında ele alınması gerektiği önerilmektedir (akt. Taşgıt ve Torun, 2016: 135-141).

İnovasyon yönetim performansının dinamiklerini ayakta tutacak kritik rolü yöneticiler üstlenmektedir. Yöneticilerin inovasyon performansını etkileyebilecek faktörler arasında bilgi, beceri ve kişisel özellikler yer almaktadır. Bu kapsamda yöneticilerin inovasyon sürecini yönetme tarzlarının da bu performansa etki edebileceği unutulmamalıdır (Taşgıt ve Torun, 2016: 131-132). Bu bağlamda, literatürde yer alan yönetme tarzlarının inovasyon performansına etkisi ile ilgili bilgiler Tablo 3.2'de sunulmaktadır.

Tablo 3.2. Yönetim tarzlarının inovasyon performansına etkisi

Performans Tipi	İnovasyon Yönetimi Performansına Etkisi
Dönüşümcü	İnovasyon faaliyetleri, olumlu bir etki yaratıp geliştirilmelidir.
Karizmatik	İnovasyon performansını olumlu şekilde etkilemesi beklenen bir durumdur.
Hizmetkâr	İnovasyon performansının olumlu etkilenmesi, açık ve değişime yatkın olma özelliğine bağlanmaktadır.
Stratejik	Değişimi ve yeniliği desteklemesi umulmaktadır.

Kaynak: Taşgıt ve Torun, 2016: 132

İnovasyon performansının ölçülmesi, işletmeler için büyük önem taşır, ancak bu kolay bir görev değildir (Stone ve ark., 2008: 3). İnovasyonun karmaşık bir süreç olduğu ve basit bir şekilde ölçülemeyeceği unutulmamalıdır. Bu nedenle, literatürde inovasyon performansını ölçmek için geliştirilmiş birçok kriter yer almaktadır. Bu kriterler, Tablo 3.3'te sunulmuştur.

Tablo 3.3. İnovasyon ölçümünde kullanılan kriterler

Yazar	Ölçüm Kriterleri
Meyer-Krahmer (1984)	Yeni ürünler, Ar-Ge çalışmaları, İnovasyon aşamalarındaki satış rakamları.
Hu (2003)	İnovasyon sayısı, Patent sayısı.
Subramaniam ve Youndt (2005)	Yeni ürünler, Yeni ürün lansmanları, Patentler
OECD (2005)	Patentler, Lisanslar, AR-GE Harcamaları

Kaynak: Taşgıt ve Torun, 2016: 133

Tablo 3.3'e bakıldığında, araştırmacıların inovasyon performansını ölçmek için benzer ve farklı kriterler kullandığı görülüyor. Bu kriterler, bir işletmenin inovasyon sistemini belirli yönler açısından değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmacılar arasında en yaygın olarak kullanılan kriterler yeni ürünler/hizmetler, yeni ürün duyuruları, patent sayıları ve Ar-Ge harcamaları gibi unsurlardır.

3.5. Kamu Alanında İnovasyon Yönetimi

Yükseköğretim kurumlarının kamu hizmetleri inovasyon ekosisteminde birlikte katılımı ve rolü açısından, temel bulgular üç çeşit tema ile ilgilidir. Bunlar: 1) yenilikçi

bilgi topluluğunun merkezi olarak uygulamalı bilimler üniversiteleri, 2) bir kamu kuruluşunda "bir inovasyon birimi" ihtiyacı, 3) kamu sektörü inovasyon ekosistemlerindeki katılımcılar olarak yorumlanmıştır (Luojus ve Kauppinen, 2021: 1788).

(1) *Yenilikçi Bir Bilgi Topluluğu Merkezi*: Kamu hizmetleri inovasyon ekosistemleri, topluluk içinde sosyal olarak paylaşılan nesnelere geliştirmek ve önceki bilgilerin ötesine geçmek için bilinçli ve sistematik bir çaba göstermeyi amaçlayan yenilikçi bilgi toplulukları olarak kabul edilebilir. Birlikte yaratma, belirli bir fikir veya hizmetin uzun vadeli tasarım ve uygulamasına odaklanan farklı görüş ve becerileri temsil eden bir grupta gerçekleşir. Bunun için sadece bireysel öğrenme veya sosyal ve kültürel etkileşim değil, ortak bir fikir veya hizmetin tasarımı yoluyla etkileşim ve gelişim esastır. Farklı yetkinlikleri temsil eden bir grup, ortak ve paylaşılan bir nesneyi (örneğin hizmet fikirleri, kamu hizmeti konseptleri) teşvik etmek ve geliştirmek için çalışır (Luojus ve Kauppinen, 2021: 1789).

Yükseköğretim kurumları, kamu hizmetlerinin ağıba bağlı olarak birlikte yaratılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Uygulamalı bilimler üniversitelerinin kamu sektörü inovasyon ekosistemlerindeki rolü, yenilikçi bilgi topluluklarının bir merkezi olarak görülebilir. Yeni inovasyon ekosistemleri, çalışma hayatının ihtiyaçları ile akademik araştırma sonuçlarının esnek bir şekilde bir araya getirilmesine yönelik talepler yaratmıştır. Bu nedenle, birlikte yaratma sürecinde bilginin yaratılması ve yayılmasını düzenlemek ve yönetmek, uygulamalı bilimler üniversitesinin eğitim, Ar-Ge ve bölgesel kalkınma olmak üzere üç görevini bütünleştirir (Luojus ve Kauppinen, 2021: 1790).

(2) *Bir Kamu Kuruluşunda "İnovasyon Birimi" İhtiyacı*: Kamu kuruluşları büyük, hiyerarşik ve parçalı olma eğilimindedir. Birlikte oluşturmanın zorluklarından biri genellikle kamu kurumları arasındaki bilgi akışıdır ve dış aktörlerin yanı sıra kamu kurumu içindeki aktörleri de kapsamaktadır. Dış aktörler için kamu sektöründe doğru branş ve aktörlere ulaşmak zordur. Kamu kuruluşlarındaki örgütsel kültür ve yapılar hala kısmen yeni fikirlerin, becerilerin, eylem modellerinin ve coşkunun kamu kuruluşlarına adaptasyonunu engelleyebilmektedir. Çözüm olarak, yükseköğretim kurumları ve diğer paydaşlarla ilişkilerden ve inovasyon faaliyetleriyle ilgili bilgilerin yönetilmesinden sorumlu olacak, kurum çapında bir inovasyon birimi kurulması önerilmiştir. İnovasyon birimi, kurum içinden yeni geliştirme taleplerini alır ve birlikte geliştirme sonucunda oluşturulan hizmet konseptlerini kurumdaki doğru taraflara iletir (Luojus ve Kauppinen, 2021: 1790-1791).

(3) Kamu Sektörü İnovasyon Ekosistemlerindeki Katılımcılar: Birlikte yaratma, dünya çapında kamu hizmetlerinin tasarımı ve sunumunda en önemli yaklaşımlardan biri haline gelmiştir. Birlikte yaratma, kamu hizmeti ekosistemi ve hizmetleriyle ilgili ihtiyaçları belirlemek ve sorunları çözmek için vatandaşları, şirketleri, üçüncü sektör aktörlerini, yükseköğretim kurumlarını (örneğin araştırmacılar, öğretmenler ve öğrenciler) ve kamu sektörü aktörlerini bir araya getirir. Birlikte oluşturmanın temel unsurlarından biri, katılımcıların işbirliği yaparak kendi sınırlarını aşabilmeleri ve mevcut konuyu alternatif bakış açılarından inceleyebilmeleridir. Sosyal bir süreç olarak birlikte yaratma, farklı geçmişlere, yetkinliklere ve ilgi alanlarına sahip katılımcılar arasında fikir birliği sağlamayı amaçlar. Farklı bakış açıları bir araya getirildiğinde kamu sektöründe karşılaşılan zorluklara yeni ve yenilikçi çözümler bulunabilmektedir (Luoju ve Kauppinen, 2021: 1792-1793).

Yükseköğretim kurumlarının ulusal rekabetçiliğin itici güçleri olarak kamu inovasyon ekosisteminde önemli bir role sahip olduğu açıktır. Eğitim misyonlarına ek olarak, yükseköğretim kurumları ağları koruyarak ve ekosistemlerdeki inovasyon faaliyetlerini düzenleyerek bölgesel kalkınmayı teşvik etmektedir. Ancak, kamu sektörü inovasyonu hala çok parçalı bir yapıya sahiptir ve olası ortak yaratıcılar arasındaki bağlantılar zayıftır. Sistemik geliştirme çabaları ve paylaşılan kurallar olmaksızın, birlikte yaratma bireysel projeler düzeyinde kalmaya devam edecek ve inovasyon yaratmak için yerleşik bir işletme modeli haline gelmeyecektir.

Gelişmiş ülkelerde kamu sektörü ekonomik faaliyetlerde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda verimliliğin artırılması, işsizliğin azaltılması ve toplumsal refahın yükseltilmesi için kamu hizmetlerinin iyileştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Literatürde özel sektörün inovasyona daha fazla vurgu yaptığını ve kamunun daha gelenekçi olduğu ön yargısıyla uzun süre inovasyonun kamuda uygulanmadığı araştırmacılarca belirtilmiştir. Ancak, son zamanlarda kamu sektöründe de inovasyonun önemini anlama gerekliliği fark edilmiştir (Bekkers ve ark., 2006: 22).

Kamuda inovasyonun çeşitli boyutları yer almaktadır. Bu boyutlar arasında hizmete yönelik inovasyon, hizmet sunumu inovasyonu, yönetsel ve organizasyonel inovasyon, kavramsal inovasyon, politikalara yönelik inovasyon ve sistemik inovasyon bulunmaktadır (Windrum ve Koch, 2008: 8).

Kamu sektöründe inovasyonun, verimliliği artırma, hizmetlerin sunumunu iyileştirme ve kamu yönetiminde yenilik sağlama amacı güttüğü belirtilir. Ayrıca,

inovasyonun kamuda vatandaş odaklı bir yönetim anlayışı ve daha etkin bir yapı oluşturmanın önemli bir aracı olduğu ifade edilmektedir (Windrum ve Koch, 2008: 9).

Ülkelerin rekabetçiliği ile inovasyon yeteneği arasında güçlü bir ilişki yer almaktadır ve bu nedenle kamuda inovasyon ulusal rekabetçiliği artırmada kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca, kamunun daha etkin ve vatandaş odaklı hizmetler sunmak için inovasyonu benimsemesi gerektiği önerilmektedir (Oslo, 2005: 20).

3.5.1. Üniversitelerde inovasyon yönetimi

Üniversiteler ulusların refahı ve rekabet gücü açısından her zaman kilit bir rol oynamış olsa da, bu hiçbir zaman şimdiki kadar kritik olmamıştır. Bilgi ekonomisinde refah, sürekli inovasyona ve yetenekli, yaratıcı işgücüne dayanır. Cutler (2008) çalışmasında, inovasyonun üç yönü olduğunu öne sürmektedir: Bilgi üretimi (yeni bilgi ve fikirlerin üretilmesi), bilgi uygulaması (fikirlerin gerçek dünya bağlamında kullanılması) ve bilginin dağıtımını ve benimsenmesi. Etkili bir inovasyon sisteminin kritik özelliği, bu unsurların bir araya gelerek açık uçlu bir öğrenme sistemi oluşturması ve yeni girdilere ve zorluklara yanıt verebilmesidir. Dolayısıyla bilgi ve öğrenme inovasyonun merkezinde yer almaktadır (Cutler, 2008: 47).

Bilginin üretimi ve dağıtımının, küresel bilgi ekonomisinde refah ve esenliğin belirlenmesinde giderek daha önemli süreçler olduğu konusunda yaygın bir mutabakat vardır. Hükümetler, bilgi ekonomilerinin yaratılmasını desteklemek üzere, öğrenmeye adanmış kurumlar olarak üniversitelere yönelmişlerdir. Yükseköğretim, araştırma ve geliştirme için geleneksel kurumsal çerçeve olarak üniversiteler açıkça uluslar ve hatta ulusların içindeki bölgeler için inovasyon sistemlerinin kilit bir bileşenidir (Charles, 2006: 42).

Üniversitelerin bilgi üretimi, uygulaması ve yayılmasında oynayacağı rol açık olmakla birlikte, bu rolün bilgi ve inovasyon arasındaki ilişkiye dair diğer kilit noktalar bağlamında anlaşılması gerekmektedir. Özellikle iki güncel eğilim büyük önem taşımaktadır: birincisi, tek ve büyük kurum içi Ar-Ge'den "açık inovasyon" ağlarına doğru kayış; ikincisi ise kullanıcı tarafından üretilen inovasyon ve talep odaklı çözümlerin yükselişidir (Cutler 2008: 29-32). Bu eğilimlerin her ikisi de duyarlı, esnek, talep odaklı inovasyon (nihai olarak son kullanıcı için olduğu kadar kullanıcı tarafından da olabilir) üretmede, ağların ve ilişkilerin önemini vurgulamaktadır. Daha da önemlisi, her iki eğilim

de büyük ölçekli, uzmanların yönettiği, arz odaklı Ar-Ge kurumlarının göreceli önemini azaltmaktadır. Üniversiteler için bu durum, geleneksel yapıları ve rolleri hakkında ciddi sorular ortaya çıkarmaktadır.

Aynı zamanda, bir başka fikir yaklaşması daha yaşanmaktadır. Küresel ekonomide bilgi ve inovasyon hakkındaki fikirler, rekabet avantajı ve inovasyon yaratmada belirli türdeki yer temelli bilginin rolü hakkındaki fikirlerle iç içe geçmeye başlamıştır. Yer temelli niteliklerin, ilişkisel varlıkların ve yerel bilgi sistemlerinin küresel ekonomide bölgeler için avantaj yaratmak üzere kullanılabileceği giderek daha fazla kabul görmektedir (Cooke ve Morgan, 1998). Başarılı bölgeler, yer temelli bilginin, özellikle de bir yere özgü kodlanmamış (zımni) bilginin, bölgeye fayda sağlayan ve bölgenin profilini çizen yenilikçi ve farklı çözümler üretebileceğini göstermektedir (Amin, 1999: 369). Bilgi ve ilişkilerin sınırları aştığını kabul etmekle birlikte (Amin, 2004: 491), bölgesel bir odaklanma, inovasyonu yeniden bağlamsallaştırmaya hizmet ederek, onu ortaya çıkaran belirli sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamlara geri yerleştirmiştir.

Etkili inovasyon sistemlerini yapılandırma kaygısı, mekana dayalı bilgiye artan ilgiyle kesiştikçe, üniversitelerin bilgi ekonomisindeki rolünü yeniden gözden geçirme fırsatı ortaya çıkmaktadır. Fikirlerin bu şekilde kesişmesi, üniversitelerin sadece ulusal ekonomiler düzeyinde değil, özellikle ve kasıtlı olarak bölgesel ölçekte inovasyon için katalizör olarak oynayabilecekleri rol için önemli çıkarımlara sahiptir (Charles, 2006: 43). Üniversitelerin bölgesel inovasyon sistemlerindeki rolüne ilişkin tartışmaya takiben, bilginin (hem zımni hem de kodlanmış) önemli bir kalkınma faktörü olduğunu ve bu nedenle bilgi kurumları olarak üniversitelerin bölgesel kalkınma ve inovasyon için kritik araçlar olarak gözlemlenmektedir (Yüle, 2020: 129-131).

Üniversiteler ve bölgeler arasındaki "etkileşim" temasına olan ilgi giderek artmaktadır. Örneğin, yerel sanayi ve bölgesel faaliyetleri yansıtabilecek şekilde tasarlanmış dersler, sivil katılım, ortak toplum tesisleri, bir dizi öğrenme yolu ve yerel konular ve bölgesel ekonomi etrafında çerçevelenmiştir (Shaw ve Allison 1999: 894-896). Bu girişimlerin başarısına ve Tunceli ilinin çevre illerdeki üniversitelere fayda sağlayan bir dizi yan faaliyet ve girişime dair çok sayıda kanıt bulunmaktadır. Ancak, bilginin enformasyondan çok daha fazlası olduğu ve inovasyonun bir şekilde kendine özgü bilgi sistemleri ve sosyal ağlarla bağlantılı olduğu artık kabul edildiğinden, mevcut yaklaşımın yetersiz olduğunu öne sürmek için nedenler vardır. Bölgesel kalkınmanın amacı, yerel aktörlerin (bireyler, topluluklar ve endüstriler) bölgelerinin yenilenmesi ve dönüşümü için

yer temelli varlıklarını harekete geçirme yeteneklerini geliştirmekse, o zaman akademik girişimin birçok yönü potansiyel olarak önemli bir rol oynamaktadır. Yine de tipik olarak üniversite kurumları ek çözümlerle yanıt verir: yeni bir ders, yeni bir araştırma ortaklığı, belirli bir sektörde bazı yararlı sonuçlar üreten ancak yeniliği teşvik etmeyen veya dönüşümü katalize etmeyen yeni bir sosyal yardım faaliyetleri gibi (Ierapetritis, 2019: 119-120).

İlerleyen zamanlarda, bölgesel kampüsler özellikle de metropol olmayan bölgelerdekiler mali açıdan yaşayabilir olmakta zorlandıklarında bu algılar daha da güçlenmektedir. Bölgesel kampüslerin finansal ve operasyonel yaşayabilirliğini etkileyen bir dizi sorunları vardır. Düşük öğrenci sayıları, finansman, personel çekme ve elde tutma gibi konular, düşük nüfus yoğunluğuyla yakından bağlantılı olan ve aynı zamanda belirli kültürel tercihleri de yansıtan ortak sorunlardır. Bölgedeki gençlerin kanatlarını şehirde ("daha iyi" şehir üniversitelerinde veya kampüslerinde) açmaları ve personelin de aynı şekilde daha prestijli görevlere atanması olası örneklerdir (Ierapetritis, 2019: 121-124).

Scholfield (2005: 29), üniversiteler ve kamu kurumları arasındaki başarılı etkileşimin özellikleri üzerine çalışma yapmıştır. Çalışmasında, bölgesel topluluklar ve üniversiteler arasındaki ilişkilerin niteliğine ve içeriğine dikkat çekmektedir (Güven var mı? Saygı var mı? Üzerinde anlaşılmış bir amaç var mı?). Ancak bu noktalar önemli olmakla birlikte, üniversite yapılarının fırsatlara ve yeni fikirlere yanıt verecek şekilde nasıl konumlandırıldığı sorusu da önemlidir. Üniversite sistemlerini ne kadar esnek bir şekilde değiştirebilir? Potansiyel yenilikçiler ihtiyaç duydukları bilgi, kaynak ve yardıma ne kadar kolay erişebilir? Kurumsal vurgu kalıba (mevcut sistemler, prosedürler ve yapılar) uymaya mı yoksa yenilerini oluşturmaya mı yöneliktir? Kurumsal esneklik eksikliği, üniversite kampüsleri ve bölgeler arasındaki ilişkinin geliştirilmesinde açıkça bir zorluk teşkil etmektedir (Scholfield, 2005: 32-38).

Üniversiteler son derece sektörelleşmiş ve hiyerarşik kurumlardır. Okullar ve fakülteler halinde gruplandırılmış disiplinler, üniversitenin temel yapı taşlarıdır. Üniversitelerdeki "bilgi" kodlanmış bilgidir ve genellikle son derece uzmanlaşmıştır. Derslerin ve Ar-Ge'nin bir bölgeye ulaştırılması da genellikle disiplin temelli olmaktadır. Öte yandan bölgeler karmaşık, çok boyutlu peyzajlardır. Örtülü ve ilişkisel bilgi biçimlerini görmek zordur. Çoklu perspektifler öne çıkmak için yarışır. Akademik uzmanlık gereklidir, ancak etkili olabilmesi için mekânsallık ve birbirine bağlılık konusunda bir anlayışa sahip olması gerekmektedir.

Üniversiteler hâlihazırda ulusal ve bölgesel inovasyon sistemlerinin temel bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Garlick, 1998; Charles 2006). Üniversiteler açıkça araştırma ve geliştirmenin yanı sıra öğrenim için de çerçeve ve insan sermayesi sağlamaktadır. Ancak insan sermayesi ve fiziksel altyapının ötesinde, üniversitelerin çalışmaları aynı zamanda güven, kabiliyet, katılım ve sosyal altyapı yaratan ve inşa eden projeler ve girişimler yoluyla sosyal sermayeyi de inşa eder ve geliştirir. Bölgesel kalkınma süreçlerinde ilişkisel varlıkların merkezi önemi göz önüne alındığında, üniversitelerin sosyal altyapı oluşturma rolünün önemi küçümsenmemelidir. En önemlisi, üniversite, bölgesel peyzajdaki (ve daha uzaktaki) bireyler, topluluklar ve kurumlarla ilişkilerini çoğaltarak ve güçlendirerek, daha az güçlü ve daha az görünür grupların bilgisi de dâhil olmak üzere bir dizi bilgi setine erişmek ve bunlarla ilişki kurmak için kendini konumlandırır.

Tablo 3.4. Üniversitelerde bölgesel odaklı inovasyon işlevselliği

İşlevsellik	Öğretme ve Öğrenme	AR-GE	Hizmet
Karmaşık sistemler	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disiplinli problem çözme ▪ Bütünleşik yaklaşımlar ▪ İnovasyon becerisi ▪ Sosyal adalet ▪ Çok yönlü öğrenme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disiplinli ekip ▪ Bağlamsallaştırılmış Ar-Ge ▪ Uygulayıcı ve katılımcı araştırma ▪ İnovasyona odaklanma 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ İşbirliklerin arttırılması ▪ Öğrenme ve öğretici alanlar ▪ Geliştirilmiş sosyal alanlar ▪ Genişletilmiş fırsatlar
Yöreye özgü bilgi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Talep odaklı kurslar ▪ İşyeri ve hizmet öğrenimi ▪ Bütünleştirici bilgi ▪ Yetişkin öğrenciler 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yeni bilgi biçimleri ▪ Kullanıcı tarafından üretilen inovasyon ▪ Uygulanabilir bilgi ve çözümler ▪ Eylem araştırması ▪ Zemin hazırlama 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Toplumsal katılım programları ▪ Duyarlı (talep odaklı) ürünler ▪ Üniversite için imaj oluşturma
Birden fazla kurum	<ul style="list-style-type: none"> ▪ İkili veya çoklu sistemler ▪ İşyeri ve hizmet öğrenimi ▪ Kuramsal bağlam 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yaratıcı Ar-Ge ortaklıkları ▪ Açık inovasyon ağları ▪ Sektörler arası Ar-Ge sinerjileri ▪ Çoklu entegrasyon 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yaratıcı ortaklıklar ▪ Yeni yönetim düzenlemeleri ▪ Geliştirilmiş koordinasyon ▪ Üniversitenin bölgesel katalizör görevini üstlenmesi

Kaynak: Allison ve Eversole, 2008: 106

Tablo 3.4'te dikey eksen, bölgelerin üç temel özelliğini temsil etmektedir: karmaşıklıkları, yerele özgü bilgi birikimleri ve bölgesel alanda etkileşim içinde olan kurumların çokluğu. Üniversite ve bölgenin yer temelli bir modelde bir araya geldiği durumlarda, sonuçlar aşağıdaki gibi görünebilir (Allison ve Eversole, 2008: 106-107).

Bölgesel kalkınma sonuçlarını katalize edebilecek bir yer temelli üniversite çerçevesi, yer temelli avantajı anlama, üretme ve harekete geçirme ve bilgi üretme ve bilgi dağıtma süreçlerinde liderlik sağlama yeteneğine sahip olmalıdır. Bu özellikle şunları içermektedir (Allison ve Eversole, 2008: 107);

- Etkileşim, katılım ve kapsayıcılık ile karakterize edilen; hem resmi hem de gayri resmi bilgiyi geleneksel sınırların ötesinde birlikte harekete geçirebilen; kullanıcı tarafından üretilen ve talep odaklı olabilen yeni bir bilgi ve öğrenme yaklaşımı.

- Bölgesel ilişkilere yönelik, karşılıklılık, entegrasyon ve karşılıklı bağımlılık ile karakterize edilen yeni bir yaklaşımı teşvik edebilir ve destekleyebilir.

- Kurumlar içinde ve arasında inovasyonu mümkün kılmak için stratejik kapasite geliştirme ve aracılık ile karakterize edilen bölgesel kalkınmaya yeni bir yaklaşım oluşturma.

Bu yeni yaklaşımlar, bir üniversitenin iç özelliklerinin de yeniden düşünülmesini gerektirmektedir. Özellikle, eş zamanlı olarak ana faaliyetlerini yerine getirmek ve bölgesel kalkınma sonuçlarını katalize etmek için, yer temelli bir üniversite şu özelliklere sahip olmalıdır (Allison ve Eversole, 2008: 107):

- Esnek, verimli ve kalite güvencesi sağlayan iç kurumsal yapılar,
- Devredilmiş ve duyarlı yönetim düzenlemeleri,
- Talep odaklı, yaratıcı ve işbirlikçi kurum kültürü,
- Esnek ve sürdürülebilir bir kaynak modeli

Bu yaklaşımın, bölgelerine hizmet etmek ve bölgesel kalkınmayı teşvik etmekle görevli bölgesel kampüsler için olduğu kadar, gelecek için uygunluğunu ve yönünü anlamaya çalışan daha geniş üniversite sektörü için de yeni bir mantık ve vizyon sağladığı görülmektedir (Allison ve Eversole, 2008: 107).

Üniversiteler, bilim ve teknolojinin gelişimine önemli katkılar sağlayan akademik insan kaynakları ve bilgi üretme merkezleri olarak kabul edilmektedirler. Her çağda bilimin ve toplumların değişimine öncülük eden üniversiteler, ekonomi, teknoloji ve sosyal alanlardaki çalışmalarıyla toplumsal değişimin öncüsü olarak kabul edilirler. Politika yapıcılar, inovasyon ve girişimcilik ekosistemini güçlendirmeye odaklanırken, üniversitelerin bilim ve teknolojiye yönelik politika belgelerinin önemli bir bileşeni olduğunu kabul etmektedirler. Bu nedenle inovasyonun eğitim sistemlerinde ve üniversitelerde önemsenmesi, uluslararası rekabetçiliği artırmak isteyen politika yapıcılarının öncelikleri arasında yer almaktadır (Arıkan ve Karaata, 2009: 26).

Üniversiteler, ulusal ve uluslararası düzeydeki performanslarını izlemek ve geliştirmek için çeşitli endeksler ve değerlendirme mekanizmalarına başvururlar. Türkiye'de bu amaçla TÜİK tarafından yapılan çalışmaların yanı sıra, 2009 yılından itibaren URAP (University Ranking by Academic Performance) tarafından üniversitelerin akademik performansları değerlendirilmektedir (Arıkan ve Karaata, 2009: 28-29). URAP, dünya genelindeki üniversiteleri kapsayan bir akademik sıralama endeksini sunmaktadır. Ayrıca, 2012 yılında başlatılan TÜBİTAK Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi (GYÜE), üniversitelerin akademik performanslarının yanı sıra girişimcilik ve yenilikçilik alanındaki başarılarını da değerlendirmektedir. Bu değerlendirmeler, üniversitelerin güçlü yönlerini ve iyileştirilmesi gereken alanları belirlemelerine yardımcı olarak, eğitim ve araştırma kalitelerini artırmak için politika geliştirmelerine katkı sağlar (Damar, Özdağoğlu ve Özveri, 2021: 38). Bu tür değerlendirme mekanizmaları, üniversitelerin ulusal ve uluslararası düzeyde rekabetçi olmalarına olanak tanır ve ülkenin bilimsel ve yenilikçi kapasitesini artırmaya yönelik bir teşvik oluşturur (Doğan ve Al, 2018; Tekin ve ark., 2018; URAP, 2018).

URAP resmi web sitesinde yayınlanan raporlar ile 2000 yılından önce kurulmuş üniversitelerin performansına yönelik, Munzur Üniversite'nin 2015-2023 yılları içinde Türkiye'deki URAP performansı sıralaması ve puan detayları Tablo 3.5'te verilmiştir.

Tablo 3.5. Munzur Üniversitesi 2012-2018 yılları URAP sıralama durumu

Yıl	Akademisyen Sayısı	URAP Sıralaması	Durum
2015 - 2016 Eğitim Öğretim Yılı	408	114	-
2016 – 2017 Eğitim Öğretim Yılı	417	99	+ 45 yükseldi
2017 – 2018 Eğitim Öğretim Yılı	438	102	- 3 geriledi
2018 - 2019 Eğitim Öğretim Yılı	435	91	+ 11 yükseldi
2019 – 2020 Eğitim Öğretim Yılı	453	70	+ 21 yükseldi
2020 - 2021 Eğitim Öğretim Yılı	467	84	-14 geriledi
2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı	483	88	- 4 geriledi
2022 – 2023 Eğitim Öğretim Yılı	490	98	- 10 geriledi
2023 – 2024 Eğitim Öğretim Yılı	490	103	- 3 geriledi

İnovasyon döngüsünün girdi, süreç ve çıktıları değerlendirildiğimizde, üniversitelerin bu süreçteki önemi açıkça görülmektedir (Sezgin, 2018: 36). Sonuç olarak

üniversitelerin inovasyon alanındaki rolü, ekonomik kalkınma, bilimsel gelişme, teknolojik ilerleme ve toplumsal değişim gibi birçok farklı alanda önemlidir. Üniversiteler, inovasyon kapasitelerini geliştirmek için çeşitli stratejiler uygulayabilirler ve bu stratejiler sayesinde toplumlarına önemli katkılarda bulunabilirler. Bu nedenle üniversiteler, inovasyonun teşvik edildiği ve desteklendiği önemli kurumlar olarak kabul edilmelidirler (Arıkan ve Karaata, 2009: 28).

3.5.2. Akademisyenler açısından inovasyon yönetimi

Yirmi birinci yüzyılın en güçlü ekonomilerinin, bilimsel araştırmalar ışığında güçlü bilim ve teknoloji üreten ülkelere ait olduğu söylenebilir (Korkmaz ve ark., 2011). Üniversiteler, bölgesel yenilik sistemlerinde bilgi üreten önemli bir alt sistem oluşturmaktadır (Autio, 1998; Cooke, 2002). Akademisyenlerin rekabet gücünü artıracak birincil kaynağın bilgi olduğu düşünüldüğünde, araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) projelerinin üniversiteler ve akademisyenler için önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, üniversitelerin endüstriyel bilim ekosisteminde bilimsel Ar-Ge projeleriyle aktif rol alması yenilikçi politika yaklaşımı açısından önemlidir.

Son yıllarda hükümetler ekonomik kalkınmanın bilgiye dayalı büyüme ile sağlanabileceğini varsaymış ve politikalarını bu yönde geliştirmiştir. Bu nedenle üniversitelerin bilginin etkin bir şekilde üretildiği, araştırma ve geliştirme bulgularının akademisyenler arasında özgürce paylaşıldığı, bilime dayalı bilginin akademiden sanayiye aktarıldığı ve inovasyon lokasyonlarının yaygınlaşmasına katkı sağladığı varsayılmaktadır. Ülkeler ekonomik büyümelerini bu politikalar etrafında düzenlemeye çalışmakta ve üniversiteleri dünya çapında bilim ve teknoloji üreten merkezler haline getirmeye çalışmaktadır. Küresel inovasyon endeksi 2020'ye göre sıralamada yüksek gelirli ülkeler başı çekmektedir (Shalaev ve ark., 2020: 553-559). Düşük ve orta gelirli ülkelerin yenilikçilik düzeylerinin başarısını artırmak için üniversitelerin stratejik öncelikler ve planlar doğrultusunda girişimciliği ve yenilikçilik performansını geliştirerek araştırma ve geliştirmeye yönelik proje sayısını artırarak proje kültürünü geliştirmesi gerekmektedir (Damar ve ark., 2021: 37).

Akademisyenlerin proje geliştirmeye yönelik tutumlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesinin, üniversitelerin hedeflenen yenilikçi ve girişimci olma yolundaki engellerini yeniden düşünmelerine, ülke ekonomisini destekleyen ve potansiyellerini

artırarak toplumsal sorunları çözen projeler üretmelerine yol açacağı öngörülmektedir. Üniversitelerde proje kültürünün yaygınlaştırılması ile inovasyon yeteneğinin artırılması, yeni ürün, süreç ve teknolojilerin geliştirilmesi, ülkenin rekabet gücünün artırılması, akademisyenlerin kariyer gelişiminin desteklenmesi, etkileşimin artırılması gibi pek çok faydanın sağlanmasının önündeki engeller kaldırılmaktadır (Damar ve ark., 2021: 37-38).

Eğitim öğretim sürecinin son ve en önemli aşaması olan üniversiteler, yeniliğin ve yenilikçi bakış açısının işlendiği merkezlerden biri olarak kabul edilirler. Akademisyenler, bu süreçte bilgiyi edinme, işleme ve aktarma görevini üstlenirler. Ayrıca, öğrencilerine akademik kimlikleri ile örnek olurlar. Günümüzde yenilik ve vizyoner bakış açısının önemi her sektörde giderek artarken, akademisyenler için de bu alandaki gelişmeleri takip etmek ve öğrencilere ve bilimsel gelişmeye katkıda bulunmak önemlidir. Bu nedenle, akademisyenlerin yenilikçi olmaları gerekmektedir. Yenilik ekosistemlerinin bir parçası olarak, geleceğin yenilikçi, teknolojik, dijital ve bilgi merkezli gençlerini yetiştiren akademisyenlerin, yenilikçi düşünceye sahip olmaları, yeniliğe açık olmaları ve uygulamaya dönük olmaları, toplumsal ve bireysel anlamda önemli katkılar sağlayacaktır (Özdiç, 2018: 122).

Akademisyenler, üniversite eğitiminin önemli bir parçasını oluştururlar ve öğrencilere önemli rol modelleri sunarlar. Uzmanlık alanlarına uygun olarak kendilerini güncellemeleri ve teknoloji ile entegre bir şekilde derslerini sunmaları, günümüzde bir gerekliliktir. Sürekli öğrenme becerisini öğrenip öğretmek, öğrencilere yenilikçi davranışlar kazandırmada liderlik etmektedir (Özdiç, 2018: 122).

Akademisyenlerin yenilikçi olması, örgütsel yaratıcılığın artırılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Yenilikçi fikirlerin üretilmesi, benimsenmesi, desteklenmesi ve uygulanması, meslektaşlarının ve öğrencilerinin verimliliğini artırabilmektedir. Yenilikçi süreç, örgüt içinde farklı birimlerin yeni fikirleri uygulamak için işbirliği içinde çalıştığı bir sistemi teşvik etmektedir. Bu, "yenilikçi kültürün" gelişmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle, akademisyenlerin yenilikçilik kabiliyetlerini artırmak için inovasyon odaklı araştırmalara ihtiyaç vardır. İnovatif yöntemlerin içselleştirilmesi ve üniversite eğitimine yayılması gereklidir. Bu, akademisyenlerin yaratıcılık kapasitelerini artırabilir ve eğitimcilerin kendilerini geliştirme yeteneklerini sürdürülebilir hale getirmektedir. Bu nedenle, üniversitelerin yöneticileri, yaratıcı faaliyetleri teşvik eden bir yaklaşım benimsemeli ve akademisyenlerin yenilikçi iş davranışlarını desteklemelidir (Özdiç, 2018: 218).

Sonuç olarak üniversiteler, toplumun sosyal, ekonomik, kültürel ve politik gelişimine katkıda bulunmak için önemli bir rol oynarlar. Bu nedenle, üniversitelerin nitelikli akademik ve idari personel yetiştirme görevleri büyük önem taşır. Akademisyenler, işbirliği ve yaratıcılığı teşvik eden bir ortamda çalıştıklarında, bu görevi daha etkili bir şekilde yerine getirebilirler. Bu nedenle, üniversitelerde yaratıcı faaliyetleri desteklemek ve akademisyenlerin yenilikçi iş davranışlarını teşvik etmek, gelecekteki nesillerin eğitimini ve toplumsal gelişmeyi güçlendirecektir (Özdiñ, 2018: 172-173).

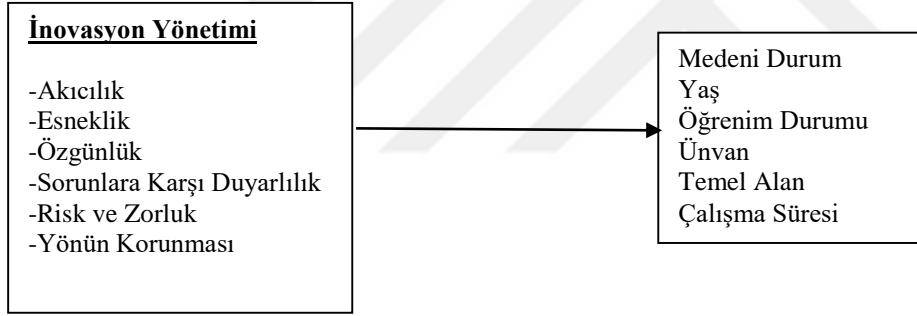


4. YÖNTEM

Bu bölüm altında araştırmanın modeli ve hipotezleri, örnekleme, sınırlılıkları, ölçüm aracı ve veri toplama araçları ve verilerin analizi yer almaktadır.

4.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya çıkarmaya yönelik bu çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama araştırması kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirilmesinde olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmanın teorik modeli ilgili yazın taramasından elde edilen bulgulara göre aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:



Şekil 4.1. Araştırmanın modeli

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan araştırma hipotezleri ise aşağıdaki gibidir:

H₁: Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂: Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₃: Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri öğrenim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₄: Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri ünvanlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H5: Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri temel alanlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H6: Akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri akademideki çalışma sürelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

4.2. Araştırmanın Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini, 10 Ocak 2024 ve 10 Şubat 2024 tarihleri arasında Munzur Üniversitesinde fiili olarak görev yapan akademik çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmanın yürütüldüğü tarihlerde söz konusu üniversitede 483 akademik personel fiili olarak görev yapmaktadır. Araştırmanın ana kütesine yönelik veriler, Munzur Üniversitesi Performans Faaliyet Raporundan alınmıştır (URL-2, 2024). Anket uygulaması gerçekleştirilirken ana kütlemin tamamına ulaşmadaki zorluklar sebebi ile kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Faktör analizi için uygun örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında, Preacher ve MacCallum (2002) minimum örneklem sayısının 100 ile 250 arasında olması gerektiğini belirtmiştir. Araştırmada ulaşılan örneklem sayısının bu aralıkta olduğu ve bu durumda evreni temsil gücüne sahip olduğu kanısına varılabilir.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın en önemli sınırlılığı, verilerin sadece bir kamu üniversitesinde görev yapan akademisyenlerden elde edilmiş olmasıdır. Bu nedenle örneklemin sınırlı kalması, araştırmanın genellenebilirliğindeki en önemli sınırlılığını oluşturmaktadır. Bir diğer sınırlılık olarak, bu araştırmanın sonuçlarının araştırmanın uygulandığı dönem Ocak 2024 - Şubat 2024 tarih aralığı ile sınırlı olması söylenebilir. Ayrıca, nicel yöntemlere başvurulmuş olup sonuçlar araştırma sonuçlarının ilgili ölçme aracının ölçtüğü nitelikler ile sınırlıdır.

4.4. Ölçüm Aracı ve Verilerin Analizi

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmış olup anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik özellikleri (yaş, medeni durum, öğrenim durumu, unvan, temel alan ve çalışma süresi) yer almaktadır. İkinci bölümde ise Ali'nin (2018) tez çalışmasında kullandığı inovasyon yönetimi ölçeği kullanılmıştır. Söz konusu ölçek

AlShammari, (2006) ve Abdel-Wahab'ın (2012) çalışmalarında kullandığı sorulardan uyarlanmıştır. Ölçek 30 sorudan ve 6 alt boyuttan (Akıcılık, Esneklik, Özgünlük, Sorunlara Karşı Duyarlılık, Risk ve Zorluk ve Yönün Korunması) oluşmaktadır. Ölçek, 1 (kesinlikle katılmıyorum) ve 5 (kesinlikle katılıyorum) olarak adlandırılan son noktaları olan 5'li Likert tipi bir ölçek ile ölçülmektedir.

Çalışmada veri analizi için kullanılacak teknikler aşağıda sıralanmaktadır:

- Betimleyici istatistikler: frekans dağılımı, aritmetik ortalama, standart sapma, normallik,

- Bağlam (zaman, anakütle ve örneklem) farklı olduğu için kullanılan ölçeklerin geçerlilik (faktör) ve güvenilirlik (cronbach alpha) analizleri,

- Bununla birlikte, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeyleri ile demografik özelliklere göre karşılaştırılmasında (iki grup için) bağımsız örneklem için t testi (independent samples t test) ve (ikiden fazla grup için) tek yönlü varyans analizi (one way ANOVA) kullanılmıştır. Varyans analizi sonucunda farklılık bulunan grupların ikili olarak karşılaştırılmasında ise Tukey testinden yararlanılmıştır. Ayrıca, değişkenler arasında ilişkiyi araştırmaya yönelik korelasyon analizi kullanılmıştır.

Söz konusu analizler, lisanslı SPSS 26.0 paket programları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

5. BULGULAR

5.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya dahil olan akademisyenlerin bazı demografik özelliklerine göre dağılımları aşağıda tablo 5.1’de aktarılmaktadır.

Tablo 5.1. Ankete katılım gösterenlerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular

Değişkenler	Kategori	Frekans	Yüzde %
Yaş	18-29	23	13,9
	30-49	123	74,1
	50 ve üzeri	20	12
Medeni Durum	Evli	120	72,3
	Bekar	46	27,7
Öğrenim Durumu	Lisans	2	1,2
	Yüksek Lisans	48	28,9
	Doktora	116	69,9
Kadronuz	Öğretim Görevlisi/Okutman	42	25,3
	Araştırma Görevlisi	26	15,7
	Doktor Öğretim Üyesi	58	34,9
	Doçent	31	18,7
	Profesör	9	5,4
Temel Alan	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	3,6
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	16,3
	Filoloji	3	1,8
	Güzel Sanatlar	14	8,4
	İlahiyat	6	3,6
	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	1,2
	Mühendislik	37	22,3
	Sağlık Bilimleri	20	12,0
	Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler	39	23,5
	Spor Bilimleri	6	3,6
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	3,6
	Çalışma Süreniz	5 yıl altı	17
5-10 yıl		57	34,3
11-15 yıl		59	35,5
16-20 yıl		25	15,1
21 yıl ve üstü		8	4,8

Tablo 5.1’e göre; katılımcılar yaş gruplarına göre 18-29 (%13,9), 30-49 (%74,1) ve 50 yaş ve üzeri (%12) olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. En yoğun katılım, 30-49 yaş grubundan gelirken, bu durum akademik personelin genellikle orta yaş aralığında olduğunu göstermektedir. Orta yaş grubunun ağırlıklı olması, bu yaş aralığının akademik kariyerin en verimli ve aktif dönemi olmasından kaynaklanabilir. Genç yaş grubu (%13,9) ise kariyerinin başında olan araştırma görevlileri veya doktora öğrencilerini temsil edebilir. 50

yaş ve üzeri grubun düşük oranı (%12), emeklilik yaklaştıkça akademik katılımın azaldığına işaret edebilir.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%72,3) evli olması, evliliğin akademik hayatta sıklıkla karşılaşılan bir durum olduğunu göstermektedir. Bekâr bireylerin oranı (%27,7) ise nispeten düşüktür. Bu durum, evlilik gibi sosyal statülerin akademik hayata etkisini araştırmak açısından önemli bir veridir. Ayrıca, evli bireylerin oranının yüksek olması, akademisyenlerin kariyerleriyle paralel olarak aile yaşamını sürdürebildiğini göstermektedir.

Katılımcıların %69,9'unun doktora derecesine sahip olması, akademik personelin yüksek bir eğitim seviyesine sahip olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Yüksek lisans derecesine sahip olanlar %28,9 ile ikinci sırada yer alırken, lisans mezunlarının oranı oldukça düşüktür (%1,2). Bu bulgu, Türkiye'de akademik personelin doktora düzeyinde eğitimin zorunlu bir standart olduğunu göstermektedir. Lisans mezunlarının düşük oranı ise daha çok idari pozisyonlarda yer alan bireyleri temsil ediyor olabilir.

Akademik pozisyon dağılımında en yüksek oran, Dr. Öğr. Üyesi kategorisinde (%34,9) görülmektedir. Bu grup, akademik kariyerin orta seviyesindeki bireyleri temsil etmektedir. Doçentler (%18,7) ve profesörler (%5,4) ise kariyer basamaklarının üst seviyelerinde yer alan bireylerdir. Araştırma görevlileri (%15,7) ve öğretim görevlileri/okutmanlar (%25,3), akademik sistemin daha genç ve başlangıç seviyesindeki çalışanlarını temsil etmektedir. Bu dağılım, akademik kariyerin genellikle uzun vadeli bir süreç olduğunu ve üst pozisyonların daha düşük oranlarda temsil edildiğini göstermektedir.

Katılımcılar 11 temel alanda toplanmıştır. En çok temsil edilen alan Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler (%23,5) olurken, bunu Mühendislik (%22,3) ve Fen Bilimleri ve Matematik (%16,3) alanları takip etmektedir. Bu bulgular, sosyal bilimlerin ve mühendislik gibi uygulamalı bilimlerin akademik alanda önemli bir ağırlığa sahip olduğunu göstermektedir. Daha az temsil edilen alanlar arasında Mimarlık (%1,2), Ziraat ve Orman (%1,2) ve Filoloji (%1,8) yer almaktadır. Bu durum, Türkiye'de bazı alanların akademik sistem içerisinde daha az kaynak ve ilgi gördüğüne işaret edebilir.

Katılımcılar çalışma sürelerine göre beş gruba ayrılmıştır: 5 yıl altı (%10,2), 5-10 yıl (%34,3), 11-15 yıl (%35,5), 16-20 yıl (%15,1), ve 21 yıl ve üstü (%4,8). En yoğun grup, 11-15 yıl arasında deneyime sahip olan akademisyenlerden oluşmaktadır. Bu durum, akademik personelin genellikle kariyerinin ortalarında olduğunu ve sistemde uzun süreli bir istikrar bulunduğunu göstermektedir. 21 yıl ve üzeri deneyime sahip bireylerin düşük

oranı, emeklilik veya yönetimsel pozisyonlara geçişin bu süre zarfında arttığını ifade edebilir.

Tablodaki demografik veriler, akademik personelin yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, akademik pozisyon, uzmanlık alanı ve mesleki deneyimi açısından çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Akademik personelin büyük çoğunluğu doktora derecesine sahip, 30-49 yaş aralığında ve evlidir. Sosyal bilimler ve mühendislik gibi alanlar akademik sistemde daha baskın bir role sahiptir. Çalışma süresi açısından ise katılımcıların çoğunun kariyerinin orta dönemlerinde olduğu görülmektedir.

5.2. Normallik Analizi

Normallik analizi bulguları tablo 5.2’de aktarılmaktadır.

Tablo 5.2. Normallik analizi bulguları

Ortalamalar	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
İnovasyon Yönetimi (İY)	-0,616	-0,260
Akıcılık (A)	-0,704	-0,310
Esneklik (E)	-0,466	-0,401
Özgünlük (Ö)	-0,731	-0,033
Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)	-0,517	-0,444
Risk ve Zorluk (RZ)	-0,692	0,035
Yönün Korunması (YK)	-0,747	0,256

Çarpıklık, bir veri setinin simetrik olup olmadığını gösterir. Eğer değer -2 ile +2 arasında yer alıyorsa, veri seti normal dağılıma yakın olarak kabul edilir (George ve Mallery, 2010). Tablo 5.2’ye göre:

- **İnovasyon Yönetimi (İY):** Çarpıklık değeri -0,616’dır. Bu, İY puanlarının hafifçe sola çarpık olduğunu, yani düşük puanların daha sık olduğunu göstermektedir.
- **Akıcılık (A):** Çarpıklık değeri -0,704 olup sola çarpıklığı ifade eder. Katılımcılar genellikle daha yüksek akıcılık puanları almıştır.
- **Esneklik (E):** Çarpıklık değeri -0,466’dır. Bu, E alt boyutunun simetriye oldukça yakın olduğunu, ancak hafif sola çarpık bir dağılım gösterdiğini ifade eder.

- **Özgünlük (Ö):** Çarpıklık değeri -0,731'dir ve en sola çarpık dağılım burada gözlemlenmiştir. Katılımcılar özgünlük konusunda daha yüksek puanlar almıştır.
- **Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD):** Çarpıklık değeri -0,517'dir. Bu alt boyutun dağılımı da normal sınırlar içerisindedir ve katılımcılar yüksek puan alma eğilimindedir.
- **Risk ve Zorluk (RZ):** Çarpıklık değeri -0,692 olup, yüksek risk ve zorluk puanlarının daha yaygın olduğunu ifade etmektedir.
- **Yönün Korunması (YK):** Çarpıklık değeri -0,747'dir. Bu alt boyut da sola çarpık bir dağılıma sahiptir ve katılımcılar genellikle daha yüksek puanlar vermiştir.

Çarpıklık değerleri -2 ile +2 arasında yer aldığı için tüm değişkenlerin normal dağılıma yakın olduğu ve parametrik testler için uygun olduğu söylenebilir.

Basıklık, bir dağılımın sivri veya yayvan olup olmadığını ölçer. Normal dağılımda bu değerler genellikle -2 ile +2 arasında bulunur (George ve Mallery, 2010). Tablo 2'ye göre:

- **İnovasyon Yönetimi (İY):** Basıklık değeri -0,260 olup, veri setinin normal dağılıma yakın olduğunu gösterir.
- **Akıcılık (A):** Basıklık değeri -0,310'dur. Bu, akıcılık dağılımının hafifçe yayvan olduğunu ifade eder.
- **Esneklik (E):** Basıklık değeri -0,401 ile normal sınırlar içerisindedir ve dağılımın yayvan olduğunu gösterir.
- **Özgünlük (Ö):** Basıklık değeri -0,033 ile en simetrik dağılıma sahiptir. Dağılımın normal dağılıma en yakın olduğu alt boyut özgünlüktür.
- **Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD):** Basıklık değeri -0,444'tür ve hafif yayvan bir dağılımı işaret eder.
- **Risk ve Zorluk (RZ):** Basıklık değeri 0,035 ile normal sınırlar içerisindedir. Bu alt boyut, diğerlerine kıyasla daha dengeli bir yayvanlık sergilemektedir.
- **Yönün Korunması (YK):** Basıklık değeri 0,256 olup, bu alt boyutun hafif sivri bir dağılım gösterdiğini ifade eder.

Tüm basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında yer alması, dağılımların normal olduğunu ve parametrik analiz tekniklerinin kullanılabileceğini doğrulamaktadır.

Tablodaki bulgular, veri setinin genel olarak normal dağılıma uygun olduğunu göstermektedir. Çarpıklık ve basıklık değerleri, İnovasyon Yönetimi ölçeği ve alt boyutlarının dağılımlarında herhangi bir ciddi sapma olmadığını kanıtlamaktadır. Bu durum, ilerleyen analizlerde kullanılan istatistiksel yöntemlerin güvenilirliğini artırmaktadır.

- **Araştırma Bulgularına Etki:** Ölçeklerin normal dağılım göstermesi, ölçeklerin güvenilir ve geçerli olduğunu, katılımcıların bu ölçeklere yönelik cevaplarının tutarlı olduğunu işaret etmektedir.
- **İnovasyon Yönetimi Alt Boyutları:** En yüksek çarpıklık ve basıklık değerlerinin özgünlük (Ö) ve yönün korunması (YK) boyutlarında gözlemlenmesi, bu boyutlara ilişkin algıların katılımcılar arasında daha belirgin olduğunu gösterebilir.

Tablo 5.2'nin sonuçları, araştırma verilerinin normalliğini doğrulamakla kalmayıp aynı zamanda İnovasyon Yönetimi ölçeği ve alt boyutlarının genel yapısının analiz için uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin normallliği, araştırmanın istatistiksel yöntemlerine olan güveni artırmakta ve bulguların sağlamlığını desteklemektedir.

5.3. Güvenirlilik Analizi

Tablo 5.3, İnovasyon Yönetimi (İY) ölçeği ve alt boyutlarının güvenilirliğini değerlendirmek için kullanılan Cronbach's Alpha (α) katsayılarını içermektedir.

Tablo 5.3. Güvenirlilik sonuçları

Değişkenler	İfade sayısı	α değeri
İY	30	0,987
A	5	0,940
E	5	0,936
Ö	5	0,914
SKD	5	0,946
RZ	5	0,927
YK	5	0,928

Tablo 5.3'te, İnovasyon Yönetimi ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin α değerleri;

İnovasyon Yönetimi Genel Skoru: 0,987 Genel ölçeğin güvenilirliği oldukça yüksektir. Bu değer, 30 maddelik ölçeğin katılımcılar arasında tutarlı cevaplar verdiğini göstermektedir. Mükemmel bir güvenilirlik düzeyine işaret eder.

- **Alt Boyutlar:**
 - **Akıcılık (A):** 0,940
 - **Esneklik (E):** 0,936
 - **Özgünlük (Ö):** 0,914
 - **Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD):** 0,946
 - **Risk ve Zorluk (RZ):** 0,927
 - **Yönün Korunması (YK):** 0,928

Tüm alt boyutlar için α değerleri 0,914 ile 0,946 arasında değişmektedir ve bu, her bir alt boyutun ayrı ayrı oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçek maddelerinin birbiriyle tutarlı olduğu ve yüksek içsel güvenilirlik sergilediği söylenebilir.

Her bir alt boyutun güvenilirliği detaylı şekilde incelenmiştir:

a. **Akıcılık (A): $\alpha = 0,940$** Akıcılık alt boyutunun güvenilirliği mükemmel seviyededir. Bu durum, katılımcıların sorulara tutarlı yanıtlar verdiğini ve bu alt boyutun inovasyon yönetimindeki önemini vurguladığını göstermektedir.

b. **Esneklik (E): $\alpha = 0,936$** Esneklik alt boyutu da oldukça yüksek bir güvenilirlik düzeyine sahiptir. Bu, bireylerin esnekliğe yönelik algılarının ölçek maddeleri arasında tutarlı şekilde ölçüldüğünü gösterir.

c. **Özgünlük (Ö): $\alpha = 0,914$** Özgünlük, diğer alt boyutlara göre nispeten düşük (ancak hâlâ mükemmel seviyede) bir güvenilirlik sergilemektedir. Bu durum, özgünlükle ilgili ifadelerin ölçek içerisinde bir miktar çeşitlilik gösterdiğine işaret edebilir.

d. **Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD): $\alpha = 0,946$** Sorunlara karşı duyarlılık alt boyutunun yüksek α değeri, bu boyutun tutarlı bir şekilde ölçüldüğünü ve katılımcıların bu konuda benzer algılara sahip olduğunu göstermektedir.

e. **Risk ve Zorluk (RZ): $\alpha = 0,927$** Risk ve zorluk alt boyutunun güvenilirliği, katılımcıların bu konuda tutarlı yanıtlar verdiğini göstermektedir. Bu, risk yönetiminin inovasyon yönetimi açısından önemine işaret eder.

f. **Yönün Korunması (YK): $\alpha = 0,928$** Yönün korunması, mükemmel bir güvenilirlik düzeyine sahiptir ve bu, katılımcıların bu boyut hakkındaki algılarının ölçek maddelerinde tutarlı şekilde ölçüldüğünü göstermektedir.

Genel ölçeğin α değeri olan 0,987, ölçeğin bütün olarak kullanıldığında çok yüksek bir güvenilirlik sunduğunu ortaya koymaktadır. Bu, İnovasyon Yönetimi ölçeğinin, katılımcıların inovasyona yönelik algılarını ve tutumlarını ölçmek için son derece uygun bir araç olduğunu gösterir.

- **Araştırma İçin Anlamı:** Güvenilirlik analizindeki yüksek α değerleri, araştırma sonuçlarının sağlam temellere dayandığını ve ölçeğin geçerli sonuçlar üretebileceğini desteklemektedir. Ayrıca, bu sonuçlar, ölçeğin diğer popülasyonlarda veya örneklem gruplarında da kullanılabilirliğini göstermektedir.

- **Yüksek Güvenilirlik:** Güvenilirliğin bu kadar yüksek olması, araştırmacıya şu avantajları sağlamaktadır:

- Katılımcıların ölçek sorularını doğru şekilde anladığını gösterir.
- Ölçeğin gelecekte yapılacak benzer çalışmalarda kullanılabilir olduğunu ifade eder.

- Araştırma bulgularının tutarlılığını ve geçerliliğini destekler.

- **Alt Boyutların Dengesi:** Alt boyutların tümü arasında benzer derecede yüksek α değerlerinin bulunması, ölçeğin yalnızca bir boyutta değil, tüm boyutlarda dengeli bir şekilde çalıştığını ve tutarlı sonuçlar verdiğini göstermektedir.

Tablo 5.3'teki sonuçlar, İnovasyon Yönetimi ölçeği ve alt boyutlarının mükemmel düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir. Hem genel ölçek hem de alt boyutlar, katılımcıların inovasyon yönetimi konusundaki algılarını ölçmek için uygun bir araçtır. Bu bulgular, araştırmanın temel verilerinin sağlam olduğunu ve güvenilir analiz sonuçları üretebileceğini kanıtlamaktadır.

5.4. Geçerlik Analizleri

Aşağıdaki tabloda inovasyon yönetimi ölçeğine ilişkin Bartlett' küresellik testi yer almaktadır.

Tablo 5.4. KMO örneklem yeterliliği ölçüm analizi ve Bartlett testi sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği ölçüm analizi		,962
	Ki kare (Approx. Chi-square)	6587,437
Bartlett küresellik testi	Serbestlik derecesi (df)	435
	Önem (sig)	,000

Tablo 5.4'e göre KMO değeri 0,962 olarak bulunmuştur. Bu değer, analiz için kullanılan örneklemin faktör analizi yapmak için "mükemmel" bir yeterliliğe sahip olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2012) .

Bartlett Küresellik Testi değerleri ise;

- **Ki-kare değeri:** 6587,437
- **Serbestlik derecesi (df):** 435
- **Anlamlılık seviyesi (p):** < 0,001 şeklindedir.

Bartlett testi, ölçeğin faktör analizine uygunluğunu test eder. Anlamlılık ($p < 0,001$) sonucu, ölçek maddelerinin birbiriyle ilişkili olduğunu ve faktör analizinin yapılabilir olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2012).

KMO ve Bartlett test sonuçları, ölçeğin faktör analizi için yeterli veriye sahip olduğunu ve faktör yapılarını incelemek için geçerli bir temel oluşturduğunu göstermektedir.

Aşağıdaki tabloda inovasyon yönetimi ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin faktör analizi bulguları yer almaktadır.

Tablo 5.5. İnovasyon yönetimi ölçeğine ilişkin sorularının faktör analizi

İnovasyon Yönetimi İfadeleri	F1	F2	F3	F4	F5	F6
A1	,844					
A2	,844					
A3	,878					
A4	,867					
A5	,864					
E6		,875				
E7		,797				
E8		,892				
E9		,870				
E10		,852				
Ö11			,820			
Ö12			,800			
Ö13			,868			
Ö14			,778			
Ö15			,845			
SKD16				,864		
SKD17				,581		
SKD18				,881		
SKD19				,864		
SKD20				,873		
RZ21					,825	
RZ22					,792	
RZ23					,878	
RZ24					,901	
RZ25					,879	
YK26						,844
YK27						,892
YK28						,774
YK29						,847
YK30						,870
Toplam Açıklanan Varyans Değeri: 72,532						

Tablo 5.5'e göre Faktör analizi sonucunda toplam varyansın %72,532'si açıklanmıştır.

Bu oran, ölçeğin inovasyon yönetimini ölçmede oldukça başarılı olduğunu gösterir. Ölçeklerin yapı geçerliğinde açıklanan varyans oranı genellikle %50'nin üzerinde olması beklenir. Bu oran, ölçekte yer alan maddelerin inovasyon yönetiminin farklı boyutlarını ölçme konusunda yeterli olduğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 5.5'te, her bir madde yüksek faktör yükleriyle belirli bir faktör altında toplanmıştır. Faktör yüklerinin genel özellikleri şu şekildedir:

- a. **Faktör 1 (Akıcılık - A):** A1, A2, A3, A4 ve A5 maddeleri, 0,844 ile 0,878 arasında faktör yüklerine sahiptir. Bu durum, akıcılığın ölçekte açık ve belirgin bir faktör olduğunu göstermektedir.
- b. **Faktör 2 (Esneklik - E):** E6, E7, E8, E9 ve E10 maddeleri, 0,797 ile 0,892 arasında faktör yükleriyle esneklik boyutunu oluşturmuştur. Bu maddeler arasındaki yükler, esnekliğin net bir şekilde ayrıştığını göstermektedir.
- c. **Faktör 3 (Özgünlük - Ö):** Ö11'den Ö15'e kadar olan maddeler, 0,778 ile 0,868 arasında faktör yüklerine sahiptir. Bu durum, özgünlük boyutunun güçlü bir şekilde temsil edildiğini göstermektedir.
- d. **Faktör 4 (Sorunlara Karşı Duyarlılık - SKD):** SKD16'dan SKD20'ye kadar olan maddeler, 0,581 ile 0,881 arasında değişmektedir. SKD17'nin faktör yükü nispeten düşük olsa da, diğer maddelerin yüksek yükleri bu boyutun güvenilirliğini desteklemektedir.
- e. **Faktör 5 (Risk ve Zorluk - RZ):** RZ21'den RZ25'e kadar olan maddeler, 0,792 ile 0,901 arasında faktör yüklerine sahiptir. Risk ve zorluk boyutu, diğer boyutlara kıyasla daha homojen bir faktör yapısı göstermektedir.
- f. **Faktör 6 (Yönün Korunması - YK):** YK26'dan YK30'a kadar olan maddeler, 0,774 ile 0,892 arasında faktör yüklerine sahiptir. Bu faktör, ölçeğin en yüksek yüklerden birini içerir ve yönün korunması alt boyutunun net şekilde temsil edildiğini kanıtlar.

Faktör analizi, ölçeğin altı temel boyuttan oluştuğunu ve bu boyutların açık bir şekilde ayrıştığını göstermektedir. Her bir faktör, yüksek faktör yükleriyle birlikte ilgili alt boyutu temsil etmektedir. Bu durum:

- Ölçeğin yapı geçerliğini destekler.
- Alt boyutların inovasyon yönetiminin farklı yönlerini ölçme kapasitesini ortaya koyar.
- Ölçek maddelerinin belirgin bir şekilde faktörlere ayrıldığını gösterir.

Tablo 5.4 ve 5.5'in sonuçları, İnovasyon Yönetimi ölçeğinin yüksek yapı geçerliğine sahip olduğunu ve inovasyon yönetiminin altı boyutunu başarıyla ölçtüğünü kanıtlamaktadır. Yüksek KMO değeri ve anlamlı Bartlett testi, faktör analizi için uygun bir veri yapısı sunmuştur. Ölçeğin toplam varyansın %72,532'sini açıklaması, ölçeğin inovasyon yönetimi konusundaki kapsayıcılığını destekler. Bu bulgular, ölçeğin hem akademik hem de uygulamalı alanlarda kullanılabilir olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

5.5. Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışma kapsamında kullanılan ölçek ve alt boyutlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 5.6'da paylaşılmıştır.

Tablo 5.6. Tanımlayıcı istatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
İnovasyon Yönetimi	3,45	0,89
A	3,46	0,95
E	3,40	0,97
Ö	3,49	0,90
SKD	3,36	1,00
RZ	3,48	0,88
YK	3,49	0,90

Ortalama ve standart sapma değerleri kullanılarak, katılımcıların inovasyon yönetimi ve alt boyutlar üzerindeki algılarına dair genel eğilimler ortaya konmuştur.

Genel İnovasyon Yönetimi (İY) Skoru

- **Ortalama (3,45):** Bu değer, katılımcıların inovasyon yönetimine yönelik genel olarak olumlu bir tutum sergilediğini göstermektedir. 3,45'lik ortalama, 5 üzerinden değerlendirildiğinde "ne katılıyorum ne katılmıyorum" ile "katılıyorum" arasında bir eğilimi ifade eder.
- **Standart Sapma (0,89):** Bu standart sapma, katılımcıların genel inovasyon yönetimi puanlarında orta düzeyde bir değişkenlik olduğunu gösterir. Katılımcılar arasında fikir birliği yüksek değildir ancak ciddi bir farklılık da gözlenmemiştir.

Alt boyutların Detaylı Analiz sonuçları ise şu şekildedir:

Akıcılık (A)

- **Ortalama(3,46):** Akıcılık alt boyutu, genel inovasyon yönetimi ortalamasına çok yakın bir değere sahiptir. Bu, katılımcıların akıcılık konusundaki tutumlarının da genel inovasyon yönetimi algılarıyla paralel olduğunu gösterir.

- **Standart Sapma(0,95):** Standart sapmanın biraz daha yüksek olması, akıcılık konusundaki bireysel farklılıkların diğer boyutlara göre daha belirgin olduğunu göstermektedir.

Esneklik (E)

- **Ortalama(3,40):** Esneklik, en düşük ortalamaya sahip alt boyutlardan biridir. Bu durum, katılımcıların inovasyon yönetiminde esneklik konusuna diğer boyutlara kıyasla daha az odaklandığını gösterebilir.
- **Standart Sapma(0,97):** Bu boyuttaki standart sapma değeri, katılımcılar arasında esneklik algısının daha değişken olduğunu ortaya koymaktadır.

Özgünlük (Ö)

- **Ortalama(3,49):** Özgünlük alt boyutu, en yüksek ortalamaya sahip boyutlardan biridir. Bu, katılımcıların özgünlükle ilgili tutumlarının genelde olumlu olduğunu ve özgünlüğün inovasyon yönetiminde önemli bir faktör olarak algılandığını gösterir.
- **Standart Sapma(0,90):** Standart sapmanın düşük olması, katılımcıların özgünlük konusundaki algılarının daha tutarlı olduğunu ifade eder.

Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)

- **Ortalama(3,36):** Bu alt boyut, en düşük ortalamaya sahip boyuttur. Bu durum, katılımcıların sorunlara karşı duyarlılık konusunda nispeten nötr bir tutuma sahip olabileceğini gösterir.
- **Standart Sapma(1,00):** Bu yüksek standart sapma değeri, sorunlara karşı duyarlılık konusunda katılımcılar arasında farklılıkların daha belirgin olduğunu ortaya koymaktadır.

Risk ve Zorluk (RZ)

- **Ortalama(3,48):** Risk ve zorluk alt boyutu, katılımcıların genel olarak bu konuda olumlu bir algıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu değer, inovasyon süreçlerinde risk alma davranışlarının genelde kabul gördüğünü ifade edebilir.
- **Standart Sapma(0,88):** Standart sapmanın düşük olması, katılımcıların bu boyutta daha tutarlı görüşlere sahip olduğunu göstermektedir.

Yönün Korunması (YK)

- **Ortalama(3,49):** Yönün korunması boyutu, özgünlük ile birlikte en yüksek ortalamaya sahip alt boyutlardan biridir. Bu, katılımcıların inovasyon süreçlerinde yönün korunmasını önemsediklerini ortaya koymaktadır.

- **Standart Sapma(0,90):**Katılımcıların bu boyuttaki görüşleri tutarlı olup, farklılıklar düşük düzeydedir.

En yüksek ortalama puanlar, Özgünlük (3,49) ve Yönün Korunması (3,49) boyutlarında gözlemlenirken, en düşük ortalama Sorunlara Karşı Duyarlılık (3,36) boyutunda görülmüştür. Bu durum, katılımcıların inovasyon yönetimi algılarında özgünlük ve yönün korunmasını daha önemli gördüklerini, sorunlara karşı duyarlılığı ise daha az önceliklendirdiklerini gösterebilir.

En yüksek standart sapma Sorunlara Karşı Duyarlılık (1,00) boyutunda olup, bu boyuttaki algı farklılıklarının diğer boyutlara kıyasla daha fazla olduğunu göstermektedir. En düşük standart sapma ise Risk ve Zorluk (0,88) boyutunda olup, bu boyuttaki görüşlerin daha homojen olduğunu ifade etmektedir.

Katılımcılar, İnovasyon Yönetimi ölçeği genelinde 3,45 ortalama ile olumlu bir tutuma sahiptir. Alt boyutların ortalamalarının da bu genel tutumla paralel olması, ölçeğin uyumlu bir şekilde çalıştığını göstermektedir.

Tablo 5.6, inovasyon yönetimi ölçeğinin genel ve alt boyut düzeyindeki sonuçlarını detaylandırarak, katılımcıların inovasyon yönetimine yönelik genel tutumlarını ve bu tutumların boyutlara göre farklılıklarını ortaya koymaktadır. Araştırma, katılımcılar arasında boyutlar bazında farklılıklar olduğunu, ancak genel olarak ölçeğin güvenilir ve tutarlı bir yapıya sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Bu bulgular, inovasyon yönetimi uygulamalarının şekillendirilmesine önemli katkılar sağlayabilir.

5.6. Farklılıkları İncelemeye Yönelik Analizler

Araştırmanın bu bölümünde, akademik personelin “İnovasyon Yönetimi Ölçeği” puanlarının demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği durumlar her bir alt boyut için ele alınarak incelenmiştir.

5.6.1. Bağımsız T-testi bulguları

Akademik personelin medeni durum değişkenine göre inovasyon yönetimi ölçeği puanlarının anlamlı şekilde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem T-testi sonuçları alt boyutları ile Tablo 5.7’de yer verilmiştir.

Tablo 5.7. Medeni duruma göre farklılıkların incelendiği bağımsız t testi bulguları

Boyutlar	Kategoriler	n	Ortalama	Standart Sapma	t	F	P
İY	Evli	120	3,51	,85	1,552	3,455	,123
	Bekar	46	3,27	,99			
A	Evli	120	3,53	,89	1,385	5,371	,168
	Bekar	46	3,30	1,08			
E	Evli	120	3,47	,92	1,516	2,395	,161
	Bekar	46	3,21	1,07			
Ö	Evli	120	3,54	,90	1,048	,002	,296
	Bekar	46	3,37	,91			
SKD	Evli	120	3,45	,94	1,884	2,796	,061
	Bekar	46	3,13	1,10			
RZ	Evli	120	3,54	,83	1,511	6,806	,133
	Bekar	46	3,31	1,00			
YK	Evli	120	3,56	,86	1,543	1,711	,125
	Bekar	46	3,32	1,00			

Tablo 5.7, akademik personelin medeni duruma göre İnovasyon Yönetimi (İY) ölçeği genel puanlarının ve alt boyutlarının anlamlı farklılık gösterip göstermediğini incelemektedir. Evli ve bekâr katılımcılar arasındaki ortalama puanlar, bağımsız t-testi kullanılarak karşılaştırılmıştır.

Genel İnovasyon Yönetimi (İY) Skoru

- **Evli bireyler:** Ortalama puanı 3,51, standart sapması 0,85.
- **Bekâr bireyler:** Ortalama puanı 3,27, standart sapması 0,99.
- **Sonuç:** Evli bireylerin genel inovasyon yönetimi skoru bekâr bireylerden daha yüksek olsa da bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (**p=0,123**). Bu sonuç, medeni durumun genel inovasyon yönetimi algısı üzerinde anlamlı bir farklılığın olmadığını göstermektedir.

Alt Boyutların İncelenmesi

Alt boyutlar için evli ve bekâr bireyler arasındaki farklılıklar;

Akıcılık (A)

- **Evli bireyler:** Ortalama puanı 3,53, standart sapması 0,89.
- **Bekâr bireyler:** Ortalama puanı 3,30, standart sapması 1,08.
- **Sonuç:** Akıcılık boyutunda evli bireylerin puanı daha yüksek olmakla birlikte, bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir (**p=0,168**). Akıcılık konusundaki tutumlar medeni durumdan bağımsızdır.

Esnelik (E)

- **Evli bireyler:** Ortalama puanı 3,47, standart sapması 0,92.
- **Bekâr bireyler:** Ortalama puanı 3,21, standart sapması 1,07.

- **Sonuç:** Esneklik boyutunda evli bireyler bekâr bireylerden daha yüksek bir puan almıştır, ancak fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,161$).

Özgünlük (Ö)

- **Evli bireyler:** Ortalama puanı 3,54, standart sapması 0,90.
- **Bekâr bireyler:** Ortalama puanı 3,37, standart sapması 0,91.
- **Sonuç:** Özgünlük boyutunda medeni duruma bağlı anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,296$). Her iki grup da özgünlük konusunda benzer bir algıya sahiptir.

Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)

- **Evli bireyler:** Ortalama puanı 3,45, standart sapması 0,94.
- **Bekâr bireyler:** Ortalama puanı 3,13, standart sapması 1,10.
- **Sonuç:** Evli bireylerin sorunlara karşı duyarlılık puanı bekârlardan daha yüksek olsa da fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,061$). Bu durum, evli bireylerin sorunlara daha duyarlı olabileceğini düşündürse de, sonuçlar genel bir genelleme yapmak için yeterli değildir.

Risk ve Zorluk (RZ)

- **Evli bireyler:** Ortalama puanı 3,54, standart sapması 0,83.
- **Bekâr bireyler:** Ortalama puanı 3,31, standart sapması 1,00.
- **Sonuç:** Risk ve zorluk boyutunda medeni durumun anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($p=0,133$). Evli bireylerin risk ve zorluk algısında daha olumlu bir tutum sergilediği görülse de, bu fark istatistiksel anlam taşımamaktadır.

Yönün Korunması (YK)

- **Evli bireyler:** Ortalama puanı 3,56, standart sapması 0,86.
- **Bekâr bireyler:** Ortalama puanı 3,32, standart sapması 1,00.
- **Sonuç:** Yönün korunması boyutunda da medeni duruma bağlı anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p=0,125$).

Alt boyutların tamamında ve genel inovasyon yönetimi skorunda evli bireylerin ortalamaları bekâr bireylerden daha yüksek çıkmıştır. Ancak, tüm farklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

Evli bireylerin daha yüksek puanlar alması, onların kariyerlerinde daha olgun bir dönemde olduklarını ve daha fazla sorumluluk üstlenmeye yatkın olduklarını gösterebilir. Ancak bu farklılıklar anlamlı olmadığından, medeni durumun inovasyon yönetimi ve alt boyutlarına doğrudan bir etkisi olduğu söylenemez.

Tablo 5.7'nin sonuçları, evli ve bekâr bireyler arasında inovasyon yönetimi algısı ve alt boyutlarında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Bu durum, medeni durumun inovasyon yönetimi ölçeğinde belirleyici bir değişken olmadığını ifade etmektedir.

5.6.2. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA)

5.6.2.1. Yaş durumuna göre farklılıkların incelenmesi

Akademik personelin yaş değişkenine göre inovasyon yönetimi ölçeği puanlarının anlamlı şekilde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları alt boyutları ile Tablo 5.8'de yer verilmiştir.

Tablo 5.8. Yaş durumuna göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	Ss	F	p
İnovasyon Yönetimi Genel	18-29	23	3,54	,63	0,246	,782
	30-49	123	3,45	,89		
	50 ve üzeri	20	3,34	1,19		
A	18-29	23	3,59	,72	,292	,747
	30-49	123	3,45	,94		
	50 ve üzeri	20	3,38	1,23		
E	18-29	23	3,45	,69	0,084	,919
	30-49	123	3,40	,98		
	50 ve üzeri	20	3,33	1,20		
Ö	18-29	23	3,59	,60	0,551	,577
	30-49	123	3,50	,89		
	50 ve üzeri	20	3,31	1,23		
SKD	18-29	23	3,47	,71	0,155	,856
	30-49	123	3,34	1,01		
	50 ve üzeri	20	3,37	1,20		
RZ	18-29	23	3,56	,64	0,622	,538
	30-49	123	3,50	,86		
	50 ve üzeri	20	3,28	1,24		
YK	18-29	23	3,56	,61	0,185	,831
	30-49	123	3,50	,92		
	50 ve üzeri	20	3,39	1,13		

Tablo 5.8, akademik personelin yaş gruplarına göre İnovasyon Yönetimi (İY) ölçeği ve alt boyutlarında anlamlı farklılık olup olmadığını değerlendirmektedir. Bu analizde yaş grupları 18-29, 30-49 ve 50 yaş ve üzeri olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. Bulgular, her bir alt boyut için ortalamalar, standart sapmalar ve anlamlılık düzeyleriyle birlikte ele alınmıştır.

Genel İnovasyon Yönetimi Skoru

- **18-29 yaş:** Ortalama 3,54 (SS=0,63)

- **30-49 yaş:** Ortalama 3,45 (SS=0,89)
- **50 yaş ve üzeri:** Ortalama 3,34 (SS=1,19)

Yaş grupları arasında genel İnovasyon Yönetimi skoru açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,782$). Bununla birlikte, en yüksek ortalama 18-29 yaş grubunda, en düşük ortalama ise 50 yaş ve üzeri grupta görülmektedir. Bu sonuç, genç bireylerin inovasyon yönetimi konusunda daha yüksek bir tutuma sahip olabileceğini düşündürse de farkın anlamlı olmaması, bu durumun sistematik bir etki olmadığını göstermektedir.

Alt Boyutların Detaylı İncelenmesi

Her bir alt boyutta yaş gruplarına göre elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Akıcılık (A)

- **18-29 yaş:** Ortalama 3,59 (SS=0,72)
- **30-49 yaş:** Ortalama 3,45 (SS=0,94)
- **50 yaş ve üzeri:** Ortalama 3,38 (SS=1,23)

Yaş grupları arasında akıcılık boyutunda anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,747$). Ancak, genç katılımcılar (18-29 yaş) akıcılıkta daha yüksek puan almıştır. Bu durum, genç bireylerin inovasyon süreçlerinde akıcı düşünme ve hareket etme becerilerinin daha fazla ön plana çıktığını düşündürülebilir.

Esneklik (E)

- **18-29 yaş:** Ortalama 3,45 (SS=0,69)
- **30-49 yaş:** Ortalama 3,40 (SS=0,98)
- **50 yaş ve üzeri:** Ortalama 3,33 (SS=1,20)

Esneklik boyutunda yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,919$). Esneklik boyutunda 18-29 yaş grubu daha yüksek bir ortalama sergilerken, farkın anlamlı olmaması esnekliğin yaşa bağlı olarak değişmediğini göstermektedir.

Özgünlük (Ö)

- **18-29 yaş:** Ortalama 3,59 (SS=0,60)
- **30-49 yaş:** Ortalama 3,50 (SS=0,89)
- **50 yaş ve üzeri:** Ortalama 3,31 (SS=1,23)

Özgünlük boyutunda da yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,577$). Genç yaş grubunun (18-29 yaş) daha yüksek özgünlük puanları alması, inovasyon süreçlerinde yeni fikirler üretme konusunda daha aktif olduklarını düşündürülebilir.

Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)

- **18-29 yaş:** Ortalama 3,47 (SS=0,71)
- **30-49 yaş:** Ortalama 3,34 (SS=1,01)
- **50 yaş ve üzeri:** Ortalama 3,37 (SS=1,20)

Sorunlara karşı duyarlılık boyutunda yaş grupları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p=0,856$). Yaş grupları arasında benzer puanlar elde edilmiştir, bu da sorunlara duyarlılığın yaşa göre değişmediğini göstermektedir.

Risk ve Zorluk (RZ)

- **18-29 yaş:** Ortalama 3,56 (SS=0,64)
- **30-49 yaş:** Ortalama 3,50 (SS=0,86)
- **50 yaş ve üzeri:** Ortalama 3,28 (SS=1,24)

Risk ve zorluk boyutunda da yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,538$). Genç katılımcıların (18-29 yaş) daha yüksek puan alması, bu yaş grubunun risk alma konusunda daha istekli olduğunu gösterebilir.

Yönün Korunması (YK)

- **18-29 yaş:** Ortalama 3,56 (SS=0,61)
- **30-49 yaş:** Ortalama 3,50 (SS=0,92)
- **50 yaş ve üzeri:** Ortalama 3,39 (SS=1,13)

Yönün korunması boyutunda da yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,831$). Bu durum, yönün korunması algısının yaş grupları arasında benzer şekilde algılandığını göstermektedir.

Yaş grupları arasında İnovasyon Yönetimi genel skoru ve alt boyutlarda anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir. Bu durum, yaş faktörünün inovasyon yönetimi algısı üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Her ne kadar farklar istatistiksel olarak anlamlı olmasa da, 18-29 yaş grubu genel olarak diğer yaş gruplarına kıyasla daha yüksek ortalama puanlara sahiptir. Bu durum, genç bireylerin inovasyon yönetimi süreçlerine daha pozitif yaklaştığını düşündürülebilir.

Tablo 5.8, yaşın İnovasyon Yönetimi ölçeği genel skoru ve alt boyutları üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını ortaya koymaktadır. Genç yaş grubunun daha yüksek puanlara sahip olması dikkat çekicidir, ancak farkların istatistiksel olarak anlamlı bulunmaması, bu durumun genelleştirilemeyeceğini göstermektedir.

5.6.2.2. Eğitim düzeyine göre farklılıkların incelenmesi

Akademik personelin eğitim düzeyi değişkenine göre inovasyon yönetimi ölçeği puanlarının anlamlı şekilde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları alt boyutları ile Tablo 5.9'da yer verilmiştir.

Tablo 5.9. Eğitim düzeyine göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	Ss	F	p
İnovasyon Yönetimi Genel	Lisans	2	3,47	,33	0,707	,495
	Y. Lisans	48	3,58	,96		
	Doktora	116	3,39	,87		
A	Lisans	2	3,40	,85	0,335	,716
	Y. Lisans	48	3,56	1,04		
	Doktora	116	3,43	,91		
E	Lisans	2	3,30	,99	0,557	,574
	Y. Lisans	48	3,52	1,05		
	Doktora	116	3,35	,93		
Ö	Lisans	2	3,80	,00	1,251	,289
	Y. Lisans	48	3,65	,91		
	Doktora	116	3,43	,91		
SKD	Lisans	2	3,20	,28	1,356	,260
	Y. Lisans	48	3,56	1,07		
	Doktora	116	3,28	,96		
RZ	Lisans	2	3,50	,14	0,147	,864
	Y. Lisans	48	3,54	,94		
	Doktora	116	3,46	,87		
YK	Lisans	2	3,60	,28	0,814	,445
	Y. Lisans	48	3,63	1,03		
	Doktora	116	3,43	,85		

Tablo 5.9, akademik personelin eğitim düzeylerine göre İnovasyon Yönetimi (İY) ölçeği genel puanları ve alt boyutlarında anlamlı farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA analizini içermektedir. Eğitim düzeyleri **lisans**, **yüksek lisans ve doktora** olarak üç kategoriye ayrılmıştır. Bulgular, eğitim düzeyinin İnovasyon Yönetimi üzerindeki etkisinin kapsamlı bir değerlendirmesini sunmaktadır.

Genel İnovasyon Yönetimi Skoru

- **Lisans mezunları:** Ortalama 3,47 (SS=0,33)

- **Yüksek lisans mezunları:** Ortalama 3,58 (SS=0,96)
- **Doktora mezunları:** Ortalama 3,39 (SS=0,87)

Eğitim düzeyine göre genel İnovasyon Yönetimi puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,495$). Yüksek lisans mezunlarının en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, yüksek lisans mezunlarının doktora mezunlarına göre inovasyon yönetimi konularında daha olumlu bir algıya sahip olabileceğini düşündürse de farkın anlamlı olmaması, bu durumun genel bir eğilim olmadığını gösterir.

Alt Boyutların Detaylı İncelenmesi

Her bir alt boyutta eğitim düzeylerine göre elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Akıcılık (A)

- **Lisans mezunları:** Ortalama 3,40 (SS=0,85)
- **Yüksek lisans mezunları:** Ortalama 3,56 (SS=1,04)
- **Doktora mezunları:** Ortalama 3,43 (SS=0,91)

Akıcılık boyutunda eğitim düzeyine bağlı anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,716$). Yüksek lisans mezunlarının daha yüksek puanlar alması, bu grubun inovasyon süreçlerinde daha hızlı ve akıcı bir düşünce yapısına sahip olduğunu gösterebilir.

Esneklik (E)

- **Lisans mezunları:** Ortalama 3,30 (SS=0,99)
- **Yüksek lisans mezunları:** Ortalama 3,52 (SS=1,05)
- **Doktora mezunları:** Ortalama 3,35 (SS=0,93)

Esneklik boyutunda eğitim düzeyine göre anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p=0,574$). Bu sonuç, esnekliğin eğitim düzeyine göre farklılık göstermediğini, bireylerin genel olarak benzer bir esneklik algısına sahip olduğunu göstermektedir.

Özgünlük (Ö)

- **Lisans mezunları:** Ortalama 3,80 (SS=0,00)
- **Yüksek lisans mezunları:** Ortalama 3,65 (SS=0,91)
- **Doktora mezunları:** Ortalama 3,43 (SS=0,91)

Özgünlük boyutunda eğitim düzeyine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,289$). Ancak, lisans mezunlarının özgünlük puanlarının yüksek olması dikkat çekicidir. Bu durum, özgünlük algısının yüksek akademik seviyelerde daha az belirgin olduğunu gösterebilir.

Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)

- **Lisans mezunları:** Ortalama 3,20 (SS=0,28)
- **Yüksek lisans mezunları:** Ortalama 3,56 (SS=1,07)
- **Doktora mezunları:** Ortalama 3,28 (SS=0,96)

Sorunlara karşı duyarlılık boyutunda da eğitim düzeyine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,260$). Yüksek lisans mezunlarının bu boyutta daha yüksek puan alması, onların sorunlara daha duyarlı bir yaklaşım sergilediklerini düşündürülebilir.

Risk ve Zorluk (RZ)

- **Lisans mezunları:** Ortalama 3,50 (SS=0,14)
- **Yüksek lisans mezunları:** Ortalama 3,54 (SS=0,94)
- **Doktora mezunları:** Ortalama 3,46 (SS=0,87)

Risk ve zorluk boyutunda eğitim düzeyine göre anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,864$). Lisans ve yüksek lisans mezunlarının risk ve zorluk konusunda daha yüksek puanlara sahip olması, bu grupların risk alma davranışlarını doktora mezunlarına kıyasla daha fazla desteklediğini düşündürülebilir.

Yönün Korunması (YK)

- **Lisans mezunları:** Ortalama 3,60 (SS=0,28)
- **Yüksek lisans mezunları:** Ortalama 3,63 (SS=1,03)
- **Doktora mezunları:** Ortalama 3,43 (SS=0,85)

Yönün korunması boyutunda eğitim düzeyine bağlı anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,445$). Yüksek lisans mezunlarının en yüksek ortalamaya sahip olması, bu grubun inovasyon süreçlerinde belirlenen yönü koruma konusuna daha fazla önem verdiğini gösterebilir.

Eğitim düzeyine göre genel İnovasyon Yönetimi puanı ve alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu, inovasyon yönetimi algısının lisans, yüksek lisans ve doktora seviyeleri arasında değişmediğini göstermektedir.

Yüksek lisans mezunları, genel olarak alt boyutlarda ve genel İnovasyon Yönetimi skorunda diğer gruplardan daha yüksek puan almıştır. Bu durum, bu grubun inovasyon süreçlerinde daha pozitif bir tutuma sahip olabileceğini düşündürmektedir.

Lisans mezunlarının özgünlük puanlarının daha yüksek olması, bu grubun yenilikçi fikir üretme konusundaki yeteneklerini daha fazla ön plana çıkarabileceğini işaret edebilir.

Tablo 5.9, eğitim düzeyine göre İnovasyon Yönetimi ölçeği ve alt boyutlarında anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymaktadır. Yüksek lisans mezunlarının puanlarının

diğer gruplara kıyasla daha yüksek olması dikkat çekici olsa da farkların istatistiksel olarak anlamlı bulunmaması, bu sonuçların genelleştirilemeyeceğini göstermektedir.

5.6.2.3. Akademik kadrolarına göre farklılıkların incelenmesi

Akademik personelin kadro değişkenine göre inovasyon yönetimi ölçeği puanlarının anlamlı şekilde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları alt boyutları ile Tablo 5.10'da yer verilmiştir.

Tablo 5.10. Akademik kadrolarına göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	Ss	F	p
İnovasyon Yönetimi Genel	Öğretim Gör./Okutman	42	3,69	,84	5,154	,001*
	Araştırma Gör.	26	3,00	,84		
	Dr. Öğr. Üyesi	58	3,38	,79		
	Doçent	31	3,37	1,03		
	Profesör	9	4,32	,41		
A	Öğretim Gör./Okutman	42	3,73	,88	6,329	,000*
	Araştırma Gör.	26	2,87	,97		
	Dr. Öğr. Üyesi	58	3,44	,81		
	Doçent	31	3,37	1,03		
	Profesör	9	4,38	,41		
E	Öğretim Gör./Okutman	42	3,69	,87	5,612	,000*
	Araştırma Gör.	26	2,84	,96		
	Dr. Öğr. Üyesi	58	3,32	,85		
	Doçent	31	3,35	1,11		
	Profesör	9	4,27	,50		
Ö	Öğretim Gör./Okutman	42	3,74	,87	4,136	,003*
	Araştırma Gör.	26	3,13	,77		
	Dr. Öğr. Üyesi	58	3,44	,79		
	Doçent	31	3,3	1,12		
	Profesör	9	4,29	,43		
SKD	Öğretim Gör./Okutman	42	3,64	,97	5,166	,001*
	Araştırma Gör.	26	2,88	,95		
	Dr. Öğr. Üyesi	58	3,23	,93		
	Doçent	31	3,36	1,03		

	Profesör	9	4,33	,40		
RZ	Öğretim Gör./Okutman	42	3,61	,84	3,816	,005*
	Araştırma Gör.	26	3,13	,80		
	Dr. Öğr. Üyesi	58	3,45	,80		
	Doçent	31	3,39	1,06		
	Profesör	9	4,36	,39		
YK	Öğretim Gör./Okutman	42	3,73	,90	3,945	,004*
	Araştırma Gör.	26	3,14	,86		
	Dr. Öğr. Üyesi	58	3,41	,78		
	Doçent	31	3,39	1,06		
	Profesör	9	4,29	,42		

*p<,05

Tablo 5.10, akademik personelin kadro durumlarına göre İnovasyon Yönetimi (İY) ölçeği genel puanları ve alt boyutlarında anlamlı farklılık olup olmadığını incelemek için yapılan tek yönlü ANOVA analizinin sonuçlarını içermektedir. Akademik kadrolar, Öğretim Görevlisi/Okutman, Araştırma Görevlisi, Dr. Öğr. Üyesi, Doçent ve Profesör olarak sınıflandırılmıştır.

Genel İnovasyon Yönetimi Skoru

- **Öğretim Görevlisi/Okutman:** Ortalama 3,69 (SS=0,84)
- **Araştırma Görevlisi:** Ortalama 3,00 (SS=0,84)
- **Dr. Öğr. Üyesi:** Ortalama 3,38 (SS=0,79)
- **Doçent:** Ortalama 3,37 (SS=1,03)
- **Profesör:** Ortalama 4,32 (SS=0,41)

Akademik kadrolar arasında genel İnovasyon Yönetimi puanı açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur (**p<0,05**). Profesörlerin puanlarının diğer gruplardan belirgin şekilde yüksek olması dikkat çekmektedir. Araştırma görevlileri ise en düşük puana sahiptir. Bu sonuç, akademik kariyer basamakları yükseldikçe inovasyon yönetimi algısının olumlu yönde arttığını göstermektedir.

Alt Boyutların Detaylı İncelenmesi

Her bir alt boyut için akademik kadrolar arasındaki farklılıklar aşağıda verilmiştir.

Akıcılık (A)

- **Öğretim Görevlisi/Okutman:** Ortalama 3,73 (SS=0,88)
- **Araştırma Görevlisi:** Ortalama 2,87 (SS=0,97)
- **Dr. Öğr. Üyesi:** Ortalama 3,44 (SS=0,81)

- **Doçent:** Ortalama 3,37 (SS=1,03)
- **Profesör:** Ortalama 4,38 (SS=0,41)

Akıcılık boyutunda anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,05$). Profesörler en yüksek puana sahipken, araştırma görevlileri en düşük puana sahiptir. Bu durum, akademik kariyerde tecrübe ve kıdemin akıcı düşünce süreçlerini desteklediğini gösterebilir.

Esneklik (E)

- **Öğretim Görevlisi/Okutman:** Ortalama 3,69 (SS=0,87)
- **Araştırma Görevlisi:** Ortalama 2,84 (SS=0,96)
- **Dr. Öğr. Üyesi:** Ortalama 3,32 (SS=0,85)
- **Doçent:** Ortalama 3,35 (SS=1,11)
- **Profesör:** Ortalama 4,27 (SS=0,50)

Esneklik boyutunda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). Profesörlerin esneklik puanlarının en yüksek olması, bu grubun yeniliklere ve değişimlere daha açık olduğunu gösterebilir.

Özgünlük (Ö)

- **Öğretim Görevlisi/Okutman:** Ortalama 3,74 (SS=0,87)
- **Araştırma Görevlisi:** Ortalama 3,13 (SS=0,77)
- **Dr. Öğr. Üyesi:** Ortalama 3,44 (SS=0,79)
- **Doçent:** Ortalama 3,30 (SS=1,12)
- **Profesör:** Ortalama 4,29 (SS=0,43)

Özgünlük boyutunda da anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir ($p<0,05$). Profesörlerin yüksek puanları, bu grubun yenilikçi fikir üretme yeteneği ve motivasyonunun diğer gruplardan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)

- **Öğretim Görevlisi/Okutman:** Ortalama 3,64 (SS=0,97)
- **Araştırma Görevlisi:** Ortalama 2,88 (SS=0,95)
- **Dr. Öğr. Üyesi:** Ortalama 3,23 (SS=0,93)
- **Doçent:** Ortalama 3,36 (SS=1,03)
- **Profesör:** Ortalama 4,33 (SS=0,40)

Sorunlara karşı duyarlılık boyutunda da anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($p<0,05$). Profesörlerin daha yüksek duyarlılık puanlarına sahip olması, bu grubun sorunları daha etkili bir şekilde fark edip çözme konusunda daha etkin olduğunu gösterebilir.

Risk ve Zorluk (RZ)

- **Öğretim Görevlisi/Okutman:** Ortalama 3,61 (SS=0,84)
- **Araştırma Görevlisi:** Ortalama 3,13 (SS=0,80)
- **Dr. Öğr. Üyesi:** Ortalama 3,45 (SS=0,80)
- **Doçent:** Ortalama 3,39 (SS=1,06)
- **Profesör:** Ortalama 4,36 (SS=0,39)

Risk ve zorluk boyutunda da anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p<0,05$). Profesörlerin daha yüksek puanlar alması, bu grubun risk alma ve zorluklarla başa çıkma konusunda daha fazla özgüvene sahip olduğunu gösterebilir.

Yönün Korunması (YK)

- **Öğretim Görevlisi/Okutman:** Ortalama 3,73 (SS=0,90)
- **Araştırma Görevlisi:** Ortalama 3,14 (SS=0,86)
- **Dr. Öğr. Üyesi:** Ortalama 3,41 (SS=0,78)
- **Doçent:** Ortalama 3,39 (SS=1,06)
- **Profesör:** Ortalama 4,29 (SS=0,42)

Yönün korunması boyutunda da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). Profesörlerin en yüksek puanlara sahip olması, bu grubun belirlenen hedeflere bağlılığı ve istikrarı diğer gruplara kıyasla daha fazla önemsediklerini gösterebilir.

Tüm boyutlarda profesörlerin puanları en yüksek seviyededir. Bu durum, tecrübe, kıdem ve liderlik pozisyonlarının inovasyon yönetimi algısını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Araştırma görevlilerinin en düşük puanlara sahip olması, bu grubun inovasyon yönetimi algısının henüz gelişim aşamasında olduğunu düşündürebilir. Bu durum, genç akademisyenlerin inovasyon süreçlerine daha fazla entegre edilmesi gerektiğini işaret edebilir.

Akademik kariyer basamaklarının yükselmesiyle inovasyon yönetimi algısı daha olumludur. Bu, akademik kıdemle inovasyon süreçlerine liderlik etme kapasitesini artırdığını gösterebilir.

Tablo 5.10, akademik kadro durumunun İnovasyon Yönetimi ölçeği genel skoru ve alt boyutlarında anlamlı farklılık yarattığını ortaya koymaktadır. Profesörlerin en yüksek puanlara sahip olması, inovasyon yönetiminde liderlik rolü üstlendiklerini göstermektedir.

5.6.2.4. Temel alanlarına göre farklılıkların incelenmesi

Akademik personelin temel alanlarına göre inovasyon yönetimi ölçeği puanlarının anlamlı şekilde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları alt boyutları ile Tablo 5.11’de yer verilmiştir.

Tablo 5.11. Temel alanlarına göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	Ss	F	p
İnovasyon Yönetimi Genel	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	3,81	,40	0,840	,591
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	3,55	,69		
	Filoloji	3	3,78	,03		
	Güzel Sanatlar	14	3,14	,65		
	İlahiyat	6	3,98	,57		
	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	4,10	,32		
	Mühendislik	37	3,49	1,02		
	Sağlık Bilimleri	20	3,32	,81		
	Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler	39	3,30	1,05		
	Spor Bilimleri	6	3,32	1,08		
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	3,66	1,05		
A	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	3,60	,50	0,588	,822
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	3,62	,76		
	Filoloji	3	3,80	,00		
	Güzel Sanatlar	14	3,23	,82		
	İlahiyat	6	3,90	,46		
	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	4,20	,28		
	Mühendislik	37	3,50	1,06		
	Sağlık Bilimleri	20	3,29	,89		
	Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler	39	3,34	1,11		
	Spor Bilimleri	6	3,47	1,10		
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	3,47	1,03		
E	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	3,77	,76	1,061	,396
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	3,52	,78		
	Filoloji	3	3,60	,00		
	Güzel Sanatlar	14	3,14	,69		
	İlahiyat	6	4,13	,61		

	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	4,40	,56		
	Mühendislik	37	3,39	1,09		
	Sağlık Bilimleri	20	3,32	,84		
	Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler	39	3,17	1,11		
	Spor Bilimleri	6	3,43	1,16		
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	3,60	1,13		
Ö	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	4,00	,33	1,197	,297
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	3,58	,69		
	Filoloji	3	3,80	,00		
	Güzel Sanatlar	14	3,10	,78		
	İlahiyat	6	3,87	,84		
	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	4,10	,14		
	Mühendislik	37	3,64	,88		
	Sağlık Bilimleri	20	3,23	,92		
	Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler	39	3,38	1,10		
	Spor Bilimleri	6	3,17	1,05		
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	3,80	,96		
SKD	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	3,80	,48	0,731	,694
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	3,39	,80		
	Filoloji	3	3,80	,00		
	Güzel Sanatlar	14	3,00	,72		
	İlahiyat	6	3,93	,57		
	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	4,10	,14		
	Mühendislik	37	3,39	1,19		
	Sağlık Bilimleri	20	3,27	,82		
	Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler	39	3,31	1,12		
	Spor Bilimleri	6	3,10	1,36		
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	3,37	1,32		
RZ	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	3,87	,30	0,973	,469
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	3,62	,66		
	Filoloji	3	3,73	,11		
	Güzel Sanatlar	14	3,20	,60		
	İlahiyat	6	4,10	,57		
	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	3,90	,42		
	Mühendislik	37	3,51	1,03		
	Sağlık Bilimleri	20	3,43	,76		

	Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler	39	3,27	1,05		
	Spor Bilimleri	6	3,33	,94		
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	3,70	1,09		
YK	Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme	6	3,80	,43	0,840	,591
	Fen Bilimleri ve Matematik	27	3,57	,73		
	Filoloji	3	3,93	,11		
	Güzel Sanatlar	14	3,17	,55		
	İlahiyat	6	3,93	,48		
	Mimarlık, Planlama, Tasarım	2	3,90	,42		
	Mühendislik	37	3,49	1,10		
	Sağlık Bilimleri	20	3,39	,87		
	Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler	39	3,36	1,02		
	Spor Bilimleri	6	3,43	1,04		
	Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri	6	4,03	,87		

Tablo 5.11, akademik personelin çalıştıkları temel alanlara göre İnovasyon Yönetimi (İY) ölçeği genel puanları ve alt boyutlarında anlamlı farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA analizinin sonuçlarını içermektedir. Temel alanlar, farklı disiplinleri temsil eden 11 kategoriye ayrılmıştır. Bu analiz, disiplinler arası farklılıkları anlamak ve inovasyon yönetimi algısının hangi alanlarda daha yüksek olduğunu tespit etmek için önemlidir.

Genel İnovasyon Yönetimi Skoru

- **En yüksek ortalama:** Mimarlık, Planlama ve Tasarım (4,10)
- **En düşük ortalama:** Güzel Sanatlar (3,14)
- **Anlamlılık (p):** 0,591

Temel alanlara göre genel İnovasyon Yönetimi skoru açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır (**p=0,591**). Bununla birlikte, Mimarlık, Planlama ve Tasarım alanındaki katılımcıların en yüksek ortalamaya sahip olması, bu alanlarda çalışan bireylerin inovasyon yönetimine daha olumlu yaklaştığını düşündürmektedir. Güzel Sanatlar alanının düşük ortalama puanı ise bu alanlarda inovasyon algısının daha düşük olabileceğini işaret etmektedir.

Alt Boyutların Detaylı İncelenmesi

Her bir alt boyutta temel alanlara göre elde edilen sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Akıcılık (A)

- **En yüksek ortalama:** Mimarlık, Planlama ve Tasarım (4,20)
- **En düşük ortalama:** Güzel Sanatlar (3,23)
- **Anlamlılık (p):** 0,822

Akıcılık boyutunda temel alanlara göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Mimarlık, Planlama ve Tasarım alanında çalışanların daha yüksek puanlara sahip olması, bu alanlarda akıcılığın, yani yeniliklerin kolaylıkla uygulanabilmesinin önemsendiğini göstermektedir.

Esneklik (E)

- **En yüksek ortalama:** Mimarlık, Planlama ve Tasarım (4,40)
- **En düşük ortalama:** Güzel Sanatlar (3,14)
- **Anlamlılık (p):** 0,396

Esneklik boyutunda da temel alanlara göre anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Mimarlık alanındaki yüksek puanlar, bu alanda çalışan bireylerin değişime ve yeniliklere daha açık olduğunu gösterebilir.

Özgünlük (Ö)

- **En yüksek ortalama:** Mimarlık, Planlama ve Tasarım (4,10)
- **En düşük ortalama:** Güzel Sanatlar (3,10)
- **Anlamlılık (p):** 0,297

Özgünlük boyutunda da temel alanlar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak, mimarlık ve mühendislik gibi uygulamalı alanların özgünlükte daha yüksek puan alması, bu alanlarda yenilikçi fikirlerin önemini vurgulamaktadır.

Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)

- **En yüksek ortalama:** Mimarlık, Planlama ve Tasarım (4,10)
- **En düşük ortalama:** Güzel Sanatlar (3,00)
- **Anlamlılık (p):** 0,694

Sorunlara karşı duyarlılık boyutunda temel alanlara göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Mimarlık alanındaki yüksek puanlar, bu alanlarda çalışanların sorunlara karşı daha duyarlı olduğunu gösterebilir.

Risk ve Zorluk (RZ)

- **En yüksek ortalama:** Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme (3,87)
- **En düşük ortalama:** Güzel Sanatlar (3,20)
- **Anlamlılık (p):** 0,469

Risk ve zorluk boyutunda temel alanlara göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Eğitim bilimleri alanındaki yüksek puanlar, bu alanda çalışan bireylerin risk alma ve zorluklarla başa çıkma konularında daha olumlu bir tutuma sahip olduğunu gösterebilir.

Yönün Korunması (YK)

- **En yüksek ortalama:** Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri (4,03)
- **En düşük ortalama:** Güzel Sanatlar (3,17)
- **Anlamlılık (p):** 0,591

Yönün korunması boyutunda da temel alanlar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ziraat alanındaki yüksek puanlar, bu alanda çalışan bireylerin belirlenen hedeflere bağlılığı daha fazla önemseydiğini gösterebilir.

Mimarlık, Planlama ve Tasarım gibi uygulamalı alanlarda çalışan bireylerin puanlarının genellikle daha yüksek olması, bu alanlarda inovasyon süreçlerinin daha aktif ve yenilikçi bir şekilde yönetildiğini gösterebilir.

Güzel Sanatlar alanında düşük puanlar, bu alanın inovasyon süreçlerine daha az odaklandığını veya bu konuda farklı bir yaklaşım benimsediğini düşündürülebilir.

Alt boyutların tamamında ve genel İnovasyon Yönetimi puanlarında anlamlı farkların olmaması, temel alanların inovasyon yönetimi algısı üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Tablo 5.11, temel alanlara göre İnovasyon Yönetimi ölçeği genel skoru ve alt boyutlarında anlamlı bir fark olmadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, Mimarlık, Planlama ve Tasarım gibi uygulamalı alanlarda çalışan bireylerin daha yüksek puanlara sahip olması, bu alanların inovasyon süreçlerinde daha etkin olduğunu göstermektedir.

5.6.2.5. Akademideki çalışma süresine göre farklılıkların incelenmesi

Akademik personelin mesleki tecrübelerine göre inovasyon yönetimi ölçeği puanlarının anlamlı şekilde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi sonuçları alt boyutları ile Tablo 5.12'de yer verilmiştir.

Tablo 5.12. Mesleki tecrübelerine göre farklılıkların incelendiği tek yönlü varyans analizi bulguları

Boyutlar	Yaş	N	Ort.	Ss	F	p
İnovasyon Yönetimi Genel	5 yıl altı	17	3,23	,94	2,536	,042*
	5-10 yıl	57	3,40	,89		
	11-15 yıl	59	3,34	,96		
	16-20 yıl	25	3,74	,61		
	21 yıl ve üstü	8	4,16	,58		
A	5 yıl altı	17	3,15	1,10	3,042	,019*
	5-10 yıl	57	3,42	,96		
	11-15 yıl	59	3,36	,97		
	16-20 yıl	25	3,73	,60		
	21 yıl ve üstü	8	4,35	,50		
E	5 yıl altı	17	3,19	1,09	2,082	,085
	5-10 yıl	57	3,30	,98		
	11-15 yıl	59	3,32	1,00		
	16-20 yıl	25	3,72	,69		
	21 yıl ve üstü	8	4,05	,69		
Ö	5 yıl altı	17	3,52	,64	1,849	,122
	5-10 yıl	57	3,40	,97		
	11-15 yıl	59	3,39	,98		
	16-20 yıl	25	3,70	,66		
	21 yıl ve üstü	8	4,18	,64		
SKD	5 yıl altı	17	3,06	1,14	2,419	,051
	5-10 yıl	57	3,31	,95		
	11-15 yıl	59	3,26	1,07		
	16-20 yıl	25	3,77	,65		
	21 yıl ve üstü	8	3,95	,83		
RZ	5 yıl altı	17	3,20	,90	3,149	,016*
	5-10 yıl	57	3,47	,82		
	11-15 yıl	59	3,34	,98		
	16-20 yıl	25	3,78	,63		
	21 yıl ve üstü	8	4,23	,51		
YK	5 yıl altı	17	3,27	,98	2,362	,055
	5-10 yıl	57	3,49	,88		
	11-15 yıl	59	3,35	,99		
	16-20 yıl	25	3,74	,58		
	21 yıl ve üstü	8	4,20	,55		

*p<,05

Tablo 5.12, akademik personelin mesleki tecrübe sürelerine göre İnovasyon Yönetimi (İY) ölçeği genel puanları ve alt boyutlarında anlamlı farklılık olup olmadığını değerlendirmek için yapılan tek yönlü ANOVA analizinin sonuçlarını içermektedir. Katılımcılar, mesleki tecrübelerine göre 5 yıl altı, 5-10 yıl, 11-15 yıl, 16-20 yıl ve 21 yıl ve üstü olmak üzere beş kategoriye ayrılmıştır.

Genel İnovasyon Yönetimi Skoru

- **5 yıl altı:** Ortalama 3,23 (SS=0,94)
- **5-10 yıl:** Ortalama 3,40 (SS=0,89)
- **11-15 yıl:** Ortalama 3,34 (SS=0,96)
- **16-20 yıl:** Ortalama 3,74 (SS=0,61)
- **21 yıl ve üstü:** Ortalama 4,16 (SS=0,58)
- **Anlamlılık (p):** 0,042

Mesleki tecrübe düzeyine göre genel İnovasyon Yönetimi puanlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). En yüksek ortalama, 21 yıl ve üzeri tecrübeye sahip katılımcılarda gözlemlenmiştir. En düşük puan ise 5 yıl altı tecrübeye sahip bireylerden gelmiştir. Bu bulgu, mesleki tecrübe arttıkça inovasyon yönetimi algısının daha olumlu hale geldiğini göstermektedir.

Alt Boyutların Detaylı İncelenmesi

Akıcılık (A)

- **5 yıl altı:** Ortalama 3,15 (SS=1,10)
- **5-10 yıl:** Ortalama 3,42 (SS=0,96)
- **11-15 yıl:** Ortalama 3,36 (SS=0,97)
- **16-20 yıl:** Ortalama 3,73 (SS=0,60)
- **21 yıl ve üstü:** Ortalama 4,35 (SS=0,50)
- **Anlamlılık (p):** 0,019

Akıcılık boyutunda mesleki tecrübeye göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). 21 yıl ve üzeri tecrübeye sahip katılımcıların daha yüksek puan alması, bu grubun yenilikçi süreçlerde daha akıcı bir şekilde hareket ettiğini göstermektedir.

Esneklik (E)

- **5 yıl altı:** Ortalama 3,19 (SS=1,09)
- **5-10 yıl:** Ortalama 3,30 (SS=0,98)
- **11-15 yıl:** Ortalama 3,32 (SS=1,00)
- **16-20 yıl:** Ortalama 3,72 (SS=0,69)

- **21 yıl ve üstü:** Ortalama 4,05 (SS=0,69)
- **Anlamlılık (p):** 0,085

Esneklik boyutunda mesleki tecrübeye bağlı anlamlı bir fark bulunmamakla birlikte, tecrübe süresi arttıkça puanların yükselme eğilimi dikkat çekmektedir. Bu durum, daha deneyimli bireylerin yeniliklere ve değişimlere daha açık olduğunu düşündürülebilir.

Özgünlük (Ö)

- **5 yıl altı:** Ortalama 3,52 (SS=0,64)
- **5-10 yıl:** Ortalama 3,40 (SS=0,97)
- **11-15 yıl:** Ortalama 3,39 (SS=0,98)
- **16-20 yıl:** Ortalama 3,70 (SS=0,66)
- **21 yıl ve üstü:** Ortalama 4,18 (SS=0,64)
- **Anlamlılık (p):** 0,122

Özgünlük boyutunda mesleki tecrübeye bağlı anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,05$). Ancak, tecrübe arttıkça özgünlük puanlarının yükselmesi, daha deneyimli bireylerin yenilikçi fikir üretme konusunda daha özgüvenli olduğunu gösterebilir.

Sorunlara Karşı Duyarlılık (SKD)

- **5 yıl altı:** Ortalama 3,06 (SS=1,14)
- **5-10 yıl:** Ortalama 3,31 (SS=0,95)
- **11-15 yıl:** Ortalama 3,26 (SS=1,07)
- **16-20 yıl:** Ortalama 3,77 (SS=0,65)
- **21 yıl ve üstü:** Ortalama 3,95 (SS=0,83)
- **Anlamlılık (p):** 0,051

Sorunlara karşı duyarlılık boyutunda anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Ancak, 21 yıl ve üzeri tecrübeye sahip bireylerin daha yüksek puanlara sahip olması, bu grubun sorunlara daha duyarlı bir yaklaşım sergilediğini gösterebilir.

Risk ve Zorluk (RZ)

- **5 yıl altı:** Ortalama 3,20 (SS=0,90)
- **5-10 yıl:** Ortalama 3,47 (SS=0,82)
- **11-15 yıl:** Ortalama 3,34 (SS=0,98)
- **16-20 yıl:** Ortalama 3,78 (SS=0,63)
- **21 yıl ve üstü:** Ortalama 4,23 (SS=0,51)
- **Anlamlılık (p):** 0,016

Risk ve zorluk boyutunda mesleki tecrübeye göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). 21 yıl ve üzeri tecrübeye sahip bireylerin daha yüksek puanlara sahip olması, bu grubun risk alma ve zorluklarla başa çıkma konusunda daha olumlu bir tutuma sahip olduğunu göstermektedir.

Yönün Korunması (YK)

- **5 yıl altı:** Ortalama 3,27 (SS=0,98)
- **5-10 yıl:** Ortalama 3,49 (SS=0,88)
- **11-15 yıl:** Ortalama 3,35 (SS=0,99)
- **16-20 yıl:** Ortalama 3,74 (SS=0,58)
- **21 yıl ve üstü:** Ortalama 4,20 (SS=0,55)
- **Anlamlılık (p):** 0,055

Yönün korunması boyutunda anlamlı bir fark bulunmamakla birlikte, tecrübe süresi arttıkça puanların yükselme eğilimi dikkat çekmektedir. Bu durum, tecrübeli bireylerin belirlenen yön ve hedeflere daha bağlı olduklarını gösterebilir.

Genel İnovasyon Yönetimi puanı ve bazı alt boyutlarda (Akıcılık ve Risk ve Zorluk gibi) mesleki tecrübeye bağlı anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Tecrübe arttıkça puanların yükselmesi, kıdemli bireylerin inovasyon yönetimi algısında daha olumlu bir tutuma sahip olduğunu göstermektedir.

5 yıl altı tecrübeye sahip bireylerin düşük puanları, bu grubun inovasyon yönetimi süreçlerinde henüz yeterince etkin olmadığını düşündürebilir. Bu durum, genç akademisyenlere yönelik daha fazla eğitim ve destek programları gerektiğini işaret etmektedir.

Tablo 5.12, mesleki tecrübenin İnovasyon Yönetimi ölçeği genel puanı ve alt boyutları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Tecrübe arttıkça inovasyon yönetimi algısının olumlu yönde değişmesi, kıdemli bireylerin bu süreçlerde daha etkin roller üstlenmesi gerektiğini işaret etmektedir. Araştırma, mesleki tecrübenin inovasyon yönetimi süreçlerindeki kritik rolünü vurgulamakta ve farklı tecrübe gruplarına yönelik stratejiler geliştirilmesi gerektiğini önermektedir.

5.7. Korelasyon Analizi

Araştırmada kullanılan ölçek ve alt boyutları arasındaki ilişki analizi aşağıda Tablo 5.13'te aktarılmaktadır.

Tablo 5.13. Korelasyon analizi bulguları

Ölçekler	İY. Genel	A	E	Ö	SKD	RZ	YK
İY Genel	-						
A	0,956*	-					
E	0,961*	0,932*	-				
Ö	0,953*	0,891*	0,906*	-			
SKD	0,955*	0,877*	0,878*	0,878*	-		
RZ	0,970*	0,899*	0,910*	0,910*	0,936*	-	
YK	0,957*	0,895*	0,898*	0,898*	0,895*	0,940*	-

*Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5.13 incelendiğinde; her bir alt boyutun diğer boyutlar ile bir ilişki içinde olduğu anlaşılmaktadır. En güçlü ilişki ($r=0,940$; $p<,001$) ile “Risk ve Zorluk” ve “Yönün Korunması” arasında görülürken, en düşük ilişkinin ($r=0,877$; $p<,001$) ise “Akıcılık” ve “Sorunlara Karşı Duyarlılık” arasında olduğu görülmektedir.

6. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Hipotezlere İlişkin Tartışma

Yaş değişkeni, bireylerin inovasyon yönetiminde oynadığı rol açısından önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmada, genç akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinde daha aktif olduğu, teknolojik gelişmelere uyum sağlama ve dijital yenilikleri kullanma eğiliminde oldukları gözlemlenmiştir. Bu bulgular, Yazıcıoğlu ve Ulağlı'nın (2020) çalışmasının bulguları ile paralellik göstermektedir. Araştırmada, genç akademisyenlerin kendilerine daha fazla güvendikleri ve inovatif süreçlere katkılarının yüksek olduğu vurgulanmıştır. Özellikle Akıcılık ve Esneklik alt boyutlarında genç akademisyenlerin yüksek puanlar alması, onların yeniliklere daha hızlı adapte olabilmeye ve farklı düşünce yollarını değerlendirme özelliklerini yansıtmaktadır.

Öte yandan, ileri yaş gruplarındaki akademisyenlerin Yönün Korunması ve Risk ve Zorluk alt boyutlarında daha başarılı oldukları gözlenmiştir. Bu bulgular, deneyimli akademisyenlerin stratejik ve istikrarlı yaklaşımlar geliştirme eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Esen, Esen ve Özbağ'ın (2020) çalışması da benzer bir şekilde, deneyimli akademisyenlerin sosyal yenilikçilikte stratejik düşünme ve risk yönetimi becerilerini daha iyi geliştirdiklerini belirtmektedir.

Medeni durumun inovasyon yönetimi üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde, evli akademisyenlerin özellikle "Sorunlara Karşı Duyarlılık ve Yönün Korunması" alt boyutlarında daha yüksek puanlar aldığı gözlenmiştir. Bu bulgu, evli bireylerin çevresel ve kurumsal dinamiklere karşı daha duyarlı olduklarını ve kurumsal değerleri koruma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bahar ve Özbozkurt'un (2020) çalışması, evli akademisyenlerin iş yerindeki motivasyonlarının yüksek olduğunu ve bu motivasyonun onların yenilik yönetiminde daha istikrarlı bir yaklaşım sergilemelerine katkıda bulunduğunu göstermektedir. Bekar akademisyenlerin ise daha yaratıcı ve özgün düşünceler geliştirme eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir; özellikle "Özgünlük ve Akıcılık" alt boyutlarında daha yüksek puanlar almışlardır. Bekar akademisyenlerin, bireysel hareket etme ve yeni fikirler geliştirme konularında daha özgür olmaları, bu bulguları desteklemektedir.

Eğitim durumu değişkeni açısından bakıldığında, doktora derecesine sahip akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin daha yüksek olduğu ve özellikle

“Akıcılık ve Esneklik” alt boyutlarında daha başarılı oldukları görülmektedir. Bu bulgu, akademik kariyerin ileri aşamalarında edinilen bilgi ve becerilerin inovasyon süreçlerine olumlu katkı sağladığını göstermektedir. Zengin, Gemlik ve Çengel (2021) de benzer şekilde, doktora düzeyindeki akademisyenlerin girişimci ve yenilikçi projelere daha yatkın olduklarını ve inovasyon süreçlerinde aktif rol aldıklarını vurgulamaktadır. Yüksek lisans derecesine sahip akademisyenlerin ise özellikle “Risk ve Zorluk ve Yönün Korunması” alt boyutlarında daha yüksek puanlar aldığı gözlemlenmiştir. Bu bireylerin, özellikle risklere karşı daha temkinli ve kararlarında daha istikrarlı oldukları kanısına varılabilir.

Akademik kadro değişkeni, inovasyon yönetimi düzeylerinde belirgin farklılıklar ortaya koymaktadır. Çalışmada, profesörlerin inovasyon yönetimi süreçlerinde liderlik rolünü üstlendiği, daha stratejik ve uzun vadeli kararlar alabildikleri gözlemlenmiştir. Özellikle “Yönün Korunması ve Risk ve Zorluk” alt boyutlarında profesörlerin yüksek puanlar alması, onların stratejik bakış açılarını ve riski yönetme becerilerini yansıtmaktadır. Bu durum, Bahar ve Özbozkurt (2020) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları ile paralellik göstermektedir. Araştırmada, yüksek akademik pozisyona sahip bireylerin daha stratejik yenilik yönetimi yaklaşımlarına yatkın oldukları belirtilmiştir. Araştırma görevlileri ise özellikle “Akıcılık ve Özgünlük” alt boyutlarında daha yüksek puanlar almışlardır. Genç ve yeni akademik kadrolarda yer alan bu bireylerin yenilikçi düşünceler geliştirmede daha aktif oldukları gözlemlenmiştir.

Temel alan değişkeni, inovasyon yönetimi stratejilerinde belirgin bir farklılık yaratmaktadır. Mühendislik, fen bilimleri ve sağlık bilimleri gibi teknik alanlarda çalışan akademisyenlerin, inovasyon yönetiminde daha yüksek puanlar aldığı ve özellikle “Akıcılık ve Esneklik” alt boyutlarında başarılı oldukları görülmektedir. Teknik alanlarda çalışan akademisyenlerin proje bazlı ve endüstri odaklı çalışmaları, onların yenilikçi düşünce ve problem çözme yeteneklerini güçlendirmektedir. Örneğin, Zengin ve arkadaşları (2021) da sosyal bilimlerde çalışan akademisyenlerin yenilikçilik konusunda daha duyarlı bir yaklaşım sergilediklerini ve farklı alanlardan gelen katkıları desteklediklerini belirtmiştir. Sosyal bilimler alanında çalışan akademisyenlerin daha çok “Sorunlara Karşı Duyarlılık ve Yönün Korunması” alt boyutlarında yüksek puan aldığı görülmektedir; bu bulgu, sosyal bilimlerde çalışan akademisyenlerin daha duyarlı ve istikrarlı yaklaşımlar benimsediğini göstermektedir.

Akademisyenlerin çalışma süresi, inovasyon yönetimi stratejilerini belirleyen önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmada, 21 yıl ve üzeri deneyime sahip

akademisyenlerin özellikle ‘‘Yönün Korunması ve Risk ve Zorluk’’ alt boyutlarında daha yüksek puanlar aldığı gözlenmiştir. Bu akademisyenlerin, deneyimlerinin de etkisiyle riskleri daha iyi yönetebildiği ve yenilik süreçlerinde istikrarlı bir yön izledikleri anlaşılmaktadır. Bu durum, Esen ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan araştırmalarda da desteklenmekte olup, daha uzun süreli çalışma deneyimine sahip bireylerin inovasyon yönetiminde daha stratejik roller üstlendiği vurgulanmaktadır. 5 yıldan az çalışma süresine sahip akademisyenlerin ise ‘‘Akıcılık ve Esneklik’’ alt boyutlarında daha yüksek puanlar aldığı görülmektedir. Bu bulgu, yeni başlayan akademisyenlerin daha dinamik ve yenilikçi bir bakış açısına sahip olduklarını ve inovasyon süreçlerinde daha çevik hareket edebildiklerini göstermektedir.

6.2. Yazına Katkısı

Bu çalışma, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin demografik özelliklere göre nasıl farklılık gösterdiğini analiz ederek literatüre önemli katkılar sunmaktadır. İnovasyon yönetimi ile ilgili mevcut araştırmalar, genellikle iş dünyasına ve özel sektöre odaklanırken, akademik camiada inovasyon yönetiminin nasıl yapılandırıldığını inceleyen çalışmalar sınırlıdır. Özellikle, yaş, medeni durum, öğrenim durumu, akademik kadro ve temel alan gibi faktörlerin inovasyon yönetim düzeyleri üzerindeki etkisi, bu çalışmayı literatürde özgün bir yere konumlandırmaktadır. Bu araştırma, üniversitelerin inovasyon politikalarının geliştirilmesinde demografik çeşitliliğin göz önünde bulundurulması gerektiğini ortaya koyarak gelecekte yapılacak çalışmalara da yeni bakış açıları sunmaktadır.

6.3. Uygulamaya Katkısı

Bu çalışmanın bulguları, akademik kurumlarda inovasyon yönetimi süreçlerinin iyileştirilmesine yönelik pratik uygulamalar için önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle, yaş ve akademik pozisyon gibi demografik değişkenlere göre farklı inovasyon yönetimi yaklaşımlarının varlığı, üniversitelerin genç akademisyenleri yenilikçi projelere daha aktif bir şekilde dahil etmelerine olanak tanımaktadır. Örneğin, daha genç akademisyenler, ‘‘Akıcılık ve Esneklik’’ boyutlarında daha yüksek başarı gösterirken, daha deneyimli akademisyenler ‘‘Yönün Korunması ve Risk ve Zorluk’’ boyutlarında güçlüdür. Bu durum,

mentor-mentee programlarının geliştirilmesi ve farklı yaş gruplarından akademisyenlerin bir araya getirilerek daha güçlü bir inovasyon kültürünün inşa edilmesi için stratejik bir yol haritası oluşturmaktadır. Ayrıca, disiplinler arası işbirlikleri teşvik edilerek sosyal bilimler ile mühendislik ve fen bilimleri alanlarındaki akademisyenlerin bir araya gelmesi sağlanabilir, bu da yenilikçi düşünce ve problem çözme yeteneklerini güçlendirecektir.

6.4. Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Gelecek araştırmalar, bu çalışmanın ortaya koyduğu bulguları daha geniş örneklem gruplarında test edebilir ve demografik faktörlerin inovasyon yönetimi üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı inceleyebilir. Özellikle farklı üniversitelerden ve disiplinlerden akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerini kıyaslayan karşılaştırmalı çalışmalar, bu alanın daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, inovasyon yönetimi düzeylerinin sadece demografik değişkenlerle değil, aynı zamanda kültürel, kurumsal ve çevresel faktörlerle olan ilişkisini inceleyen çalışmalar da literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Nitel veri toplama yöntemleriyle akademisyenlerin inovasyon yönetimi süreçlerine dair derinlemesine görüşleri alınabilir ve bu sayede, inovasyon yönetimi süreçlerinde karşılaşılan zorluklar ve fırsatlar daha kapsamlı bir şekilde değerlendirilebilir. Son olarak, bu araştırma modeli farklı ülkelerde uygulanarak, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinde kültürel farklılıkların nasıl rol oynadığı da incelenebilir. Bu tür çalışmalar, akademik inovasyon yönetiminin küresel bir perspektiften anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

6.5. Sonuç

Bu çalışma, akademisyenlerin inovasyon yönetimi düzeylerinin demografik özelliklerine göre nasıl farklılık gösterdiğini ortaya koymuş ve literatürdeki ilgili çalışmalarla uyumlu bulgular sunmuştur. Özellikle yaş, medeni durum, öğrenim durumu, akademik kadro, temel alan ve çalışma süresi gibi demografik değişkenlerin, akademisyenlerin inovasyon süreçlerindeki rollerini ve katkılarını önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir. Sonuç olarak, bu bilgiler ışığında üniversiteler, akademisyenlerin inovasyon yönetimi süreçlerinde daha aktif rol almalarını sağlayarak kurumsal inovasyon kültürünü güçlendirebilir.

7. KAYNAKLAR

- Adams, R., Bessant, J., Phelps, R.,** 2006. Innovation management measurement: A review. *International Journal of Management Reviews*, 8(1):21-47.
- Adıgüzel, B.,** 2012. İnovasyon ve inovasyon yönetimi: Steve jobs örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Adner, R., Levinthal, D.,** 2001. Demand heterogeneity and technology evolution: implications for product and process innovation. *Management Science*, 47(5):611-628.
- Ağaoğlu, E., Altinkurt, Y., Yılmaz, K., Karaöse, T.,** 2012. Okul yöneticilerinin yeterliklerine ilişkin okul yöneticilerinin ve öğretmenlerin görüşleri (Kütahya İli). *Eğitim ve Bilim*, 37(164):159-175.
- Allison, J., Eversole, R.,** 2008. A new direction for regional university campuses: catalyzing innovation in place. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 21(2):95-109.
- Amin, A.,** 1999. An institutionalist perspective on regional economic development. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2):365-378.
- Amin, A.,** 2004. Regions unbound: towards a new politics of place. *Geografiska Annaler*, 86(1):33-44.
- Anlağan, Ö.,** 2011. Tübitak-ar-ge, yenilik ve teknoloji politikaları forumu. https://www.emo.org.tr/ekler/16f6ef8160d5168_ek.pdf?tipi=2vetu, 25 Nisan 2023.
- Arıkan, C., Karaata, S.,** 2009. Eğitimde yeni gelişmeler: eğitim ve inovasyon. *Bilgi Çağı*, 63:26-29.
- Aslan, Y.,** 2018. İnovasyonun kavramsal çerçevesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6):122-150.
- Autio, E.,** 1998. Evaluation of RTD in regional systems of innovation. *European Planning Studies*, 6:131-140.
- Ayas, A.N.,** 2021. Açık inovasyon uygulamaları üzerine bir çalışma. *EUropean Journal of Managerial Research*, 5(1):64-74.
- Aydın, K.,** 2016. Elektronik insan kaynakları yönetimi uygulamaları ve inovasyon performansı. *Yüksek Lisans Tezi*, Bahçeşehir Üniversitesi, Bursa.
- Ayık, A.,** 2007. İlköğretim okullarında oluşturulan okul kültürü ile okulların etkililiği arasındaki ilişki. Erzurum il örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

- Bahar, E., Özbozkurt, O.B.** 2020. Akademisyenlerin Mesleki Motivasyon Düzeyinin Demografik Değişkenler Bağlamında İncelenmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1):575-598.
- Barutçugil, İ.**, 2009. Ar-ge yönetimi. Kariyer Yayıncılık, İstanbul.
- Barutçugil, İ.**, 2013. Stratejik yönetim. Kariyer Yayınları, İstanbul, 26s.
- Becker, S.W., Whisler, T.L.**, 1967. The innovative organization: a selective view of current theory and research. *The Journal of Business*, 40(4):462-469.
- Bergek, A., Jacobsson, S., Carlsson, B., Lindmark, S., Rickne, A.**, 2008. Analyzing the functional dynamics of technological innovation systems: A scheme of analysis. *Research Policy*, 37:407-429.
- Bruyat, C., Julien, P.**, 2001. Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2):165-180.
- Budak, G.**, 1998. Yenilikçi yönetim: yaratıcı birey. Sistem Yayıncılık, Kütahya.
- Büyüköztürk, Ş.**, 2012. Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. 16. baskı, Pegem Akademi, Ankara.
- Capitanio, F., Coppola, A., Pascucci, S.**, 2010. Product and process innovation in the Italian food industry. *Agribusiness*, 26(4):503-518.
- Charles, D.**, 2006. Universities as key knowledge infrastructures in regional innovation systems. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 19(1):117-130.
- Chesbrough, H.**, 2003. The era of open innovation. *Sloan Management Review*, 44(3):35-41.
- Cleff, T., Klaus, R.**, 1999. Determinants of environmental product and process innovation. *European Environment*, 9:191-201.
- Contractor, F.J., Lorange, P.**, 2002. The growth of alliances in the knowledge-based economy. *International Business Review*, 11(4):485-502.
- Cooke, P., Morgan, K.**, 1998. The associational economy: firms, regions, and innovation. Oxford University Press, United Kingdom.
- Cooke, P.**, 2002. Knowledge economies. Clusters, learning and cooperative advantage. Routledge, London.
- Coşkun, S.**, 2013. Stratejik rekabet üstünlüğü sağlama aracı olarak inovasyon stratejileri: Kocaeli otel işletmeleri üzerine bir araştırma, *Yüksek Lisans Tezi*, Düzce Üniversitesi, Kocaeli.

- Cutler, T.**, 2008. Review of the national innovation system. *Canberra: Department of Innovation*, 10.
- Çankaya, S.**, 2021. KOBİ'lerde inovasyon uygulamaları ve KOBİ yöneticilerinin inovasyona ilişkin tutum ve algılarının değerlendirilmesi: Kahramanmaraş ilinde bir uygulama, *Yüksek Lisans Tezi*, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Damanpour, F.**, 1991. Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *The Academy of Management Journal*, 34(3):555-590.
- Damanpour, F., Gopalakrishnan, S.**, 1999. Organizational adaptation and innovation: The dynamics of adopting innovation types. *In The Dynamics Of Innovation: Strategic And Managerial Implications*, 53-80.
- Damar, M., Özdağoğlu, G., Özveri, O.**, 2021. Türkiye'de yükseköğretim kurumlarının bilimsel üretkenliğinin izlenmesi: Mevcut durum analizi ve öneriler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 11(1):35-48.
- Davila, T.**, 2000. An empirical study on the drivers of management control systems design in new product development. *Organizations and Society*, 25(4):383-409.
- Demirel, P., Mazzucato, M.**, 2012. Innovation and firm growth: Is RveD worth it?. *Industry and Innovation*, 19(1):45-62.
- Dodgson, M., Gann, D.M., Phillips, N.**, 2014. The oxford handbook of innovation management, Oxford Universty Pres, United Kingdom.
- Doğan, G., Al, U.**, 2018. Üniversite sıralama sistemlerindeki üniversite adlarının standardizasyon sorunu: "University ranking by academic performance (URAP)" örneği. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 8(3):583-592.
- Döm, S.**, 2006. Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği. Detay Yayıncılık, Ankara, 46-47s.
- Duran, C., Saraçoğlu, M.**, 2009. Yeniliğin yaratıcılıkla olan ilişkisi ve yeniliği geliştirme süreci, *Yönetim ve Ekonomi*, 16(1):57-71.
- Durna, U.**, 2002. Yenilik yönetimi. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Elçi, Ş.**, 2007. İnovasyon kalkınmanın ve rekabetin anahtarı. İstanbul Matbaacılık, İstanbul.
- Elçi, Ş.**, 2006. İnovasyon: Kalkınmanın ve rekabetin anahtarı. Nova Yayınları, Ankara.
- Esen, D., Esen, M., Özbağ, G. K.** 2020. Akademisyenlerin Sürdürülebilirlik Algılarının Sosyal Yenilikçilik Davranışları Üzerindeki Etkisinde Bireysel Yaratıcılığın

Aracılık Rolü. *International Journal of Management and Administration*, 4(7):19-33.

Eversole, R., Scholfield, K., 2008. Governance in the gaps: inter-agency action in a rural town. *Rural Society*, 16:320-8.

Fagerberg, J., 2005. Innovation: A guide to the literature, the oxford handbook of innovation. *Master Thesis*, Oxford University Press, New York, 1-26s.

Fagerberg, J., 2003. Innovation: A Guide to the Literature, *Centre for Technology, Innovation and Culture*, 2–13.

Feinson, S., 2003. National innovation systems overview and country cases. *Knowledge Flows And Knowledge Collectives: Understanding The Role of Science and Technology Policies in Development*, 1:13-38.

Fetrati, M.A., Hansen, D., Akhavan, P., 2022. How to manage creativity in organizations: Connecting the literature on organizational creativity through bibliometric research. *Technovation*, 115:102473.

Freeman, C., 1982. *The Economics of Industrial Innovation*. London, UK: Frances Pinter.

George, D., Mallery, M., 2010. SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference. 17.0 update, Boston: Pearson.

Ierapetritis, D.G., 2019. Discussing the role of universities in fostering regional entrepreneurial ecosystems. *Economies*, 7(4):119-135.

Işık, N., Kılınc, E.C., 2012. İnovasyon sistemi yaklaşımı ve inovasyon'un coğrafyası: Türkiye örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 7(1):169-198.

Jaumandreu, J., Jacques, M., 2016. Disentangling the effects of process and product innovation on cost and demand. *Economics of Innovation and New Technology*, 26(1-2):150-167.

Jukola, F., 2010. Optimizing innovation management: a customer integration perspective: how should lead customers be integrated in product development to optimize innovation management. *Master's Thesis*, School of Economics, Netherlands.

Kaplan, H., 2010. İşletmelerin inovasyon yapma nedenleri ile sahip oldukları inovasyon çıktıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Shaw, J.K., Allison, J., 1999. The intersection of the learning region and local and regional economic development: Analysing the role of higher education. *Regional Studies*, 33(9):896-902.

- Kılıç, F.**, 2018. Açık inovasyon kavramı ve etkileri üzerine bir uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Kılıç, F., Türkmen, M.A.**, 2019. Kavram ve farkındalık bağlamında açık inovasyon üzerine bir uygulama. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(3):274-292.
- Kırım, A.**, 2006. İş modeli inovasyonu. Sistem Yayıncılık, İstanbul, 13-28s.
- Kjessler, E.H., Chakrabarti, A.K.**, 1996. Innovation speed: a conceptual model of context, antecedents, and outcomes. *Academy Of Management Review*, 21:1143-1191.
- Korkmaz, N.**, 2004. Sorularla yenilikçilik (inovasyon). İto Yayınları, İstanbul.
- Korkmaz, Ö., Şahin, A., Yeşil, R.**, 2011. Bilimsel araştırmaya yönelik tutum ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *İlköğretim Online*, 10(3).
- Kotabe, M., Janet Y.M.**, 1990. Linking product and process innovations and modes of international sourcing in global competition: a case of foreign multinational firms. *Journal of International Business Studies*, 21(3):383-408.
- Leonard, B.D., Sensiper, S.**, 1998. The role of tacit knowledge in group innovation. *California Management Review*, 40:112-132.
- Luoju, S., Kauppinen, S.**, 2021. The role of higher education institutes in public sector innovation ecosystems. *In INTED2021 Proceedings*, 1788-1794.
- Mercan, B., Deniz, G., Gömleksiz, M.**, 2011. AR-GE faaliyetleri ve girişimcilerin inovasyon üzerindeki etkileri: patent verileri üzerinde bir uygulama. *Paradoks: Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 7(2):27-44.
- Mone, M.A., McKinley, W., Barker, V.L.**, 1998. Organizational decline and innovation: a contingency framework. *Academy of Management Review*, 23(1):115-132.
- Morad, S., Ragonis, N., Barak, M.**, 2021. The validity and reliability of a tool for measuring educational innovative thinking competencies. *Journal of Teacher Education*, 97:1-11.
- Morris, M.H., Kuratko, D.F., Covin, J.G.**, 2010. Corporate entrepreneurship ve innovation. Cengage Learning. *Journal of Business Management* 2(1):25-42.
- OECD**, Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü, 2017.
- OECD.**, 2015. The innovation imperative in the public sector: Setting an agenda for action. *OECD Publishing*.

- Ortt, J.R., Van der Duin, P.A.**, 2008. The evolution of innovation management towards contextual innovation. *European Journal of Innovation Management*, 11(4):522-538.
- Oslo Klavuzu**, Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler. OECD /Avrupa Birliği, 3.Baskı, 2005.
- Ömür, G.A.**, 2016. Yenilikçi örgütlerde inovasyon dinamikleri ile inovasyon performansı arasındaki etkileşim ve İso inovasyon ödüllü kuruluşlarda nitel bir araştırma. *Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Özdemir, A.**, 2006. Okul kültürünün oluşturulması ve çevreye tanıtılmasında okul müdürlerinden beklenen ve onlarda gözlenen davranışlar. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(4):411-436.
- Özdinç, Ö.**, 2018. Ulusal inovasyon sisteminin sosyo-kültürel kaynakları. *Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Pearce, C.L., Michael, D.E.**, 2004. A reciprocal and longitudinal investigation of the innovation process: the central role of shared vision in product and process innovation teams. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2):259-278.
- Peters, S.**, 2006. National systems of innovation creating high-technology industries. Springer, New York: Palgrave Macmillan.
- Porter, M.E.**, 1983. The technological dimension of competitive strategy. *Management and Policy*, 5(3):60-78
- Poutanen, S., Kovalainen, A.**, 2017. Gendering innovation process in an industrial plant revisiting tokenism, gender and innovation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(3):257-274.
- Preacher, K. J., MacCallum, R. C.** 2002. Exploratory factor analysis in behavioral genetics research: Factor recovery with small sample sizes. *Behavior Genetics*, 32(2):153-161.
- Reichstein, T., Ammon, S.**, 2006. Investigating the Sources of Process Innovation Among UK Manufacturing Firms. *Industrial and Corporate Change*, 15(4):653-682.
- Rıza, E.T.**, 2001. Yaratıcılıkta Neler Aranır?. *Yaşadıkça Eğitim Dergisi*, 72:8-15.
- Rosenberg, N.**, 1982. Inside the black box, Cambridge University Press, Cambridge.
- Rothwell, R.**, 1989. Small firms, innovation and industrial change. *Small Business Economics*, 1:51-64.
- Rothwell, R., Zegveld, W.**, 1985. Reindustrialization and technology. London: Longman Group Limited.

- Sarıkaya, M.**, 2019. Kurumsal itibar algısının çalışanın inovatif davranışı üzerindeki etkisinde teknoloji düzeyinin rolüne ilişkin bir araştırma, *Doktora Tezi*, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Satı, Z.E.**, 2011. İnovasyon ve stratejik yönetim sinerjisi: Stratejik inovasyon. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2):538-559.
- Scholfield, K.**, 2005. Keeping the romance alive-the four's' of relationship building. *Universities and Communities: Learning and Engaging Through Sustainable Partnership*, 29-41.
- Schumpeter, J.A.**, 2000. Entrepreneurship as innovation. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*, 51-75.
- Sezgin, İ.V.**, 2018. Akademisyenlerin inovasyon eğilimlerinin ölçülmesi çalışması: Akdeniz Üniversitesi örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Shalaev, V.A., Vechkinzova, E.A., Shevyakova, A.L., Vatyukova, O.Y.**, 2020. Innovative economy in the 21 st century: Contradiction and opposition of developed and developing countries. *In The 21st Century from the Positions of Modern Science: Intellectual, Digital and Innovative Aspects*, November 2019, 552-560 (in Switzerland).
- Soylu A., Öztürk Göl, M.**, 2010. Yönetim inovasyonu, *Sosyoekonomi*, 1(2):113-130.
- Stone, A., Rose, S., Lal, B., Shipp, S.**, 2008. Measuring innovation and intangibles: A business perspective. pp.51.
- Sungur, N.**, 1992. Yaratıcı düşünce. Evrim Kitapevi, İstanbul.
- Szirmai, A., Naude, W., Goedhuys, M.**, 2011. Entrepreneurship, innovation, and economic development: an overview. Oxford University Press, New York.
- Taşgıt, Y.E., Torun, B.**, 2016. Yöneticilerin inovasyon algısı, inovasyon sürecini yönetme tarzı ve işletmelerin inovasyon performansı arasındaki ilişkiler: KOBİ'ler üzerinde bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28):121-156.
- Tiwari, R., Buse, S.**, 2007. Barriers to innovation in SMEs: Can the internationalization of rved mitigate their effects?. *Proceedings of the First European Conference on Knowledge For Growth: Role and Dynamics of Corporate RveD*, Seville, Spain, October 8-9.
- Tsai, S.**, 2005. Integrated marketing as management of holistic consumer experience. *Business Horizons*, 48(5):431-441.

- Tunç, A.Ö., Zincir, O.,** 2019. Örgütler arası ilişki bağlamında açık inovasyonu anlamak: kavramsal bir değerlendirme. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2):209-226.
- Uğurluoğlu, Ö., Çelik, Y.,** 2009. Örgütlerde stratejik liderlik ve özellikleri. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 12(2).
- URL-1,** 2024. <http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=125vekonu=1>. Türk Patent Estitüsü (TPE). 11 Eylül 2023.
- URL-2,** 2024. <https://www.munzur.edu.tr/duyurular.aspx>. 2023 yılı performans programı. 10 Ocak 2024.
- Uslu, G.,** 2012. Türkiye’de inovatif girişimcilik. *Anahtar Dergisi*, 24(287):1300-2414.
- Utterback, J.M., William J.A.,** 1975. A dynamic model of process and product innovation. *Omega*, 3(6):639-656.
- Ülker, H.İ.,** 2009. İnovasyon. *Atılım Üniversitesi İz Dergisi*, 8.
- Üstündağ, T.,** 2003. Yaratıcılığa yolculuk. Pegem A Yayıncılık, Ankara, 28-45s.
- Vehar, J.,** 2013. Creativity and innovation: What is the difference?. *Encyclopedia Of Creativity, İvention, İnnovation And Entrepreneurship*, New York, pp.383–389.
- Windrum, P., Koch, P.M.,** 2008. Innovation in public sector services: entrepreneurship, creativity and management. *Research Policy*, 37(4):649-672.
- Yazıcıoğlu, C., Ulağı, S. 2020.** Akademisyenlerin Demografik Özelliklerinin Benlik Saygısına Etkisi. *Management and Political Sciences Review*, 2(2), 159-181.
- Yeşiltuna, C., Işıklar, Z.E.,** 2023. Teknolojik inovasyon uyumu ilişkisinde yenilikçiliğin aracı etkisi. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Yülek, L.,** 2020. İnovasyon ve bölgesel kalkınma sürecinde teknoparkların rolü ve önemi. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1):127-143.
- Zengin, O., Gemlik, N., Çengel, Ö.** 2021. Akademisyenlerin girişimci kişilik ve özellikleri hakkındaki görüşleri üzerine nitel bir çalışma. *Econharran*, 5(8):49-74

EKLER

EK-1 Araştırma Anketi

ANKET FORMU

Değerli katılımcı, bu anket formunu doldurarak akademik bir çalışmaya katkıda bulunuyor olacaksınız. Soruları okuyarak gerçek düşüncelerinizi belirtmeniz sonuçların geçerliliği açısından oldukça önemlidir. Anket sonuçları genel olarak değerlendirileceği için isminizi ve çalıştığınız kurumu belirtmeniz istenmemektedir. Vereceğiniz cevaplar kesinlikle başka bir amaç için kullanılmayacaktır. Bilime olan katkınız için teşekkür ederiz.

Aziz ERKOÇ
T.C Munzur Üniversitesi
İİBF-İşletme Bölümü

Lütfen aşağıdaki derecelendirme cetvelini kullanarak kendinize en uygun olan dereceyi işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
İnovasyon Yönetimi					
1. Üniversite yönetimi, aşağıdaki sorunlara hızlı çözümler önerme yeteneğine sahiptir, iş sorunlarını ele alır.					
2. Üniversite yönetimi, öğretim üyelerinin fikirlerini benimsemek için mümkün olduğunca çok sayıda öğretim üyesini istihdam eder.					
3. Üniversite yönetimi, aşağıdakiler için çeşitli yenilikçi fikirler sunar. bilimsel sürecin kısa bir süre içinde geliştirilmesi					
4. Üniversite yönetimi sorunu çözmek için çeşitli öneriler getirir.					
5. Üniversite yönetimi, öğretim üyelerinin gelişimiyle ilgili konular üzerinde çalışır.					
6. Üniversite yönetimi, kendiliğinden ve kolayca iş geliştirmek için yeni yenilikçi fikirleri benimseme yeteneğine sahiptir.					
7. Üniversite yönetimi eleştirileri kabul eder ve işe aykırı olsa bile fikir ve öneriler sunar.					
8. Üniversite yönetimi, görüşlerini ifade edebilmeleri ve bunlardan faydalanabilmeleri için başkalarına fırsat sağlar.					
9. Üniversite yönetimi, iş yerindeki farklı durumlara kendini adapte eder.					
10. Üniversite yönetimi olaylara farklı açılardan bakabilme yeteneğine sahiptir.					
11. Üniversite yönetimi sürekli olarak yeni fikirler ve yenilikler aramaktadır.					
12. Üniversite yönetimi, idari sorunları çözmek için yeni yöntemler geliştirir.					
13. Üniversite yönetimi, öğretim üyeleri arasında tartışma ve diyalog yürütme konusunda bilimsel becerileri teşvik eder.					
14. Üniversite yönetimi rutin yöntemlerden mümkün olduğunca kaçınır.					
15. Üniversite yönetimi, yenilikçi fikirlerle uğraşırken başkalarını ikna etme becerisine sahiptir.					
16. Üniversite yönetimi, sorunları ortaya çıkmadan önce tahmin etme yeteneğine sahiptir.					
17. Üniversite yönetimi, başkalarının yaşadığı sorunları tespit etmek için hassas bir duyarlılığa sahiptir.					

18. Üniversite yönetimi, çalışmalarının eksikliklerini veya zayıflıklarını bilmek konusunda isteklidir.					
19. Üniversite yönetimi, gelecekteki sorunlarla yüzleşme kabiliyetini artırmak için eğitim yönetiminde yeni olan her şeyi dört gözle bekler.					
20. Üniversite yönetimi, üniversite çabalarını etkileyen fırsat ve tehditleri izler.					
21. Üniversite yönetimi çabalarının sorumluluğunu üstlenir.					
22. Üniversite yönetimi başarısızlığı başarıdan önce gelen bir deneyim olarak kabul eder.					
23. Üniversite yönetimi, fikirlerini argüman ve kanıtlarla savunma becerisine sahiptir.					
24. Üniversite yönetimi yeni fikir ve yöntemleri uygular ve sorunlara çözüm arar.					
25. Üniversite yönetimi, yenilikçi bireysel ve kolektif girişimleri teşvik eder.					
26. Üniversite yönetimi, öğretim üyeleri tarafından işlerin daha doğru ve özverili bir şekilde tamamlanmasına odaklanır.					
27. Üniversite yönetimi, üniversite çalışmalarında başarı ve süreklilik için güçlü bir motivasyona sahiptir.					
28. Üniversite yönetimi, öğretim üyelerinin onayını almak yerine yenilikçi fikirleri savunur.					
29. Üniversite yönetimi hedeflerini savunmakta ısrarcıdır ve bunları etkili bir şekilde başarır.					
30. Üniversite yönetimi, topluma uygun yenilikçi fikirleri benimser. Genel ilgi.					

Demografik Bilgiler

Yaşınız: 18-29 yaş () 30-49 yaş () 50 ve üzeri ()

Medeni Durumunuz: Evli () Bekar ()

Eğitim Düzeyiniz: Lisans () Yüksek Lisans () Doktora ()

Akademik Kadronuz: Öğretim Görevlisi/Okutman () Araştırma Görevlisi ()

Doktor Öğretim Üyesi () Doçent () Profesör ()

Temel Alan Bilginiz?

Eğitim Bilimleri ve Öğretmen Yetiştirme () Mimarlık, Planlama, Tasarım ()

Fen Bilimleri ve Matematik () Mühendislik ()

Filoloji () Sağlık Bilimleri ()

Güzel Sanatlar () Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler ()

Hukuk () Spor Bilimleri ()

İlahiyat () Ziraat ve Orman ve Su Ürünleri ()

Akademideki Çalışma Süreniz: 5 yıl altı () 5-10 yıl () 11-15 yıl () 16-20 yıl () 21 yıl ve üstü ()