

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

DOKTORA PROGRAMI

**GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ, İNOVASYON KAPASİTESİ VE FİNANSAL
PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÇEVRESEL FAKTÖRLERİN
MODERATÖR ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

FAHRETTİN PALA

HAZİRAN/2020

GÜMÜŞHANE



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

DOKTORA PROGRAMI

**GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ, İNOVASYON KAPASİTESİ VE FİNANSAL
PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÇEVRESEL FAKTÖRLERİN
MODERATÖR ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

Fahrettin PALA

HAZİRAN-2020

GÜMÜŞHANE



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

DOKTORA PROGRAMI

**GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ, İNOVASYON KAPASİTESİ VE FİNANSAL
PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÇEVRESEL FAKTÖRLERİN
MODERATÖR ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

Fahrettin PALA

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Hasan AYAYDIN

HAZİRAN-2020

GÜMÜŞHANE

BİLDİRİM

Doktora Tezi olarak hazırlamış olduğum “Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkileri Üzerine Bir Araştırma” isimli bu çalışmanın tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve alıntı yaptığım tüm çalışmaların kaynakçada yer aldığını taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

09 / 06 / 2020

Fahrettin PALA

ÖNSÖZ

Çalışmamın başından itibaren bilgi birikimini ve ilgisini hiçbir zaman eksik etmeyerek bilgi ve görüşleriyle bana ışık tutan, bilimsel katkı ve yardımlarını esirgemeyen tez danışmanın sayın Doç.Dr. Hasan AYAYDIN'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca doktora tez sürecinde tezime sağladıkları katkılarından dolayı hocalarım sayın Prof.Dr. Hüseyin DAĞLI, Doç.Dr. Ahmet KURTARAN, Doç.Dr. Alper Veli ÇAM ve Doç.Dr. Nuri BALTACI'ya teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her aşamasında olduğu gibi bu tezin hazırlanmasında da bana olan desteğini esirgemeyen çok kıymetli babam Hüsnü Cemal PALA, annem Hamide PALA ile eğitimimin devamı açısından bana destek olan dayım Abubekir TOK, eşi halam Gönül TOK ve amcam Lokman PALA'ya teşekkürlerimi sunuyorum. Yine doktora eğitimim süresince bana gösterdikleri sabır, destek, ilgi ve sonsuz sevgilerinden dolayı eşim Emine, oğlum Muhammet Emin ve kızım Zehra'ya tüm kalbimle teşekkür ederim.

Gümüşhane - 2020

Fahrettin PALA

ÖZET

PALA, Fahrettin. Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkileri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, 2020, (XVI + 210)

Çalışmanın amacı girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkileri üzerine bir araştırma yapmaktır. Bu noktadan hareketle çalışmanın asıl amacı, girişimcilik yönelimi boyutları; “yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma” ile inovasyon kapasitesi ve finansal performans kavramları arasındaki ilişki düzeylerini tespit etmek ve bu ilişkide çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünün moderatör etkisini ortaya koymaktır.

Bu amaç doğrultusunda çalışmanın evrenini oluşturan İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 50 ve üzeri çalışanı ile AR-GE merkezi olan 210 firma kasıtlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Belirlenen bu firmalara en az AR-GE departman müdürü seviyesinde olmak üzere her işletmeden bir yöneticiye 2018 Ağustos ve 2019 Haziran ayları arasında gerek yüz yüze, gerek telefonla görüşerek gerekse mail aracılığıyla 167 anket formu doldurtulmuştur. Anketlerden elde edilen verilerin analizinde SPSS ve SmartPLS3 programlarından yararlanılmıştır.

Araştırma modelini analiz etmeden önce araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ait güvenilirlik ve geçerlilik analizleri gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik analizi kapsamında; iç tutarlılık güvenilirliği için Cronbach’s Alpha ve rho_A değerleri, yapı güvenilirliği içinde Composite Reliability değerleri kullanılmıştır. Geçerlilik analizi kapsamında ise “faktör yükleri ile açıklanan ortalama varyans (AVE=Average Variance Extracted)” değerleri kullanılmıştır. SmartPLS3 istatistik programından yararlanarak modele ilişkin doğrusallık, yol katsayıları, R^2 ve etki büyüklüğü (f^2) değerlerini hesaplamak için PLS algoritması, tahmin gücünü (Q^2) hesaplamak içinde Blindfolding analizleri çalıştırılmıştır. PLS yol katsayılarının anlamlılık derecelerini değerlendirmek içinde yeniden örnekleme (Bootstrapping) ile örneklemden 5000 alt örneklem alarak t- istatistik değerleri hesaplanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre; girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi ve girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmişken, inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasında da anlamlı herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Aynı şekilde, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkileri incelendiğinde, çevresel dinamizm ile çevresel rekabet gücü moderatörlerinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi, Finansal Performans, Moderatör Değişken.



ABSTRACT

PALA, Fahrettin. A Research on the Moderator Effects of Environmental Factors in the Relationship Between Entrepreneurship Orientation, Innovation Capacity and Financial Performance, PhD Thesis, 2020, (XVI + 210)

The aim of this study is to investigate the moderator effects of environmental factors on the relationship between entrepreneurship orientation, innovation capacity and financial performance. From this point of view, the main aim of the study is the dimensions of entrepreneurship orientation; To determine the relationship levels between innovation, proactivity and risk taking and the concepts of innovation capacity and financial performance and to demonstrate the moderator effect of environmental dynamism and environmental competitiveness in this relationship.

For this purpose, the scope of the study consists of 210 firms that have got 50 or more employees with Research&Development centre in Istanbul and Kocaeli, and deliberate sampling method has been used. In the research, 167 survey forms were filled by face-to-face interviews, by telephone or by e-mail in August 2018 and June 2019 and department manager has been chosen, at least at the level of R & D. SPSS and SmartPLS3 programs were used in the analysis of the data obtained from the questionnaires.

Before analyzing the research model, reliability and validity analyzes of the variables included in the research were done. Within the scope of reliability analysis; Cronbach's Alpha and rho_A, Composite Reliability values in structure reliability were used for internal consistency reliability. In the validity analysis, Average Variance Extracted (AVE) an values explained by factor loadings was used. Using the SmartPLS3 statistical program, the PLS algorithm was used to calculate linearity, path coefficients, R² and effect size (f²) values of the model and Blindfolding analyzes were used to calculate the predictive power (Q²). In order to evaluate the significance of PLS path coefficients, t-statistic values were calculated by taking 5000 sub-samples from the sample by re-sampling (Bootstrapping).

According to the results of the analysis; while there was a statistically significant relationship between entrepreneurship orientation and innovation capacity and entrepreneurship orientation and financial performance, no significant relationship was found between innovation capacity and financial performance. Similarly, when the moderator effects of environmental factors are analyzed in the relationship between entrepreneurship orientation, innovation capacity and financial performance, it has been found that environmental dynamism and environmental competitiveness moderators are not statistically significant.

Key Words: Entrepreneurship Orientation, Innovation Capacity, Financial Performance, Moderator Variable.



İÇİNDEKİLER

DIŞ KAPAK	
İÇ KAPAK	
KABUL ve ONAY	III
BİLDİRİM	IV
ÖNSÖZ.....	V
ÖZET.....	VI
ABSTRACT	VIII
İÇİNDEKİLER	X
TABLolar LİSTESİ.....	XIV
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XV
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XVI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. İNOVASYON, İNOVASYON İLE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR, İNOVASYON TÜRLERİ, İNOVASYON STRATEJİLERİ VE İNOVASYONA YÖNELİK TEORİK YAKLAŞIMLAR	6-39
1.1. İNOVASYON SÜRECİ	6
1.1.1. İnovasyon Kavramı	6
1.1.2. İnovasyon İle İlişkili Kavramlar	8
1.1.3. İnovasyon Türleri	15
1.1.4. İnovasyon Stratejileri.....	20
1.1.5. İnovasyon Modelleri.....	27
1.1.6. İnovasyona Yönelik Teorik Yaklaşımlar	34

İKİNCİ BÖLÜM

2. GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ, İNOVASYON KAPASİTESİ, FİNANSAL PERFORMANS VE ÇEVRESEL FAKTÖRLER	40-55
2.1. Girişimcilik Yönelimi Kavramı.....	40
2.2. Girişimcilik Yönelimi Boyutları	42
2.2.1. Yenilikçilik.....	47
2.2.2. Proaktiflik	48
2.2.3. Risk Alma	50
2.3. İnovasyon Kapasitesi.....	51
2.4. Finansal Performans	53
2.5. Çevresel Faktörler	54
2.5.1. Çevresel Dinamizm.....	54
2.5.2. Çevresel Rekabet Gücü	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TEORİK YAKLAŞIM, LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ, ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ	56-84
3.1. Araştırmanın Modeli	56
3.2. Araştırmada Kullanılan Değişkenler	58
3.3. Girişimcilik Yönelimi ile İnovasyon Kapasitesi Arasındaki İlişki	60
3.4. Girişimcilik Yönelimi ile Finansal Performans Arasındaki İlişki.....	64
3.4.1. Yenilikçilik Boyutu ile Finansal Performans Arasındaki İlişki.....	67
3.4.2. Proaktiflik Boyutu ile Finansal Performans Arasındaki İlişki.....	70
3.4.3. Risk Alma Boyutu ile Finansal Performans Arasındaki İlişki.....	73
3.5. İnovasyon Kapasitesi ile Finansal Performans Arasındaki İlişki	76
3.6. Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin (Çevresel Rekabet Gücü ve Çevresel Dinamizm) Moderatör Etkisi.....	79

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	85-100
4.1. Araştırmanın Amacı	85
4.2. Araştırmanın Önemi	86
4.3. Araştırmanın Literatüre Katkısı.....	88
4.4. Araştırmanın Özgün Değeri	89
4.5. Araştırmanın Kısıtları.....	90
4.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi	90
4.7. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı	92
4.8. Araştırmanın Analiz Yöntemi	93

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. ANALİZ VE BULGULAR.....	101-146
5.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular.....	101
5.2. Açıklayıcı Faktör Analizi	103
5.4.1. Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Ölçeklerine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi	122
5.4.2. Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkilerine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	130
5.4.3. Doğrusallık Testi	139
5.4.4. Etki Büyüklüğü (f^2) ve R^2 Değerleri	140
5.4.5. Tahmin Gücü Analizi (Q^2).....	142

.....	147
KAYNAKÇA	158
EK 1. Anket Formu	1922
EK 2. Araştırma Kapsamındaki Firmalar	198
EK 3. Etik Kurul İzni	2077
ÖZGEÇMİŞ	209



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. İş Stratejilerinin İnovasyon Açısından Sınıflandırılması	22
Tablo 2. Girişimcilik Yöneliminde Kullanılan Boyutlar	42
Tablo 3. Girişimcilik Yönelimi İle İlgili Yapılan Çalışmalar	44
Tablo 4. Çalışma Kapsamındaki Değişkenlere Ait Bilgiler	58
Tablo 5. Araştırma Kapsamındaki Firmalara Ait Bilgiler	91
Tablo 6. PLS-SEM ve CB-SEM Arasındaki Farklar	98
Tablo 7. Katılımcılara Ait Genel Özellikler	101
Tablo 8. Değişkenlerin Ortalama, Standart Sapma ve Varyans Değerleri.....	102
Tablo 9. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	105
Tablo 10. Güvenilirlik Analiz Sonuçları	107
Tablo 11. Birleşme Geçerliliği (Convergent Validity) Analizi	109
Tablo 12. Cross Loadings Ayrışma Geçerliliği	114
Tablo 13. Fornell-Larcker Ayrışma Geçerliliği ve Korelasyon Değerleri	119
Tablo 14. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Ayrışma Geçerliliği	121
Tablo 15. Ölçüm Modeline Ait Path Coefficients T-İstatistik Değerleri	125
Tablo 16. Ölçüm Modeline Ait Path Coefficients T-İstatistik Değerleri	128
Tablo 17. Ölçüm Modeline Ait Path Coefficients T-İstatistik Değerleri.....	132
Tablo 18. Avrupa Birliği ve Diğer Bazı Ükelere Ait 2015-2016 ve 2017 AR-GE Harcamaları	134
Tablo 19. Değişkenlerin Varyans Artırıcı Faktör (VIF) Testi Sonuçları	139
Tablo 20. R ² Değeri Sonuçları	140
Tablo 21. Etki Büyüklüğü (f ²) Sonuçları	141
Tablo 22. Tahmin Gücü Analiz (Q ²) Sonuçları.....	142
Tablo 23. Hipotez Test Sonuçları	144

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Yeni Ürün Yönetimini Etkileyen Faktörler	18
Şekil 2. Birinci Jenerasyon Yenilik Modeli: Teknoloji İtmeli Doğrusal Model.....	29
Şekil 3. İkinci Jenerasyon Yenilik Modeli: Talep Çekmeli Doğrusal Model	30
Şekil 4. Üçüncü Jenerasyon Yenilik Modeli: İnteraktif Model	31
Şekil 5. Nissan’da Yeni Ürün Geliştirme Süreci	32
Şekil 6. İnovasyona Yönelik Teorik Yaklaşımlar	34
Şekil 7. Teknolojik Değişim Sürecinin Aşamaları.....	38
Şekil 8. Araştırmanın Modeli	57
Şekil 9. Girişimcilik Yönelimi İle Finansal Performans Arasındaki İlişkide İnovasyon Kapasitesinin Aracı Rolü Ölçeğine İlişkin PSL-SEM Yapısal Eşitlik Modeli Diyagramı (Yol Analizi)	124
Şekil 10. Genel Modele İlişkin PSL-SEM Yapısal Eşitlik Modeli Diyagramı (Yol Analizi).....	131

KISALTMALAR LİSTESİ

TÜRKÇE		İNGİLİZCE	
AB	Avrupa Birliği	EU	European Union
		AMOS	Analysis of Moment Structures
AR-GE	Araştırma Geliştirme	R & D	Research and Development
ÇD	Çevresel Dinamizm	ED	Environmental Dynamism
ÇR	Çevresel Rekabet	EC	Environmental Competition
		CB-SEM	Covariance-based SEM
FP	Finansal Performans	FP	Financial Performance
HÜ	Hacettepe Üniversitesi	HU	Hacettepe University
KKK	Kaynak Kullanım Kapasitesi	RUC	Resource Utilization Capacity
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler	SME	Small and Medium Business
MÜSİAD	Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği	IIBA	Independent Industrialists and Businessmen Association
NT	Nakit Tutumu	CA	Cash Attitude
EİKÖ	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü	OECD	Economic Cooperation and Development Organization
OSTİM	Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi	MEITC	Middle East Industry and Trade Center
ODTÜ	Ortadoğu Teknik Üniversitesi	M.E.T.U	Middle East Technical University
ÖK	Öğrenme Kapasitesi	LC	Learning Capacity
PK	Pazarlama Kapasitesi	MC	Marketing Capacity
KEKKYEM	Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi	PLS-SEM	Partial Least Squares Structural Equation Modeling
SK	Stratejik Kapasite	SC	Strategic Capacity
SY	Sermaye Yapısı	CS	Capital Structure
ÜK	Üretim Kapasitesi	PC	Production Capacity
vd.	Ve Diğerleri	et al.	And other people
YEM	Yapısal Eşitlik Modeli	SEM	Structural Equation Model
YK	Yönetim Kapasitesi	MG	Management Capacity

GİRİŞ

Artan teknolojik değişimler ile birlikte, küresel rekabet ve değişen iş ortamları inovasyon ve girişimcilik faaliyetlerini işletmelerde hayati öneme sahip hale getirmiştir. İnovasyon, son yirmi yılda önemi giderek artan ve çok kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Bu kavramı bu denli önemli kılan en önemli unsur hiç şüphesiz işletme ve ekonomiler için katma değer ve fayda sağlayan faktörlerin başında gelmesidir (Aras vd., 2014: 33). İnovasyon, gittikçe değişen bir ortamda sürdürülebilir rekabet avantajının en önemli kaynaklarından biri olarak kabul edilir. Bu kavramın sürdürülebilir rekabet avantajının en önemli kaynaklarından biri olarak kabul edilmesinin nedenleri, ürün ve süreç iyileştirmelerine neden olması, firmaların hayatta kalmalarına yardımcı olması, onların daha hızlı büyümelerine izin vermesi, daha verimli olmalarını sağlayan sürekli ilerlemeler yapması ve nihayetinde yenilikçi olmayan firmalara göre daha karlı olmalarını sağlamasıdır (Atalay vd., 2013: 226).

Günümüz şartlarında küreselleşme olgusunun daha da çok hissedilir olmaya başlamasıyla birlikte işletmeler açısından çok daha zorlayıcı bir rekabet ortamı doğmuştur (Yavuz, 2010: 1). Bu rekabet ortamında işletmelerin hayatta kalabilmeleri, sürekli bir şekilde gelişimlerini sürdürmelerine ve yaşanan değişimlere ayak uydurmalarına bağlıdır. Çünkü işletmelerin bu süreçte yürütmüş olduğu inovasyon faaliyetleri karlılıklarını ve verimliliklerini artırarak işletmenin piyasa değerini artıracaktır (Aras vd., 2014: 33). İş dünyası gittikçe daha da karmaşık ve rekabetçi bir hal alan bu piyasa koşullarında büyüme sağlamak, performansını sürdürmek için birçok firma inovasyonu uygun ve kalıcı bir rekabet avantajı kaynağı olarak görmektedir. İnovasyonun gerekliliği büyük oranda kabul görmüş ve çoğu lider daha uzun bir sürede başarılı olmanın kurum içindeki yenilikçi süreçlere bağlı olduğunu bilmektedir (Kolaric ve Mitrovica, 2013: 102).

Literatürde inovasyonun farklı özellikleri ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine çok sayıda bilimsel çalışmaya rastlanmaktadır. Özellikle araştırma kapsamında yer alan inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine, batılı ülkelerde çok sayıda bilimsel çalışma mevcuttur. Bu çalışmalardan

bazılarında inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişki tartışılmış ve bu ilişkinin doğrudan bir etkisi olduğunu belirten (Biegas, 2018; Rajapathirana ve Hui, 2018; Naala vd. 2017; Omar vd., 2016; Chadee ve Roxas, 2013; Aini vd., 2013; Marques ve Ferreira, 2009) çalışmaların yanı sıra, doğrudan bir ilişkinin olmadığını belirten çalışmalarda (Gürçaylılar Yenidoğan ve Aksoy, 2016; Kafetzopoulos ve Psomas, 2015) rastlanılmıştır. Bu çalışmalarda yaygın olan varsayım, inovasyon kapasitesinin finansal performans üzerinde doğrudan ve olumlu etkisi olduğu yönündedir. Her ne kadar inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişki doğrudan ve olumlu yönde olsada, doğrudan ilişkisi olmayan çelişkili bulgularında var olması bu ilişkiye etki eden başka değişkenlerinde (örneğin; aracı veya düzenleyici değişkenlerin) var olabileceğine işaret etmektedir. Bu nedenle inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişki üzerinde başka değişkenlerin etkisinin olup olmadığının araştırılmasının teorik açıdan daha doğru olacağı düşünülmektedir.

Yine araştırma kapsamında yer alan girişimcilik yönelimi kavramına, Miller'in (1983) yılında yapmış olduğu örgüt düzeyindeki girişimcilik araştırması öncülük etmiştir. Bu kavram daha sonra Covin ve Slevin (1989, 1990) yıllarında yapmış oldukları çalışmalar ile ilerletilmiş ve Lumpkin ve Dess (1996) tarafından geliştirilerek akademik alanda yoğun bir şekilde incelenmiştir (Solmaz, 2016: 17-18). Girişimci yönelimine sahip firmalar, yeni ve belirsiz ürünleri, hizmetleri ve pazarları denemek için risk almak, yeni pazar fırsatları için rakiplerinden daha proaktif olmak için yenilik yapmaya isteklidir (Wiklund ve Shepherd, 2005: 75). Girişimcilik yönelimi, işletmeleri rakiplerinden ayırabilecek ve rekabet avantajı yaratacak yeni fırsatları bulma ve / veya keşfetme olanağı sağlar (Wiklund ve Shepherd, 2005: 72).

Girişimcilik yönelimi boyutlarını Miller (1983), “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak tanımlamıştır (Miller, 1983: 771). Aynı şekilde Covin ve Slevin (1991) girişimcilik yöneliminin üç alt boyutunu “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak kullanmışlardır (Covin ve Slevin, 1991: 7). Ancak Lumpkin ve Dess (2001) girişimcilik yönelimi fonksiyonunun çok boyutlu bir niteliğe sahip olduğunu belirterek, Miller (1983 ve Covin ve Slevin'in (1991) iddia ettiği gibi sadece üç alt boyutunun olmadığını, bunlara ek olarak “özerklik ve rekabetçi saldırganlık olduğunu” ifade etmişlerdir (Lumpkin ve Dess, 2001: 429). Ancak girişimcilik yöneliminin boyutları strateji ve girişimcilik literatüründe yaygın olarak “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak

kullanılmaktadır. Çalışmada da literatürde yaygın olarak kullanılan, yenilik, proaktiflik ve risk alma boyutları kullanılmıştır.

Literatür büyük ölçüde girişimcilik yöneliminin finansal performansa olan etkisini yoğun bir şekilde araştırmıştır (Vu, 2017: 19). Strateji ve girişimcilik literatüründe yaygın olan varsayım, girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında pozitif bir ilişkinin varlığıdır. Bu ilişkinin varlığı, Covin ve Slevin, 1986; Lumpkin ve Dess, 2001; Wiklund, 1999 gibi yazarlar tarafından da desteklenmiştir. Literatürde girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine yapılan bazı çalışmalarda, (Rezaei ve Ortt, 2018; Özer vd., 2017; Kee ve Rahman, 2017; Filser ve Eggers, 2014; Kreiser vd., 2013; Koe, 2013, Muzaffar, 2011; Rauch vd., 2009; Ağca ve Kandemir, 2008) bu ilişkinin pozitif yönde olduğu belirtilmiştir. Pozitif yönde ilişkin yanı sıra herhangi bir ilişkinin olmadığını belirten çalışmalarda (Petrović vd., 2015 ve Kraus vd.; 2012) mevcuttur. Literatürde girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine yapılan bazı çalışmalarda, (Rezaei ve Ortt, 2018; Fadda, 2018; Gupta vd., 2016; Mason vd., 2015; Kreiser vd., 2013; Lumpkin ve Dess; 2001; Zahra ve Garvis, 2000) bu ilişkinin pozitif yönde olduğu belirtilmiştir. Pozitif yönde ilişkin yanı sıra herhangi bir ilişkinin olmadığını belirten çalışmalarda (Petrović vd., 2015; Filser ve Eggers, 2014 ve Morgan ve Strong, 2003) mevcuttur.

Girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine yapılan bazı çalışmalarda ise (Fadda, 2018; Gupta vd., 2016; Petrović vd., 2015; Kraus vd., 2012; Özer, 2011; Morgan ve Strong, 2003) herhangi bir ilişkinin olmadığını belirten çalışmaların yanı sıra, risk almanın finansal performans üzerinde etkili olduğunu belirten (Rezaei ve Ortt, 2018; Aminu, 2016; Filser ve Eggers, 2014; Rauch vd., 2009) ve bu etkinin pozitif yönde olduğunu belirten (Mason vd., 2015; Koe, 2013; Kroeger, 2007) çalışmalarda mevcuttur. Girişimcilik yönelimi boyutları ile finansal performans arasındaki ilişkide çelişkili bulguların var olması bu ilişkiye etki eden başka değişkenlerinde (örneğin; aracı veya düzenleyici değişkenlerin) var olabileceğine işaret etmektedir. Bu nedenle girişimcilik yönelimi boyutları ile finansal performans arasındaki ilişki üzerinde başka değişkenlerin etkisinin olup olmadığının araştırılmasının teorik açıdan daha doğru olacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, literatürde gerek inovasyon kapasitesi gerekse girişimcilik yönelimi boyutları ile finansal performans arasındaki ilişkide çelişkili bulguların var olması bu ilişkiye etki eden başka değişkenlerinde (örneğin; aracı veya düzenleyici ve moderatör değişkenlerin) var olabileceğine işaret etmektedir. Bu nedenden dolayı girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin (çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücü) moderatör etkilerinin tespit edilmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesinin finansal performans üzerindeki direkt ve endirekt (dolaylı) etkileri İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 50 ve üzeri çalışanı ile AR-GE merkezi olan işletmeler arasından seçilen 210 işletmeye göre tespit edilmiştir.

Literatürde girişimcilik yönelimi ile inovasyonun farklı alanları ile ilgili çok sayıda çalışma olmasına rağmen, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünü dikkate alan herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanılmamıştır. Çalışmanın literatürdeki bu boşluğu dolduracak olması önem arz etmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülke Türkiye için bu boşluğun doldurulmasına yardımcı olması ve ilgili literatüre bu anlamda katkı sağlaması beklenmektedir. Çalışmanın bu boşluğun doldurulmasına yardımcı olması ve literatüre bu anlamda katkı sağlaması açısından özgün bir çalışma olacaktır.

Çalışma amacı doğrultusunda beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde inovasyon ile ilgili kavramsal çerçeve açıklanmıştır. Bu bölümde; inovasyon kavramı, inovasyon ile ilişkili kavramlar, inovasyon türleri, inovasyon stratejileri, inovasyon modelleri ve inovasyona yönelik yaklaşımlar ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, girişimcilik yönelimi, girişimcilik yöneliminin boyutları, inovasyon kapasitesi ve finansal performans kavramları ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın konusunu oluşturan girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkileri incelenmiş ve teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda hipotezler geliştirilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde, öncelikli olarak araştırmanın amacına, önemine, literatüre katkısına, özgün değerine ve kısıtlarına yer verilmiştir. Daha sonra araştırmanın yöntemi tanıtılmış, ardından araştırma evreni ve

örneklem seçimi, veri toplama yöntemi ve aracı tanıtıldıktan sonra son olarak analiz yöntemi açıklanmıştır. Çalışmanın beşinci bölümünde, verilerin analizi ve ulaşılan bulgular ortaya konulmuştur. Son olarak ise konu ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. İNOVASYON, İNOVASYON İLE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR, İNOVASYON TÜRLERİ, İNOVASYON STRATEJİLERİ VE İNOVASYONA YÖNELİK TEORİK YAKLAŞIMLAR

1.1. İnovasyon Süreci

Bu bölümde çalışmanın inovasyonla ilgili kavramsal çerçevesi incelenmektedir. Bu kapsamda inovasyon kavramı, inovasyon ile ilişkili kavramlar, inovasyon türleri, inovasyon stratejileri, inovasyon modelleri ve inovasyona yönelik yaklaşımlar üzerinde durulmaktadır.

1.1.1. İnovasyon Kavramı

İnovasyon, yeni ve değişik bir şey yapmak anlamındaki “innovatus”, “innovate” ve “innovare” kelimelerinin kökünden türetilmiş bir kavramdır. Dilimize İngilizce bir kavram olan “innovation”dan girmiştir. Türkçe karşılığı yenilik veya yenilikçilik kavramlarıyla ifade edilmeye çalışılmış olsa da söz konusu kavramlar inovasyon sözcüğünün sadece bir bölümünü tanımlaya bilmektedir. İnovasyon kavramı, tek bir sözcükle ifade edilemeyecek kadar geniş bir anlama sahiptir (Eraslan vd., 2008: 24). İnovasyon, birçok bilim dalında uzun zamandan beri araştırılan ve halen daha incelenmekte olan bir kavramdır. Bu kavramın uzun süreli bir geçmişi olmasına rağmen tek bir ölçü veya tanımından bahsedilemez (Yılmaz, 2015: 3).

Bilimsel anlamda yenilik kavramını inceleyen ilk çalışma, Schumpeterin 1912 yılında kaleme aldığı İktisadi Gelişme Teorileri başlıklı kitabında yer almaktadır (Freeman and Soete, 2003:7’den aktaran, Şahin, 2009: 260). Yenilik kavramını işletme disiplininde tanımlayan ilk çalışma ise 1969 yılında Muse ve Kegereis tarafından yapılan yeni ürün geliştirme konusudur. Muse ve Kegereis (1969) işletmelerin pazarlama faaliyetleri üzerinde AR-GE çalışmaları ve yeni ürünlerin başarısını incelemişlerdir. Muse ve Kegereis (1969) yenilik kavramını “yeni ürün geliştirme” olarak değerlendirmektedirler (Şahin, 2009: 260).

İnovasyon karmaşık bir yapı olarak karşımıza çıkmakta ve çeşitli akademik disiplinlerden gelen bilim adamları tarafından farklı analiz seviyelerinde çoklu perspektiflerde ele alınmaktadır. Araştırmacılar örgütsel düzeyde inovasyon kavramını genellikle yeni fikir ya da davranışların ortaya konulması veya bu fikir ya da davranışların benimsenmesi olarak tanımlamaktadırlar (Damanpour and Schneider, 2008: 496).

İnovasyon kavramı ile ilgili araştırmacılar tarafından çok sayıda tanım yapılmış olması bu kavramın birçok zenginliği içinde barındırdığının bir göstergesidir. Geçmişten günümüze farklı açılardan bakılarak yapılan inovasyon tanımlarına bakıldığında, bu kavramın yalnızca yenilik gibi bir kelimeyle ifade edilemeyeceği net bir şekilde anlaşılmaktadır (Torun, 2016: 8). Schumpeter'in 1930'lu yıllarda yapmış olduğu tanımlamadan günümüze kadar birçok yazar tarafından tanımlamalar yapılmıştır.

İnovasyon kavramı hem süreci hem de sonucu ifade etmektedir. Avrupa Birliği (AB) ve OECD'nin yapmış olduğu tanımlamaya göre, inovasyon süreç olarak, bir fikrin pazarlanabilir bir ürüne veya hizmete dönüştürülmesi, yeni veya geliştirilmiş bir üretim yöntemine veya dağıtım sürecine ya da yeni bir sosyal hizmete dönüştürülmesi şeklinde ifade edilmiştir. İnovasyon sonuç olarak ise, inovasyon süreci sonucunda ortaya konan yeni veya geliştirilmiş ürünlerin, ekipmanların veya hizmetlerin piyasada başarılı bir şekilde pazarlanması şeklinde ifade edilmiştir (European Commission, 1995: 4).

OECD'nin inovasyon ile ilgili yapmış olduğu tanım genel kabul görmüş bir tanımdır. Buna göre inovasyon; "işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir" (OECD, 2005: 46).

Yılmaz'ın aktardığı gibi Schumpeter (1934) inovasyonu; "önceden herhangi bir şekilde uygulamaya konulmamış olan, üretken özellikler taşıyan bir sürecin ilk defa olarak ve ticari bir şekilde uygulamaya konulması" (Yılmaz, 2015: 9) şeklinde tanımlamıştır. Knight (1967)'e göre inovasyon; "bir organizasyona ve ilgili çevresine yeni olan bir değişimin benimsenmesidir" (Knight, 1967: 478). Godin'in aktardığı gibi Freeman (1974)'a göre inovasyon; "yeni ürün ve süreçlerin üretilmesi, yönetim ve

pazarlama, dağıtım (eğitim ve öğretim dahil) ve bilimsel araştırmalarla etkileşimi” (Freeman, 1974’ten aktaran, Godin, 2010: 4) şeklinde tanımlanmıştır.

Drucker (1985)’a göre inovasyon; “girişimcinin yeni zenginlik üreten kaynaklar yaratması veya mevcut kaynakları zenginliği yaratma potansiyeli ile artırması yoludur” (Drucker, 2002: 5). Porter (1990) ise inovasyonu “yeni bir ürün tasarımı, yeni bir üretim süreci, yeni bir pazarlama yaklaşımı veya yeni bir eğitim yürütme biçimi” olarak tanımlamıştır (Porter, 1990: 75). Roberts (2007)’e göre inovasyon; “bir fikir veya icadın ortaya çıkarılması ve bu buluşun bir işletme veya başka bir faydalı uygulamaya dönüştürülmesidir” (Roberts, 2007: 36).

Konunun daha iyi anlaşılması açısından, çalışmanın diğer bölümlerinde inovasyon kavramının Türkçe karşılığı olan yenilikçilik kavramı bazen inovasyonla birlikte bazen de yenilikçilik şeklinde kullanılmıştır.

1.1.2. İnovasyon İle İlişkili Kavramlar

İnovasyon; girişimcilik, yaratıcılık, AR-GE, değişim, tasarım, icat ve bilgi kavramlarıyla da yakından ilişkilidir. İnovasyonun ne anlama geldiğinin daha geniş bir biçimde ortaya konulabilmesi için benzer kavramlarla olan ilişkisinin incelenmesi gerekmektedir.

1.1.2.1. Girişimcilik

Girişimcilik ile inovasyon arasındaki kavramsal ilişki uzun yıllardan beri literatürde tartışılmaktadır. Girişimci paradigması, Schumpeter'in (1934) ilk olarak girişimcilerle kuramda inovasyon arasında bir bağlantı kurmaya çalıştığı ve girişimciyi yenilikçi olarak gördüğü 1930'lara kadar uzanır. Girişimcinin inovatör olarak kavramı, girişimcinin rolünün inovasyon sürecinde vurgulandığı girişimci paradigmanın temelini oluşturmaktadır. Girişimcilik yaratıcı bir eylem ve yenilik olarak görülmektedir. Girişimcilik, önceden var olmayan bir şey ortaya koymak, yaratmakla ilgilidir. İnovasyon girişimcilerin farklı bir işletme veya hizmet için bir fırsat olarak değişimi kullandıkları özel bir girişim aracıdır (Zhao, 2005: 28).

İnovasyon, tanımlanmış paydaşlar adına yeni ekonomik değer yaratmak için yaratıcı ve girişimcilik sürecinin birleşimidir. İnovasyon iki farklı alt süreç olan buluş ve girişimcilik birleştirildiğinde ortaya çıkar. Girişimcilik, kavramsallaştırması

tanımlanabilir paydaşlar için yeni bilginin potansiyel değerini, gerçekleşen ekonomik değere dönüştüren üç aşamalı bir süreç (değerlendirme, taahhüt, yönetim) olarak tanımlanabilir (Hindle, 2009: 76-79).

Girişimciliği tamamlayan ve onu destekleyen en önemli faktörlerden birisi şüphesiz inovasyondur. Girişimcilik ve inovasyon, firmaların üstün performans arayışında kullanabilecekleri yeteneklerdir (Ndubisi and Iftikhar, 2012: 215). Günümüz yoğun rekabet ortamında işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri ve rakipleri karşısında teknik üstünlük sağlayabilmeleri yenilik yapabilme yeteneğine bağlıdır. İşletmeler küresel rekabet ortamına uyum sağlamak için teknolojik ilerlemeleri ve gelişmeleri takip etmek zorundadırlar. Söz konusu işletmeler, yeni üretim yöntemleri, yeni ürünler, yeni süreçler, yeni organizasyon ve pazarlama teknikleri geliştirmektedirler. İşletmelerdeki bu değişimi sağlayan en önemli aktör şüphesiz ki girişimcilerdir (Işık vd., 2015: 59).

Zhao (2005), inovasyon ve girişimcilik kavramları arasındaki ilişkiyi şu şekilde açıklamıştır: "İnovasyon ve girişimcilik birbirini tamamlayıcıdır. Çünkü inovasyon girişimciliğin kaynağıdır ve girişimcilik, inovasyonun gelişmesine ve ekonomik değerinin gerçekleşmesine yardımcı olur. Girişimcilik, iş kapsamını genişletmek ve büyümeyi artırmak için inovasyonu kullanır. Bu nedenle girişimcilik ve inovasyon yeni bir girişimin ilk aşaması ile sınırlı olmayan dinamik ve bütüncül süreçlerdir. Girişimciliğin ve inovasyonun gelişimi ile inovasyonun başarılı bir şekilde ticarileştirilmesi için aralarındaki etkileşim bir organizasyon kültürü ve inovasyon odaklı destekleyici bir yönetim tarzını gerektirmektedir" (Zhao, 2005: 34-35).

1.1.2.2. Yaratıcılık

Yaratıcılık ve yenilik kavramı genellikle birlikte kullanılır ve eş anlamlı olduğu sanılır. Fakat bu iki kavram arasında çok belirgin farklılıklar vardır. Belirgin farklılıkların yanında bu iki kavram arasında organik bir ilişkide söz konusudur (Ürper, 2004: 43). Yaratıcılık, yeni fikir ve düşünceler ortaya koyabilme yeteneği ile ilişkili iken, inovasyon bu fikir ve düşüncelerin mal ve hizmetlere dönüştürülmesi süreciyle ilgilidir. Ayrıca inovasyon, yaratıcı fikir ve düşüncelerin somut ürün ve süreçlere dönüştürülme süreci içerisinde tüketici hizmetlerini geliştirmek, maliyetleri azaltmak ve örgüt içerisinde yeni kazanç alanları oluşturmakla da ilgilidir (Marangoz, 2016: 151).

Bir yenilik süreci iki ana faaliyetten oluşur. Bunlar yaratıcılık ve yeniliktir. Yaratıcılık, yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesini içerirken, yenilik bu fikirlerin yeni ürünlere ve süreçlere uygulanmasını gerektirir (Sarooghi vd., 2015: 714). Gurteen (1998), yaratıcılığı fikirlerin üretilmesi olarak tanımlarken, yeniliğin bunları eleyerek, inceleyerek ve uygulayarak eyleme geçirme faaliyeti olduğunu ifade eder. Gurteen ayrıca yaratıcılığın farklı düşünce ile ilgili olduğuna inanırken, yeniliğin yakınsak düşünme gerektirdiğini ifade etmektedir. Bu yaklaşım, fikir üretiminin yaratıcılığın kilit bir bileşeni olduğunu göstermektedir (McAdam ve McClelland, 2002: 87).

Yaratıcılık her alanda yeni ve yararlı bilgilerin ortaya konulması şeklinde tanımlanabilirken, yenilik örgüt içerisindeki bu yaratıcı düşünce ve fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanması olarak da tanımlanabilmektedir (Duran ve Saraçoğlu, 2009: 60). Heap (1989) yaratıcılığı; var olan yeni fikir ve kavramların radikal bir şekilde yeniden yapılandırılması sonucu yeni fikir ve ürünler ortaya koyabilme yeteneği, olarak ifade etmektedir (Hsiao ve Chou, 2004: 423). Yaratıcılık, ürün yeniliklerinde mevcut bilgiler arasında ilişkilendirme yapabilmede önemli rol oynamaktadır. Bu özelliğinden dolayı firmaların rekabet ortamındaki en önemli aracı konumundadır (Hsiao ve Chou, 2004: 424; Aygen, 2006: 6). Amabile (1998) yaratıcılığı, birlikte çalışan bireylerin veya küçük bir grup insanın, uygun, kullanışlı ve uygulanabilir yeni faydalı fikirler üretmesi olarak adlandırmaktadır (Brennan ve Dooley, 2005: 1389).

Yukarıdaki tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere yaratıcılık, tüm yeniliklerin tohumudur. Yeni ürünlerin, yeni hizmetlerin veya yeni işlerin başarılı bir şekilde uygulanması, iyi bir fikir ortaya koyabilen ve bu fikri ilk durumunun ötesinde geliştiren kişi veya ekiple başlar (Amabile vd., 1996: 1154).

1.1.2.3. Araştırma Geliştirme (AR-GE)

Araştırma, bilinmeyen bir bilgiyi ortaya çıkarmaya ve uygun koşullarda uygulamaya yönelik yapılan bilimsel ve teknolojik faaliyetlerdir. Geliştirme ise, var olan bilginin veya teknolojinin yeniden düzenlenerek daha kullanışlı şekle dönüştürme faaliyetidir (Aygen, 2006: 9). İnovasyon sürecinin ayrılmaz bir parçası olan AR-GE faaliyetleri OECD tarafından; “bilgi stokunu artırmak ve bilginin kullanımını geliştirerek yeni uygulamalarda kullanmak amacıyla sistematik bir temelde yürütülen

yaratıcı çalışmaları içermektedir” (Ülger ve Durgun, 2017: 106), şekilde tanımlanmaktadır.

Bir etkinliğin AR-GE faaliyeti olabilmesi için beş temel kriteri yerine getirmiş olması gerekir. Bu kriterler; yeni, yaratıcı, belirsiz, sistematik, aktarılabilir ve/veya yeniden üretilebilir olmalıdır. AR-GE'nin olağan olanın dışında (orijinal) olması; yeni buluşlara odaklanmış olmasını, yaratıcı olması; mevcut bilgi üzerinde gelişecek objektif yeni kavramlar ya da fikirler olmasını, belirsiz (kesinleşmemiş) olması; sonuçlanmış çıktılar hususunda belirsizliklerin var olmasını, sistematik olması; AR-GE'nin planlı bir şekilde yürütüldüğünü, hem takip edilen hem de sonuçtan elde edilen kayıtların tutulduğunu, aktarılabilir ve/veya yeniden üretilebilir olması ise; yeni bilginin aktarılması, kullanılmasını sağlamak ve diğer araştırmacıların sonuçları kendi AR-GE faaliyetlerinin bir parçası olarak yeniden üretilmelerine izin verme potansiyeli olmasını gösterir (OECD, 2015: 46-48).

AR-GE kavramı üç ayrı faaliyet türünü kapsar. Bunlar sırasıyla; temel araştırma, uygulamalı araştırma ve deneysel gelişimdir. Temel araştırma; öncelikle herhangi bir özel uygulama ya da kullanım olmaksızın, olgunun altında yatan temeller ve gözlemlenebilir gerçekler hakkında yeni bilgiler edinmeye yönelik deneysel veya teorik çalışmadır. Uygulamalı araştırma; belirlenmiş pratik amaç veya hedeflere yönelik yeni bilgi elde etmek amacıyla yürütülen orijinal araştırmaları ifade eder. Deneysel gelişim ise araştırma ve pratik deneyimlerden elde edilen bilgilerden yararlanan ve yeni ürün veya süreçler üretmeye ya da var olan mevcut ürünleri veya süreçleri iyileştirmeye yönelik ek bilgi üreten sistematik çalışmadır (OECD, 2015: 29).

AR-GE inovasyonun ön koşuludur. AR-GE faaliyetleri sonucu ortaya çıkan yenilikçi yaklaşımlar girişimci bakış açısıyla değerlendirilerek ticarileştirildiğinde inovasyon ortaya çıkar (MÜSİAD, 2012: 56). İnovasyonu destekleyen faaliyetlerden biri olarak kabul edilen AR-GE çalışmaları ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülüp katma değer yaratmadığı sürece inovasyondan bahsedilemez (Aras vd., 2014: 50). İnovasyondan bahsedebilmemiz için AR-GE faaliyetleri sonucu ortaya konulan yeni ve yaratıcı düşüncelerin mutlaka pazarlanabilir olması gerekmektedir. AR-GE çalışmaları sonucu ortaya konulan yeni düşünce ve fikirler ticarileştirilemezler ise sadece yeni düşünce ve fikir olarak kalırlar bunlar inovasyon olmazlar.

Küreselleşme ile birlikte artan yoğun rekabet ortamında gerek ürün ve hizmetlerin üretiminde, gerekse üretim süreçlerinin geliştirilerek iyileştirilmesinde AR-GE faaliyetlerinden yararlanılması yenilikçi organizasyon yapıları açısından rekabet avantajı haline gelmiştir. Yenilikçi organizasyon yapıları sürekli değişim halinde olan iç ve dış çevredeki değişimleri takip edebilmek ve o değişim ve yenilikleri kullanabilmek amacıyla AR-GE faaliyetlerini sürekli olarak geliştirerek onları dinamik tutmaya önem vermektedirler (Aygen, 2006: 10).

1.1.2.4. Değişim

Değişim kavram olarak süreklilik veya temellilik kelimelerinin karşıtıdır. Yani zamanın akışına rağmen aynı kalabilen anlamına gelen temellik kavramı, bir bakıma değişimin olumsuz olarak anlatılmasıdır (Marangoz, 2016: 126). Değişim, ister planlı ister plansız olsun bir sistemin, bir sürecin veya ortamın belli bir durumundan başka bir duruma geçmesi olarak tanımlanabilmektedir (Durna, 2002: 9).

Günümüz iş dünyasındaki zorluklar organizasyonları rekabet avantajı elde etmek için en son teknolojiyi kullanmaya zorlamaktadır. İnovasyon teknolojiye sıkı sıkıya bağlıdır ve teknoloji ile ilgili hızlı değişimler şirketlerin inovasyon yapmalarını da sağlar. İnovasyon şirketin rekabet gücünü artırmak için en etkili stratejidir. İnovasyon süreci, organizasyonlarda radikal bir değişim yaratmaktadır. Değişimin önündeki başlıca engeller ise direniş ve kayıtsızlıktır (Manzoni, 2015).

Değişimi bir fırsat olarak tanımlayan ve onu görerek planlayan ve planını başarılı bir şekilde hayata geçiren organizasyonların rakiplerine karşı daha proaktif bir yaklaşım sergilemeyi tercih ettikleri anlaşılmaktadır. İnovasyon “değişime benzerlik göstermiş olsa da inovasyonun değişimin önünde yer alan yapılandırılmış bir uygulama ve süreç olduğu” anlayışı giderek daha da kabul görmektedir. Aslında değişimin bir sürecin yani inovasyonun bir sonucu olduğu bilinmektedir (Yılmaz, 2015: 27).

1.1.2.5. Tasarım

Tasarım ve inovasyon kavramları yapay hizmetlerin ve sistemlerin tasarlanması için bir yöntemi tanımlamak adına birbirinin yerine kullanılırlar. Bu terimler ve ilgili araç ve teknikler birbirleriyle güçlü bir ilişkiye sahip olsa da, bunlar eş anlamlı değildirler. Tasarım en genel anlamıyla, insanın kendi çevresinin takdir ve

adaptasyonunu ilgilendiren insan deneyiminin, beceri ve anlayışının alanı olarak tanımlanır (Kolko, 2007: 224-227).

Tasarım düşüncesi, işletmeler, yükseköğretim kurumları ve hükümetler tarafından yeniliğin bir yaklaşımı olarak benimsenmiştir (Reine, 2017: 56). Tasarım süreci; işlevselliği, estetiği, güvenliği ve çevresel yönleri, mimari bakış açısından, çoklu bileşenleri veya alt sistemleri gibi çoklu beklentileri bir araya getiren ve birleştiren bütünlüycü bir süreçtir. Tasarım, yaratıcılığın merkezi bir rol oynadığı süreçtir (Forest vd., 2014: 5).

Tasarım, yaratıcılığın merkezi rol oynadığı bir süreç ise yaratıcılıkta tüm inovasyonların başlangıç noktasıdır. Gerek bireyler gerekse kurumlar tarafından ortaya konulan yeni düşünce ve fikirlerin insan ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanıp ticarileştirmesi ise inovasyonu oluşturmaktadır. Yaratıcı düşünce ve fikirlerin inovasyona dönüşebilmesi bu fikir ve düşüncelerin insan ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tasarlanmasına bağlıdır. Tüm bu açıklamalardan da anlaşılacağı gibi inovasyonun kaynağı yaratıcı düşünce ve fikirlerdir. Bu düşünce ve fikirlerin inovasyona dönüşme süreci ise insanların ihtiyaçları doğrultusunda tasarlanabilmesidir.

1.1.2.6. İcat (Buluş)

İnovasyon “buluşu uygulama” olarak tanımlamaktadır. Bu kısa tanımdan da inovasyonun buluş olmadığı sonucuna rahatlıkla varabiliriz. İnovasyon ile ilgili yapılan açıklamalardan da anlaşılacağı üzere inovasyonun herhangi bir sürece atıfta bulunan bir kavram olduğu ve mutlak bir şekilde değer yaratması gerektiğidir (Şahin, 2009: 262).

İnovasyon kavramına ilişkin yapılan literatür taraması sonucunda, inovasyon ve icat arasındaki ilişkinin temelde iki ayrı biçimde tanımlandığına rastlanılmaktadır. Bu tanımlamalardan ilkinde göre inovasyon ve icat arasında bir süreç ilişkisi (Schumpeter, 1961) olduğu ifade edilmişken, diğer tanımlamaya göre inovasyon ve icat arasındaki ilişkiyi bir dönüşüme (Roberts, 1988) benzetmektedir. Bir icat yeni veya geliştirilmiş bir ürün ya da sürece ticari olarak dönüştürüldüğü zaman inovasyon olmaktadır. İcatlar inovasyona göre daha dar bir alanı kapsarken, inovasyon daha geniş bir alanı kapsamaktadır. Bir icadın ortaya çıkarılması ve bu icadın yararlı uygulamalara dönüşüm aşamalarına hakim olan olgu inovasyondur.

İnovasyon ve icat arasındaki ilişkiyi süreç olarak açıklayan diğer bir görüşe göre ise, düşünceden yola çıkılarak, icat devreye girmektedir, sonrasında inovasyon ve ardından da yayılma söz konusu olmaktadır. Bir icadı teknik veya ticari anlamda kullanıma dönüştürmek inovasyonun kendisidir ve bu açıdan inovasyon icadın ticarileştirilmesidir (Alpaslan Danışman, 2015: 146).

1.1.2.7. Bilgi

Toplumun endüstri temelli bir ekonomiden bilgi yönetimi ve inovasyona dayalı bir ekonomiye dönüşmüş olması, iş stratejilerinin tasarımı ve uygulanmalarını da değiştirmiştir. Firmaların daha zorlu ve rekabetçi bir pazar ortamında hayatta kalabilmeleri için mücadele etmeleri kaçınılmaz bir hal almıştır. Bu yüzden bilgi yönetimini inovasyon faaliyetlerini işletmelere mümkün kılacak en etkili stratejilerden biri olarak görülmektedir. Benzer şekilde, farklı firmalar bilgi yönetimini, rekabet düzeylerini geliştirmelerine olanak tanıyan bir strateji olarak düşünmektedirler. Çünkü bilgi, organizasyonlarda daha yüksek bir rekabet gücü ve yenilikçilik elde etmek için temel bir unsur olarak görülmektedir (Guzman vd., 2012: 1-2). Yenilikçilik ise, organizasyonun rekabet avantajını elde etmek ve sürdürmek için çok önemli bir özelliktir (Jankowska, 2015: 55). Kurumlardaki yenilikçi yeteneğin artırılması kurumlardaki karlılığı ve büyümeyi artıran en önemli adımlardan biridir (Dobni, 2010: 49).

Bilgi ve inovasyon dünya ekonomilerini sürükleyen kavramlar olsa da bunlar birbirlerinden ayrılmaz kavramlardır. Mardani ve arkadaşları bilgi yaratmanın, bilgi entegrasyonunun ve bilgi uygulamasının yenilik ve performansı kolaylaştırdığını ifade etmişlerdir (Mardani vd., 2018: 12). Aynı makalede bilgi yaratma, inovasyon hızı, inovasyon kalitesi ve inovasyon miktarı üzerinde daha önemli etkiye sahip iken, inovasyon kalitesi, bilgi yaratma ve bilgi entegrasyonu performans üzerinde daha önemli etkilere sahip olduğu vurgulanmıştır. Bilgi yönetimi; ürünlerde, süreçlerde ve yönetim sistemleri yeniliklerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Guzman vd., 2012: 1). Bilgi ile ilişkilendirilen yenilik tanımı, “bilginin ürünlere, hizmetlere, süreçlere ve sistemlere dönüştürülmesi” şeklinde ifade edilmiştir (Ürper, 2004: 43).

1.1.3. İnovasyon Türleri

İnovasyon, faaliyetleri doğası gereği firmadan firmaya değişiklik göstermektedir. Bazı şirketler yeni bir ürünün geliştirilmesi ve pazara sürülmesi gibi iyi tanımlanmış inovasyon projelerine katılırken, bazıları ise öncelikli olarak ürettiği ürünlerinde, süreç yapılarında ve operasyonlarında sürekli iyileştirmeler yapmaktadırlar. Her iki şirket tipi de yenilikçi olabilir. Bir yenilik, önemli tek bir değişimin uygulanmasından oluşabileceği gibi önemli bir değişimi oluşturan bir dizi küçük artışı değişimin uygulanmasından da oluşabilir (Beyhan Yaşar, 2017: 11).

İnovasyon türlerinin temelini Schumpeter'in (1934)'de yapmış olduğu farklı inovasyon türleri oluşturmaktadır. Schumpeter (1934)'de inovasyon türlerini; yeni ürünler, yeni üretim yöntemleri, yeni tedarik kaynakları, yeni pazarların kullanımı ve işi organize etmenin yeni yolları şeklinde tanımlamıştır (Schumpeter, 1934'den aktaran, Gunday vd., 2011: 662). Schumpeter'in (1934)'de yapmış olduğu bu inovasyon türlerinden sonra literatürde inovasyonlar özelliklerine, derecelerine ve alanlarına göre çok değişik biçimlerde sınıflandırılmışlardır (Yavuz, 2010: 145). İnovasyonlar içermiş oldukları farklılıklar, yenilikler ve değişikliklerin büyüklüğüne göre radikal ve artırımsal inovasyonlar olmak üzere iki şekilde sınıflandırılmışlardır. Radikal inovasyon; radikal fikirler sonucu daha önce hiçbir yerde denenmemiş ürün, hizmet veya yöntemlerin geliştirildiği büyük atılımlarla oluşan inovasyondur. Artırımsal inovasyon ise adım adım yapılan bir dizi geliştirme ve iyileştirme faaliyetlerini içeren çalışmaların sonucu olarak ortaya çıkan inovasyon olarak adlandırılmaktadır (Elçi vd., 2008: 28).

İnovasyonlar yönetsel inovasyon ve teknik inovasyon olarak da iki şekilde ayrıma tabi tutulmuşlardır. Teknik inovasyon, şirketlerin teknik sistemlerinde yapılan ve organizasyonun öncelikli iş alanları ile ilgili inovasyondur. Yönetsel inovasyon ise; şirketlerin sosyal sistemlerinde yapılan inovasyonlardır (Yavuz, 2010: 145). Teknolojik gelişme bağlamında yenilik, ürün ve süreç yenilikleri olarak değerlendirilmektedir (Reyhanoğlu vd., 2013: 423). Yine literatürde yapılan diğer sınıflandırmalara göre inovasyon türleri; müşteri özelliğine göre inovasyonlar, müşteri etkilerine göre inovasyonlar, işletme için taşıdığı özellikler açısından inovasyonlar ve işletmeye etkilerine göre inovasyonlar olarak sınıflandırılmaktadırlar. Müşteri özelliğine göre inovasyonlar ise kendi içerisinde, pazarda atılım yaratan inovasyonlar olarak sınıflandırılmışlardır. Müşteri etkilerine göre inovasyonlar, aralıklı (fasıllı) ve artağan

inovasyon olarak sınıflandırılmışlardır. İşletme için taşıdığı özellikler açısından inovasyonlar, işletme için yeni olan inovasyon ve yönetim inovasyonu olarak sınıflandırılmış iken, işletmeye etkilerine göre inovasyonlar ise kendi içerisinde, yeteneği etkisizleştiren inovasyon, yeteneği geliştiren inovasyon ve yıkıcı inovasyon olarak sınıflandırılmışlardır (Yılmaz, 2015: 77-94).

İnovasyonun değişim alanına göre sınıflandırmasında ise, OECD yayını olan Oslo Kılavuzunda ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyon olarak dörtlü bir sınıflandırma yapılmıştır (OECD, 2005: 17). Değişim alanına göre yapılmış sınıflandırmanın diğer sınıflandırmaları kapsayıcı biçimde olmasından dolayı burada sadece dörtlü ayırım ele alınıp incelenmiştir.

1.1.3.1. Ürün İnovasyonu

Ürün inovasyonu, endüstri mühendisliğinde yeni bir yöntem olarak kabul edilmiş ve bu nedenle bilim adamları ve araştırmacılar tarafından kapsamlı bir araştırmayla sonuçlarını incelemeye ve gelecekteki evrimine yardımcı olmaya çalışılmıştır (Tohidi ve Jabbari, 2012: 521).

Ürün inovasyonu, yeni pazarlar/ müşteriler yaratmak veya mevcut pazarları veya müşterileri memnun etmek için yeni ürün ve hizmetlerin üretimini amaçlamaktadır (Wan vd., 2005: 262). Firmalar ürün yeniliklerini gerçekleştirirken genellikle mevcut ürünleri için müşterilerden ve işletme çevresinden alınan geri bildirimleri değerlendirerek ürünlerini yeniden pazara sunmaktadırlar (Aygen, 2006: 28).

Ürün inovasyonu, çoğu şirketin başarısı için merkezi olarak kabul edilmektedir (Dwyer ve Mellor; 1993: 160). Çünkü ürün yeniliği gelir elde etmek için en belirgin araçları sağlar (John, 1999: 6). Yeni ürünler, şirketin büyümesini teşvik eden, satış ve karların artışını sağlayan iş planlamasında önemli bir bileşendir (Dwyer ve Mellor; 1993: 160). Ürün yeniliğinin, şirketlerin rekabet gücünü koruyabilmelerine ve büyümelerine yardımcı olma gücü tartışılmaz bir gerçektir. Güçlü pazar varlığını korumak için ürünler güncellenmeli ve tamamen yenilenmelidir (John, 1999: 6). Yeni ürünler, daha önce firmanın ürettiği ürünlerden özelliklerine veya kullanım amaçlarına göre önemli ölçüde farklılık gösteren mal ve hizmetlerdir (OECD, 2005: 48).

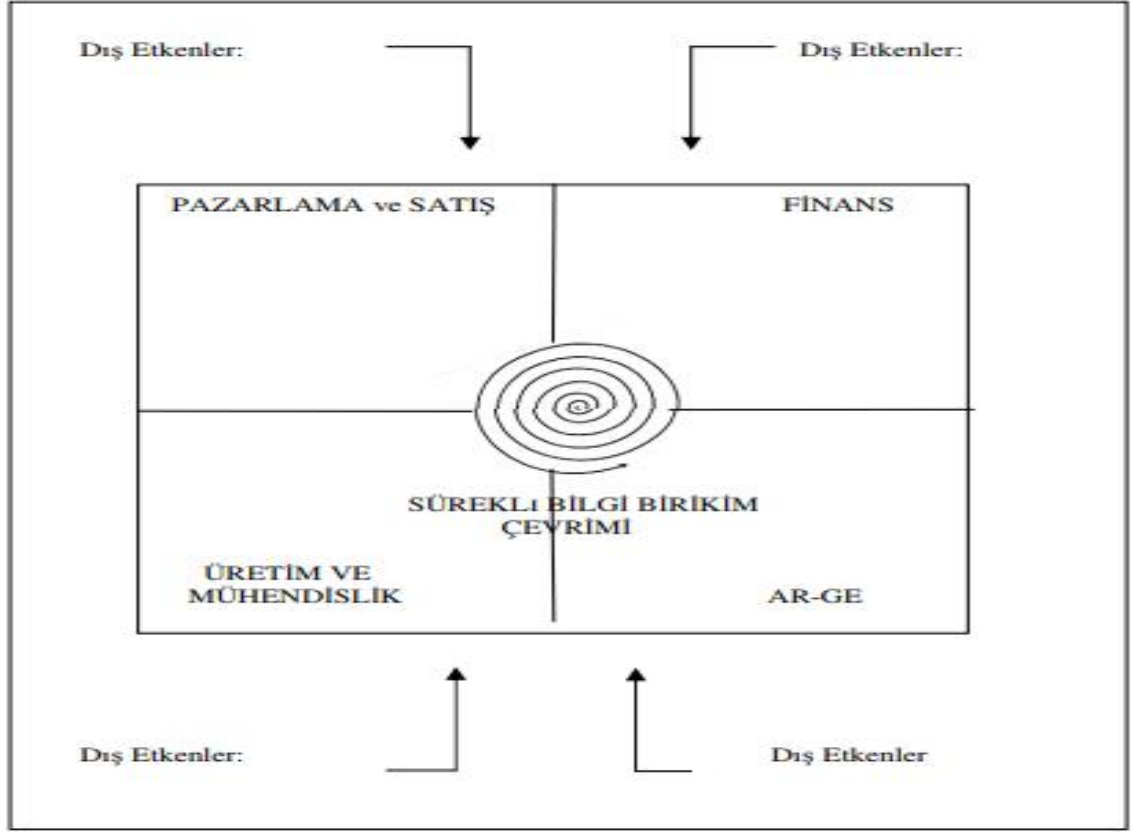
Ürün inovasyonu, yeni bir ürünün pazarlanması ile ilgili teknik tasarım, araştırma ve geliştirme, üretim, yönetim ve ticari faaliyetleri içeren bir süreç olarak

tanımlanmıştır (Tohidi ve Jabbari, 2012: 521). OECD (2005) ürün inovasyonu; bir ürünün yeniliği, özellikleri yahut kullanım amaçlarına göre yeni veya önemli ölçüde iyileştirilmiş bir mal ya da hizmetin sunulması olarak tanımlanmıştır. (OECD, 2005: 48).

Ürün inovasyonu, teknik şartnamelerde, bileşenlerde ve malzemelerde, geliştirilmiş yazılımlarda kullanıcı kolaylığında veya diğer işlevsel özelliklerde önemli gelişmeleri içerir. Ürün inovasyonu yeni bilgi veya teknolojilerden yararlanabilir veya mevcut bilgi veya teknolojilerin yeni kullanımlarına veya kombinasyonlarına dayanabilir. Başka bir ifadeyle ürün inovasyonu, hem yeni malların ve hizmetlerin sunulmasını hem de mevcut mal ve hizmetlerin fonksiyonel veya kullanıcı özelliklerinde önemli sayılabilecek gelişmeleri içermesidir. Ürün terimi, hem malları hem de hizmetleri kapsayacak şekilde kullanılır (OECD, 2005: 48).

Teknolojideki gelişmelerin çok hızlı bir şekilde yaşanması sonucu ürünün yaşam döngüsünün kısalması ve küresel rekabetin yoğun bir şekilde artması işletmeler açısından ürün inovasyonunu zorunlu haline getirmiştir. Dolayısıyla ürün inovasyonunun başarısı için işletmelerin kendi içerisinde olsun, müşterileri ve tedarikçileriyle olsun sıkı bir işbirliği içerisinde olmalarını gerektirmektedir (Kalay ve Kızıldere, 2015: 38). Bir başka ifadeyle yeni ürün geliştirme sürecinde işletmenin iç ve dış çevresinin sürekli olarak analiz edilmesi gerekmektedir. Analiz yapılırken de görünür ve görünmez tehdit ve fırsatların doğru bir şekilde algılanıp yorumlanması önem taşımaktadır (Aygen, 2006: 28).

Şekil 1. Yeni Ürün Yönetimini Etkileyen Faktörler



Kaynak: Aygen, 2006.

1.1.3.2. Süreç İnovasyonu

Süreç inovasyonu, yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş üretim veya teslimat yöntemlerinin uygulanmasıdır (OECD, 2005: 49). Bu yöntemler, ekipmandaki değişiklikler, üretim organizasyonu veya bu değişikliklerin bir birleşimi ile ilgili olabilir ve yeni bilgi kullanımından kaynaklanabilir (Kenfac vd., 2013: 7).

Süreç inovasyonu kaliteyi korumak ve iyileştirmek, ayrıca maliyetlerden tasarruf etmek için araçlar sağlar (John, 1999: 6). Bir firma yeni teknolojileri benimseyebilir, yeni makineleri satın alabilir, çalışanlarının eğitim faaliyetlerini gerçekleştirebilir ve süreçlerini yeniden düzenleyebilir (Karabulut, 2015: 1356). Süreç inovasyonu üretim veya teslimatların birim maliyetini düşürmek, kalitesini arttırmak veya yeni ve önemli ölçüde geliştirilmiş ürünler üretmek veya sunmak için tasarlanabilir (OECD, 2005: 49). Dolayısıyla süreç inovasyonunun, ürünü bir bütün olarak değil de bu ürünün geliştirilmesi veya ortaya konulmasında gerçekleştirilmesi gereken adımların bütünü veya bu adımların herhangi birinde inovatif davranılmasını ifade ettiği ileri sürülebilir.

Örneğin; ham petrolü arıtmak yerine konserve gibi yenilenebilir işletme kaynaklarını kullanarak otomotiv yakıtı üretmek için yeni üretim yolları geliştirmek bir süreç inovasyonu olarak sunulabilir (Yavuz, 2010: 146).

Süreçlere ilgili radikal inovasyonlar ilk kez 1990 yılında ortaya çıkmıştır. Bu yöntem 1990'lı yıllar boyunca işletmeler tarafından yoğun bir şekilde uygulama alanı bulmuş, görece yeni bir yöntem ve kavram olarak görülmüştür. Literatürde bu tür faaliyetlerin tanımlanmasında, iş süreçlerinin yeniden tasarımı ve değişim mühendisliği gibi farklı terimler kullanılmaktadır (Güleş ve Bülbül, 2004: 271).

1.1.3.3. Pazarlama İnovasyonu

Pazarlama inovasyonu teknolojik olmayan bir inovasyon türüdür (Polder vd., 2010: 44). Schumpeterci bakış açısı (1934) rekabet avantajı elde etmek için, firmalar pazarlama ve yenilik yönelimi arasında bağlantı kurmalıdırlar. Bununla birlikte, Drucker (1954), firmaların iki temel ögesinin pazarlama ve inovasyon olduğunu, böylece inovasyon kavramının pazar yöneliminin merkezine uyduğunu tanımlar (Reyhanoğlu vd., 2013: 419). Pazarlama inovasyon yeteneği, firmanın rekabet avantajını sürdürme yeteneğinin temel bileşenidir (Ngamsutti, 2016: 339).

Pazarlama inovasyonu, ürünün tasarlanmasında veya ambalajlanmasında, ürünün yerleştirmesinde, ürünün tanıtılmasında veya fiyatlandırılmasında önemli sayılabilecek değişiklikler içeren yeni bir pazarlama yönteminin uygulanmasıdır. Pazarlama inovasyonu, müşterilerin ihtiyacını daha iyi bir şekilde ele almayı, yeni pazarlar açmayı ya da bir firmanın ürününü pazarda yeni konumlandırmayı hedefleyerek, şirketin satışlarını arttırmayı hedefleyen bir inovasyon türüdür (OECD, 2005: 50).

Pazarlama inovasyonu, pazarlama için yeni teknikler ve yöntemler geliştirir. Pazarlama için yeni teknikler, yöntemler ve araçlar geliştirmek, kuruluşların başarısında önemli role sahiptirler. Bir firmanın müşteri bilgilerini toplamak için yeni yol ve yöntemler kullanması pazarlama inovasyonuna örnek olarak verilebilir. Örneğin, firmalar müşteri bilgilerini toplamak için artık bilgisayar yazılımlarını kullanıyor. Yine online mağaza gibi yeni ticaret formatları da pazarlama inovasyonuna örnek olarak verilebilir (Chen, 2006).

1.1.3.4. Organizasyonel (Örgütsel) inovasyon

Firmalar sadece ürün ve hizmetlerini geliştirip farklılaştırarak inovasyon yapmazlar. Firmalar rakipleri karşısında rekabet üstünlüğünü yakalayıp bunu koruyabilmeleri için iş yapma yöntemlerini de yenilemesi, geliştirmesi ve farklılaştırması gerekmektedir (Göztepe, 2009: 36). İşte bu noktada devreye organizasyonel (örgütsel) inovasyon girmektedir (Barut, 2018: 37).

Örgütsel inovasyon, firmanın iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir örgütsel yöntemin uygulanmasıdır. Örgütsel yenilikler, idari maliyetleri veya işlem maliyetlerini azaltarak, işyeri memnuniyetini (ve dolayısıyla işgücü verimliliğini) artırarak, değerlendirilemeyen varlıklara (kodlanmamış harici bilgi gibi) erişim sağlayarak veya sarf malzemesi maliyetlerini azaltarak bir firmanın performansını artırmayı amaçlayabilir (OECD, 2005: 51).

Örgütsel inovasyon, diğer inovasyon türlerinin merkezinde yer alır ve diğer inovasyon türlerini başlatmak için gerekli olan bir inovasyon türüdür. Örgütsel inovasyon yeni iş tekniklerinden oluşur. Bilginin organize edilmesi, bilgiye ulaşılması ve yeni veri tabanlarının hazırlanması ile ilgili olabilir. Ayrıca, karar vermede çalışanların katılımını teşvik etmek için örgütsel modelin geliştirilmesi ile ilgili olabilir. AR-GE ve üretimin entegre edilmesi ve ticari faaliyetlerin yapılandırılması ile ilgili olabilir (Karabulut, 2015: 1357-1358).

1.1.4. İnovasyon Stratejileri

Strateji kelimesi Yunanca bir kelime olup; “stratos” (ordu) ve “ago” (yönetmek, yön vermek) anlamındaki iki kelimenin birleşmesinden meydana gelmiştir. Kimi yazarlara göre ise kelime Latince “stratum” yol, çizgi, nehir yatağı gibi anlamlara gelen kelimedenden türetildiği ifade edilmektedir.

Yönetim ve işletme alanında strateji ise; işletmenin çevresi ile olan ilişkilerini düzenleyen, kaynaklarını harekete geçirerek rakipleri karşısında üstünlük sağlamasıdır. Buradan hareketle strateji, işletmenin çevresiyle olan ilişkilerini analiz ederek işletmenin amaçları ve yönünün belirlenmesi, bunları gerçekleştirecek olan faaliyetlerin belirlenmesi ve örgütün yeniden organize edilerek kaynakların bunlara göre tahsis edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Ecevit Satı ve Işık, 2011: 542). Dolayısıyla stratejinin amacı, bir kuruluşun öngörülmeleyen bir ortamda istenilen sonuçlarını

gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Çünkü strateji bir organizasyonun amaçları doğrultusunda fırsatçı olmasını sağlar (Drucker, 1999: 43).

Küreselleşme ile birlikte ülkeler arasındaki sınırların ortadan kalkmasına paralel olarak; bilginin, teknolojinin ve insan gücünün serbest ve hızlı dolaşımı, bilgi ve teknolojilerdeki hızlı gelişme, tüketicilerin yaşam stillerindeki hızlı değişim ve beklentilerindeki artış işletmeleri kaçınılmaz olarak inovasyon yapmaya itmiştir. Bu bağlamda inovasyon, işletmeler açısından en önemli rekabet araçlarından biri haline gelmiştir. Ancak işletmeler açısından asıl sorun, kendileri için sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacak, pazar payı ve karlılığını artıracak, piyasada yeni fırsatlar yaratacak olan bu inovasyonları nasıl gerçekleştirebilecekleri sorunudur (Uzkurt, 2010: 41).

Strateji ve yenilik arasındaki bağlantı etkili inovasyon yönetimi için önemlidir. Strateji, şirketlerin çevresindeki mevcut belirsizliklerle başa çıkabilmek için kaynakların, ürünlerin, süreçlerin ve sistemlerin konfigürasyonunu belirler. Firmaların hangi piyasada hangi iş ve işlemlerin yapılması gerektiğine karar vermelerini gerektirir. Başarılı bir inovasyon, ortak bir vizyonun ve stratejik yönün açık ifadesini gerektirir. Bu, inovasyonu kurumsallaştırmak için kritik bir adımdır. Yenilik için bir strateji olmadan yenilik başarısı mümkün değildir (Lawson and Samson, 2001: 389).

İnovasyon stratejisi, firmaların yenilik süreçleriyle ilgili olarak hangi eylemleri gerçekleştireceğini, yenilik için ihtiyaç duyulan kaynakların ne zaman ve nasıl tahsis edileceğini bildirir. İnovasyon stratejisi firmaların yenilik faaliyetlerinin uzun vadedeki hedeflerini ve temel yönlerini belirleyerek firmaların stratejik temel yönlerinin ayrılmaz bir parçasını oluşturur (Yılmaz, 2015: 524).

Literatürde, stratejinin birçok tanımı bulunsa da, yaygın olarak kabul gören tanım Porter'in (1980) yapmış olduğu tanımlamadır. Bu tanımlamaya göre strateji; bir firmanın bir endüstride iyi bir konum elde etmek, rekabetçi güçlerle başarılı bir şekilde başa çıkabilmek ve böylece yatırım için daha iyi bir yatırım getirisi elde etmek için gerekli olan saldırgan ve savunucu eylemleri içermektedir (Bergeron vd., 2001: 129).

İnovasyon stratejisi, bir firmanın iş stratejisini yürütmek ve performansını geliştirmek için inovasyonu ne ölçüde ve ne şekilde kullanmaya çalıştığını belirler (Gilbert, 1994: 16). İnovasyon stratejisi; "yeni bir ürün veya hizmet ile ilgili finansal amaç ve büyüme alanlarından oluşur; yeni ürün veya hizmetlerin stratejik misyonunu

tanımlayan stratejik roller ve yeni ürün veya hizmet fikirlerinin geçmesi gereken filtreler serisi sağlayan kriterler bütünüdür” (Ecevit Satı ve Işık, 2011: 546).

İnovasyon stratejisi, şirketin yenilikçi potansiyelini tam olarak kullanması ve geliştirmesi için amaçların, yöntemlerin ve yolların seçiminde şirket yaklaşımının yenilikçi yönüdür (Lendel and Varmus, 2011: 819). İnovasyon stratejisi, “yenilik sürecinin organizasyonel bağlamına (amaçlar, organlar, yapılar, performans, sınırlar ve çevre) uygun olarak odaklanması gereken eylemlerin neler olduğunu ortaya koyan bir inovasyon süreci kavramıdır” (Yılmaz, 2015: 524).

İnovasyon stratejileri konusunda yapılan araştırmalarda farklı inovasyon stratejisi türlerine ilişkin mükemmel olarak nitelendirilebilecek bir yaklaşım bulunmamaktadır. Ancak literatürde yine de ideal inovasyon stratejisi tipleri olarak; proaktif, aktif, reaktif ve pasif olmak üzere sınıflandırılabilir (Yılmaz, 2015: 526). Literatürde, bazı yazarlar iş stratejisini inovasyon açısından sınıflandırmışlardır.

Tablo 1. İş Stratejilerinin İnovasyon Açısından Sınıflandırılması

Yazarlar	Sınıflandırmalar
Ansoff and Stewart (1967)	Piyasada ilk olmak, Pazar lideri takip etmek, Mühendislik uygulamak, Ürünler geliştirmek.
Freman (1974)	Saldırgan, Savunmacı, Taklitçi, Bağımlı, Geleneksel, Fırsatçı
Miles and Snow (1978)	Prospector, Savunmacı, Analizci, Reaktör
Urban and Hauser (1980); Gilbert (1994)	Reaktif yenilik stratejisi (duyarlı, taklitçi, ikinci ama daha iyi, savunmacı), Proaktif yenilikçi strateji (AR-GE tabanlı, girişimci, şirket, pazar temelli)
Porter (1980)	Maliyet liderliği (inovasyon takipçisi), yeniliklere dayalı ürün farklılaşması (inovasyon liderliği)
Cooper (1984)	Etnoloji odaklı, dengeleyici, teknolojik olarak yetersiz, düşük bütçeli muhafazakar, yüksek bütçe
Lambkin (1988); Hultink and Robben (1995)	Teknolojik yenilikçi, hızlı kopyacı, maliyet düşürücü
Venkatraman (1989); Morgan and Strong (1998)	Saldırganlık, analizci, savunmacı, gelecek odaklılık, proaktiflik, risk alma
Venkatraman (1989); Morgan and Strong (1998)	Saldırganlık, analizci, savunmacı, gelecek odaklılık, proaktiflik, risk alma

Tablo 1. (Devamı)	
Yazarlar	Sınıflandırmalar
Johne and Snelson (1990)	Geleneksel varlık bazlı, Piyasaya dayalı
Wilson vd. (1992)	Saldırgan, Savunmacı
Wright vd.,1990; Parnel vd., (2000)	Prospector, savunmacı, analizci, reaktör, dengeleyici
Manu (1992); Manu and Sriram, (1996)	Ürün yenilikçi, süreç yenilikçi, geç katılan, Yenilikçi olmayan, orijinal (öncüler) başlatıcılar
Gilbert (1994)	Proaktif inovasyon stratejisi, reaktif inovasyon stratejisi
Lynn and Mazzuca (1998)	Müşteri odaklı, süreç odaklı, başlatıcı (öncü) odaklı, öğrenme odaklı
Veugelers and Cassiman (1999)	İnovasyonu kendisi üretmek, inovasyon satın almak, hibrit strateji
Roger (2001)	İlk pazar, hızlı takipçi, niş oyuncu, değişen pazar ihtiyaçlarına ve isteklerine cevap

Kaynak: Akman ve Yılmaz, 2008.

Venkatraman (1989), stratejik yönelimin altı özelliğini iş stratejileri açısından tanımlamış olup, bu stratejiler, saldırganlık (aggressiveness), analiz (analysis), savunmacılık (defensiveness), gelecek odaklılık (futuraity), proaktiflik (proactiveness) ve risk almaktır (riskiness) (Venkatraman, 1989: 948). Literatürde, birçok yazar Venkatraman'ın (1989), tanımlamış olduğu iş stratejisi sınıflandırmasını çalışmalarında kullanmışlardır. Bu çalışmada da inovasyon stratejileri olarak Venkatraman'ın (1989), tanımlamış olduğu saldırganlık, analizci, savunmacı, gelecek odaklılık, proaktiflik ve risk alma stratejileri kullanılmıştır.

1.1.4.1. Saldırganlık (Aggressiveness)

Lumpkin ve Dess (2001)'e göre saldırganlık, firmaların pazar da var olan rekabetçi eğilimlere ve taleplere nasıl tepki verdiğini ifade eder (Lumpkin and Dess, 2001: 429). Venkatraman (1989)'a göre saldırganlık, bir işletmenin, pazardaki pozisyonlarını, rakiplerinden daha hızlı bir oranda iyileştirmek için kaynak tahsisinde benimsediği duruşu ifade eder (Venkatraman, 1989: 948). Morgan ve Strong (1998)'a göre saldırganlık ise başarı ve sürdürülebilirliğin en önemli bileşeni olan müşteri ihtiyaçlarını uygun bir fırsat penceresi aracılığıyla tespit etme ve buna uygun olarak kaynakları hızla harekete geçirme yeteneğidir (Morgan and Strong, 1998: 1056).

Saldırgan firmalar piyasada lider olma konusunda kararlı olan firmalardır. Bir firma kaynak tahsisi, araştırma ve geliştirme yatırımları yapıyor ve yenilikçilik konusunda istekli davranıyor ise bu durum firmanın saldırgan olduğunu gösterir (Karabulut, 2015: 1339). Saldırgan firmalar, yüksek risk ve yüksek gelir beklentisi içerisinde olan saldırgan bir stratejik tutum belirlerler. Bu stratejiyi takip eden firmalar, rakiplerinin faaliyetlerine hızlı ve etkili bir şekilde cevap verirler (Deniz, 2011: 155).

Saldırgan strateji, çevresel fırsatların değerlendirilmesinde kavgacı bir duruş sergileyen strateji olarak bilinir (Yılmaz, 2015: 527). Saldırgan stratejiyi benimseyen firmalar; pazarda ilk harekete geçen, karlılık pahasına olsa bile rakiplerinden önce radikal yenilikler geliştiren ve yüksek risk ve getiri seviyesi içeren inovasyon projelerine öncelik veren firmalardır (Akman ve Yılmaz, 2008: 78).

1.1.4.2. Analiz (Analysis)

Analiz, firmaların başarılı inovasyon stratejilerini geliştirmesi ve sürdürmesi açısından kritik öneme sahiptir (Barringer ve Bluedorn, 1999: 423). Analiz, firmanın dış çevresini izleme ve anlama yeteneği ile ilgilidir. Analiz, genel problem çözme duruşunun özelliklerini ifade eder (Akhlag vd., 2013: 36). Analizci strateji, geniş kapsamlı problemleri çözebilme yeteneği ile ilgili bir stratejidir (Yılmaz, 2015: 527).

İnovasyon faaliyetleri, firmaların yeni fırsatları yakalamak için çevrelerini analiz etmelerini ve firmaların bu fırsatları yeniliklere dönüştürmek için yenilikçi yeteneklerini sistematik olarak değerlendirmelerini gerektirir. Bu şekilde, firmalar kendi ortamlarındaki değişikliklere cevap vermek için kendi yeteneklerini geliştirme fırsatı bulurlar (Akman ve Yılmaz, 2008: 88).

Firmalar için üst düzey bilgi toplama ve analiz oldukça önemlidir. Çünkü firmanın en üst düzey yöneticileri bilgileri kendi faaliyetlerindeki eksiklikleri tespit etmek için kullanabilir ve bu nedenle gelecekteki projelerde yönetim uygulamalarını geliştirmek için uygun önlemleri alırlar. Bu durum zaman kaybını önler, gereksiz maliyetleri kısar, artan hataları ve yanlış anlaşılmalara azaltarak firmaların performanslarını geliştirir (Love ve Irani, 2003: 650; Akhlag vd., 2013: 40).

1.1.4.3. Savunmacı (Defensiveness)

Bu strateji pazardaki mevcut pozisyonlarını korumak zorunda kalan firmaların, durumlarından kaygı duymalarından dolayı savunma amaçlı bir davranış sergilemeleri ile ilgilidir. Genel olarak savunuculuk, ürün kalitesi, maliyetin düşürülmesi ve etkinliğin araştırılması yöntemleri üzerinde durulması bakımından tanımlanmaktadır (Yılmaz, 2015: 529).

Venkatraman (1989) savunuculuk stratejisini, savunmacı davranışları yansıtır ve maliyet azaltma ve verimlilik arama yöntemleri üzerinde durulması gerektiğini ifade eder (Venkatraman, 1989: 948) şeklinde tanımlamaktadır. Morgan and Strong (1998) ise savunuculuk stratejisini, bir firmanın pazar konumunu korumayı amaçlayan davranışları herhangi bir şekilde geliştirmeye yönelik strateji (Morgan and Strong, 1998: 1056) olarak tanımlamaktadır.

Savunuculuk, örgütsel stratejistler için içsel odağı teşvik ederek firmanın dış çevresinden uzaklaşmasına neden olur. Bu nedenle piyasada değişiklikler meydana geldiğinde, savunmasızlık özelliği, firmaların sınırlı uyum yeteneklerine sahip olmaları ve “piyasadaki değişimi fark etmemeleri veya fark edilirse değişime uyum sağlayabilmeleri” anlamına gelir (Morgan and Strong, 1998: 1057; McKee vd., 1989: 22).

Savunmacı firmalar muhafazakar bir strateji görüşünü benimseyerek genellikle dar tanımlanmış bir segmentte güvenli bir piyasa pozisyonunu tutmaya gayret eden firmalardır (Morgan and Strong, 1998: 1054). Savunma stratejisini benimseyen firmalar kendi alanlarının dışındaki gelişmeleri ve eğilimleri göz ardı etme eğiliminde olan firmalardır. Aslında bunu yapmayı da bunun yerine pazara girme ve belki de bazı sınırlı ürün geliştirme yoluyla büyümeyi tercih edebilirler. Savunmacı strateji genellikle sınırlı ürün pazarlarına sahip olan firmalarda uygulanır (Miles vd., 1978: 550).

1.1.4.4. Gelecek Odaklı (Fütürist)

Geleceğe odaklanma stratejisi, sektörlerin ve firmaların gelecekteki yenilik fırsatlarını öngörmeleri suretiyle uzun vadeli planlar yapmalarına yardımcı olur (Yılmaz, 2015: 528). Geleceğe istekli bir şekilde odaklanılması, firmaların gelecekteki pazarını oluşturacak müşterilerin ve rakiplerin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurma, mevcut veya potansiyel rakiplerin gelecekteki hareketlerini değerlendirerek firmaların

ihtiyaç duyacağı bilgi ve görüşler konusunda fırsatlar sağlar (Chandy and Tellis, 1997: 13).

Geleceğe odaklanma, firmaların uzun vadeli bir görüş oluşturmaya, yeni ve yaratıcı fikirleri ve fırsatları yeniliğe dönüştürme olanağı sağlamasına yardımcı olur (Jaworski ve Kohli, 1993: 53-70; Akman ve Yılmaz, 2008: 89). Üst düzey bir gelecek stratejisi, yöneticilere çok çeşitli görüş ve görüşler sağlayarak yöneticileri pazardaki her tür gelişme konusunda uyarır (Akman ve Yılmaz, 2008: 78). Aynı zamanda firmaları rakiplerin yapmış olduğu radikal yeniliklerin yıkıcı sonuçlarına karşı uyarır.

Firmalar, müşterileri, rakipleri ve çevresi hakkında uzun vadeli görüşe sahip olup ona odaklanmalıdırlar (Vazquez vd., 2001: 83). Çünkü şimdiki rekabetçi ortamda, bir müşterinin yaşam boyu değerini anlamak, müşteri ve diğer paydaşlar ile uzun vadeli ilişkiler kurmak ve sürdürmek bir kuruluşun pazar liderliği için çok önemlidir (Kandampully ve Duddy, 1999: 51).

1.1.4.5. Proaktiflik (Proactiveness)

Proaktiflik terimi, Webster'un Dokuzuncu Yeni Kolej Sözlüğünde "gelecekteki problemler, ihtiyaçlar veya değişimler beklentisiyle hareket etmek" olarak tanımlanmıştır (Lumpkin ve Dess, 1996: 146). Proaktiflik, çevredeki değişim ve gelişmelerin yarattığı yeni fırsatları araştırmak, yeni fırsatlar yaratmak ve bu fırsatları değerlendirerek yenilikler yapmak anlamına gelmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 146-147; Akman ve Yılmaz, 2008: 78).

Proaktif strateji, firmaların değişim ve yenilikçiliği destekleyerek, rakipleri ile agresif bir şekilde rekabet etme eğilimidir (Covin ve Slevin, 1988: 218; Gupta vd., 2004: 243). Droge vd., (2008)'e göre proaktif bir stratejik yönelim, müşterilerin hem açık hem de gizli beklentilerini karşılayan yeniliklere agresif bir şekilde odaklanılmasıdır (Droge vd., 2008: 275). Yılmaz (2015)'a göre proaktif strateji, çevrede meydana gelen değişim ve gelişmelerin ortaya çıkarmış olduğu fırsatların belirlenmesi ve bunların değerlendirilmesi ile ilgili olan stratejidir (Yılmaz, 2015: 528).

Firmaların proaktif davranışları yeniliğin temel bileşenlerinden biridir (Morgan ve Strong, 1998: 1057). Firmalar rekabet avantajlarını sürdürmek için proaktif hareket etmek durumundadırlar (Akman ve Yılmaz, 2008: 90). Proaktif stratejik duruşlar, firmaları daha yenilikçi kılar, onları daha esnek yapılara yönlendirerek daha yenilikçi

olmasını ve dolayısıyla daha da ilerlemesini sağlar. Proaktif firmalar, pazar avantajı elde etmek ve bu durumu sürdürmek için yenilikleri kullanırlar (Ozsomer vd., 1997: 411).

1.1.4.6. Risklilik (Riskiness)

Venkatraman (1989) risk alma stratejisinin çeşitli kaynak tahsisi kararlarına ve aynı zamanda ürün ve pazar seçimine yansıyan risklilik derecesi ile ilgili olduğunu ifade etmiştir (Venkatraman, 1989: 949). Bir başka ifade ile risk alma stratejisi, üst düzey yöneticilerin iş ile ilgili oluşabilecek olan riskleri alabilme eğilimini ifade eder (Covin ve Slevin, 1988: 218; Gupta vd., 2004: 243).

İnovasyon doğal olarak bir risktir. Bazı durumlarda makul düzeyde risk almadan inovasyonun başarısı çok düşüktür (Akman ve Yılmaz, 2008: 78). Morgan ve Strong (1998), yeni ürünün pazar başarısını tahmin etmenin çok zor olduğunu, riskin pazar fırsatlarını teşvik ettiğini, pazar fırsatlarını yenilikçi ürün ve süreçlere dönüştürdüğünü belirtmektedir (Karabulut, 2015: 1340).

Üst düzey yönetimin risk alma konusunda istekli olması bazı başarısızlıkların kaçınılmaz olduğunu kabul ettiği piyasa odaklı firmada, genç yöneticilerin müşteri ihtiyaçlarındaki değişikliklere yeni teklifler sunma konusunda daha eğilimli olduğu belirtilmiştir (Jaworski ve Kohli, 1993: 55).

1.1.5. İnovasyon Modelleri

Bugün firmalar yoğun rekabet ve çalkantılı bir ekonomik çevre ile karşı karşıyadır. Bir dereceye kadar teknoloji, firmaların bu zor ve belirsiz ortamın gereksinimlerine uyum sağlamak için çaba gösterebileceği bir araç olarak görülmektedir. Ancak hızlı teknolojik değişim oranları ve buna bağlı olarak daha kısa ürün döngüleri, teknolojik füzyon sürecinin artan bulanıklığı gibi nedenler zorluğun bir parçasıdır. Artan karmaşıklık ve teknolojik değişimin hızı, firmaları yeni dikey ve yatay ittifaklar kurmaya ve pazar değişikliklerine cevap vermede daha fazla esneklik ve verimlilik aramaya zorlamaktadır. Bu adaptasyon süreci, bazı firmaları daha büyük ve daha stratejik yönelimli entegrasyon ve dış kurumlarla ağ kurma ve gelişimsel esnekliği, hızı ve verimliliği artırmak için tasarım ve geliştirme faaliyetlerinde sofistike bir elektronik araç takımı benimsemeye yönlendirmektedir (Rothwell, 1994: 7).

Roy Rothwell, 1960'lı yılların bir özelliği olan basit doğrusal modellerden giderek daha da karmaşık interaktif modellere doğru gelişen ve inovasyon sürecini daha iyi anlamamız konusunda yardımcı olabilecek tarihsel bir perspektif ortaya koymuştur (Yılmaz, 2015: 101). Rothwell inovasyon ile ilgili modellerdeki gelişmeleri, 1960'ların ve 1970'lerin başında, 1970'lerin sonundan 1980'lerin başlarına kadar eşleştirme modeli aracılığıyla, basit doğrusal “teknoloji itme” ve “talep çekme” modellerinden hareketle bugünün entegre modellerine ulaşmıştır (Rothwell, 1992: 221). Rothwell yenilik ile ilgili modelleri beş temel jenerasyona ayırarak incelemiştir. Daha sonraki zamanlarda bu modellere yeni bir jenerasyon daha eklenerek model sayısı altıya çıkarılmıştır (Oğuztürk ve Türkoğlu; 2004: 16).

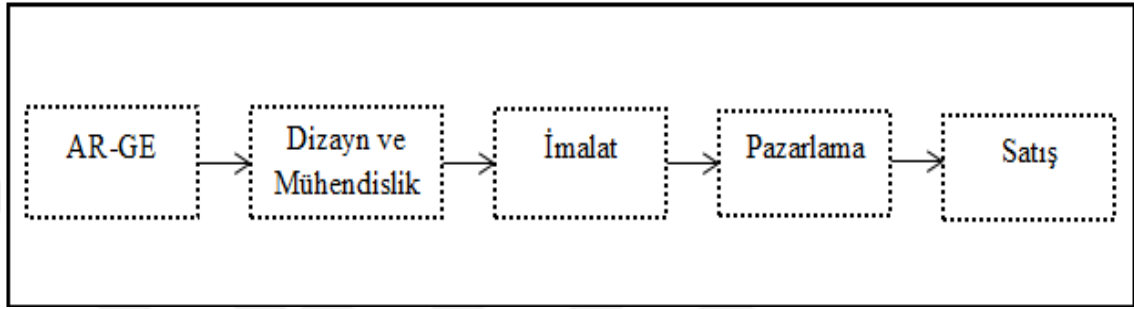
1.1.5.1. Birinci Jenerasyon (Nesil) Yenilik Modeli: Teknoloji İtmeli Doğrusal Model

1950'li yıllar talebin üretim kapasitesini aştığı savaş sonrası toparlanma dönemidir. Bu dönemlerde ekonomik büyüme yeni teknolojik sektörlerden gelmiştir (Neely ve Hii; 1998: 11). Sektör büyük ölçüde yeni teknolojik fırsatlara dayanan, örneğin; yarı iletkenler, eczacılık, elektronik, bilişim, sentetik ve kompozit malzemeler üretimini gerçekleştirmiş ve aynı zamanda mevcut sektörlerin teknoloji öncülüğünde yenilemelerde bulunmuştur. Sektör hızlı teknolojileri kullanarak tekstil ve çelik ile tarımsal üretimin verimliliğini ve kalitesini artırmıştır. Bu gelişmeler hızlı istihdam yaratma, artan refah ve buna bağlı bir tüketici patlaması ile sonuçlanmış, tüketici beyaz eşyalarının, tüketici elektroniği ve otomobil endüstrilerinin hızlı bir şekilde artmasına neden olmuş ve daha önceki yıllarda talep edilen üretim kapasitesini aşmıştır (Rothwell, 1994: 7). Bu nedenle baskın kurumsal strateji AR-GE ve üretim üzerinedir (Neely ve Hii; 1998: 11).

Bu dönemde, baskın yenilik modeli, doğrusal model olarak da bilinen teknoloji-itmeli modeldir (Neely ve Hii; 1998: 11). Teknoloji-itmeli model, temel bilimdeki ticari potansiyele sahip olduğu kabul edilen yeni fikirlerin sonucu ortaya çıkan yenilikleri temsil eder (Clark ve Guy; 1998: 366). Bu modelde yenilik, temel bilimsel araştırmalardan geliştirmeye, üretime ve pazarlamaya, pazarda yeni ürünlerin dağıtılmasına yol açan bir ilerleme olarak değerlendirilmiştir (Neely ve Hii; 1998: 11).

1950'ler ve 1960'ların ortalarında kabul gören bu yenilik modeli, doğrusal veya neoklasik model olarak adlandırılmıştır. Bu modele göre teknolojik ürün çıktılarının (mal ve hizmetler) elde edilmesinde gereken tüm eforun AR-GE kısmında gösterilmesi gerekmektedir (Oğuztürk ve Türkoğlu; 2004: 17). Bu model şekil 2'de gösterildiği gibi ifade edilmektedir.

Şekil 2. Birinci Jenerasyon Yenilik Modeli: Teknoloji İtmeli Doğrusal Model



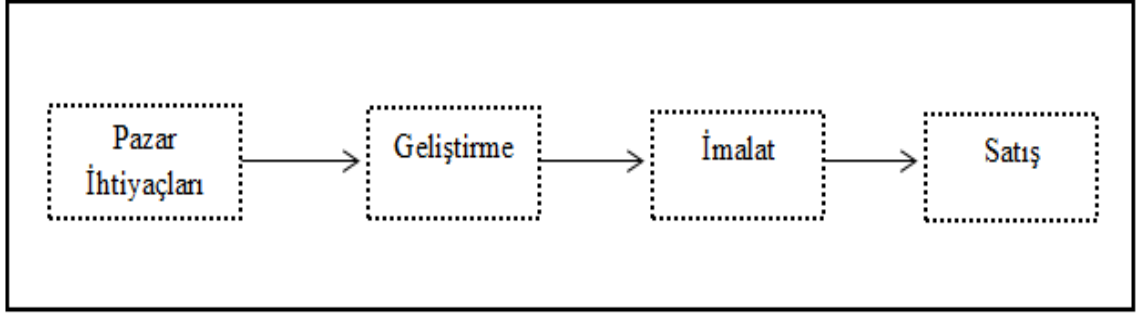
Kaynak: Clark ve Guy, 1998.

Teknoloji itmeli doğrusal modele getirilen eleştiriler iki şekilde özetlenebilir. Bunlardan birincisi, AR-GE ye aşırı derecede önem verilerek birbirini etkileyen ve geri besleyen yöntemlerin göz ardı edilmesi, yenilikçilik için gerekli olan diğer girdilerin geri plana bırakılmasıdır (Oğuztürk ve Türkoğlu; 2004: 17). Modele getirilen ikinci eleştiri ise, bilgisel geri beslemeye önem vermemesidir. Bir firmanın performansının gelişmesi açısından bilgisel geri besleme önemli bir girdidir (Barut; 2018: 41).

1.1.5.2. İkinci Jenerasyon (Nesil) Yenilik Modeli: Talep Çekmeli Doğrusal Model

1960'ların ikinci kısmı, kurumların büyüme dönemi olarak adlandırılmıştır. Bu dönemde firmalar yoğunlaşan rekabeti karşılamak için ürün tekliflerini çeşitlendirme yoluna gitmişlerdir. Bir strateji olarak pazarlamaya verilen önem artmıştır. Bu dönemde yapılan yenilik çalışmaları, piyasanın inovasyon sürecindeki rolünü vurgulamaktadır. Bu dönemde müşterilerin duymuş olduğu ihtiyaçlar yenilik sürecini yönlendirmiş ve dolayısıyla şekil 3'de gösterilen talep çekmeli doğrusal modelin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Neely ve Hii; 1998: 12). Bu basit sıralı modelde pazar, süreçteki AR-GE faaliyetlerini yönlendirmek için bir fikir kaynağı olarak görülmüştür (Rothwell, 1994: 8).

Şekil 3. İkinci Jenerasyon Yenilik Modeli: Talep Çekmeli Doğrusal Model



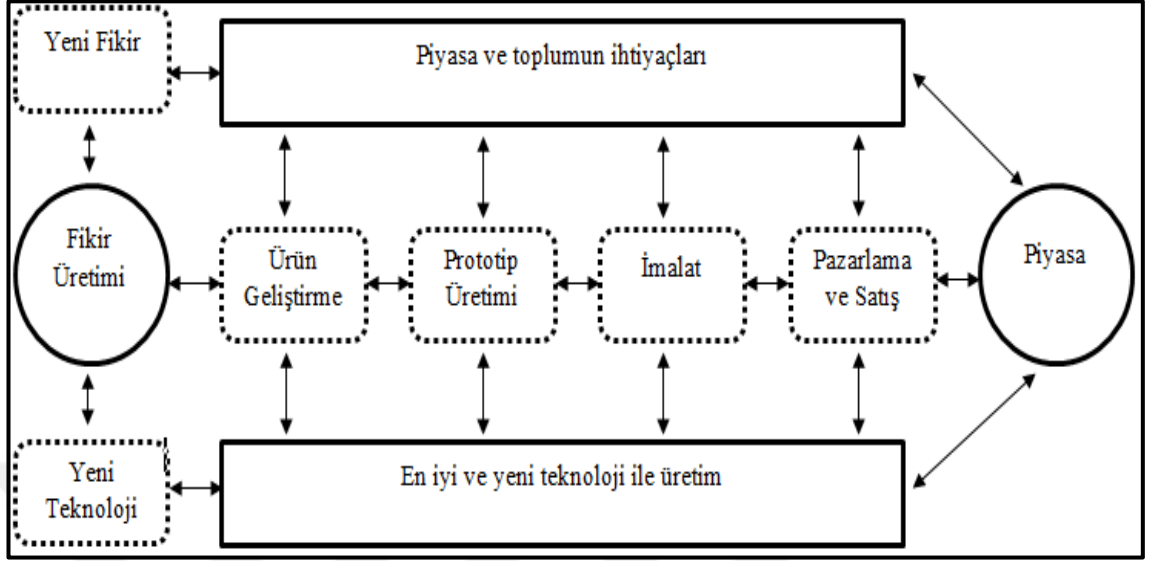
Kaynak: Clark ve Guy, 1998.

Talep çekmeli doğrusal modelin aksine bu model, piyasa ihtiyaçlarını dikkate alarak yenilikler için gerekli olan bilimsel ve teknolojik bilgi bağlantılarının önemini dikkate almamaktadır. Aynı zamanda doğrusal model gibi, başarılı yenilikler için gerekli olan diğer girdileri de ihmal etmektedir (Neely ve Hii; 1998: 12).

1.1.5.3. Üçüncü Jenerasyon (Nesil) Yenilik Modeli: İnteraktif Model

İnteraktif model, firma içindeki teknolojik veya üretim bilgileri yenilik için yetersiz kaldığı durumlarda daha geniş bilim ve teknoloji sistemine başvurmanın gerekli olduğu durumlarda ortaya çıkan bir modeldir (Clark ve Guy; 1998: 366). Başka bir ifadeyle, yenilik yeni bilginin mevcut bilgi birikiminin yardımı ile (AR-GE çalışmaları vb.) meydana getirdiği interaktif modeldir (Oğuztürk ve Türkoğlu; 2004: 17). Yenilik sürecinin herhangi bir aşamasında bir sorunla karşılaşıldığında mühendisler tipik olarak önce mevcut bilgi kaynaklarını arayacaktır. Bu bilgi kaynaklarının yetersiz kaldığı durumlarda dahili ve harici daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyacaklardır (Clark ve Guy; 1998: 367). Bu model şekil 4’de gösterildiği gibi ifade edilmektedir.

Şekil 4. Üçüncü Jenerasyon Yenilik Modeli: İnteraktif Model

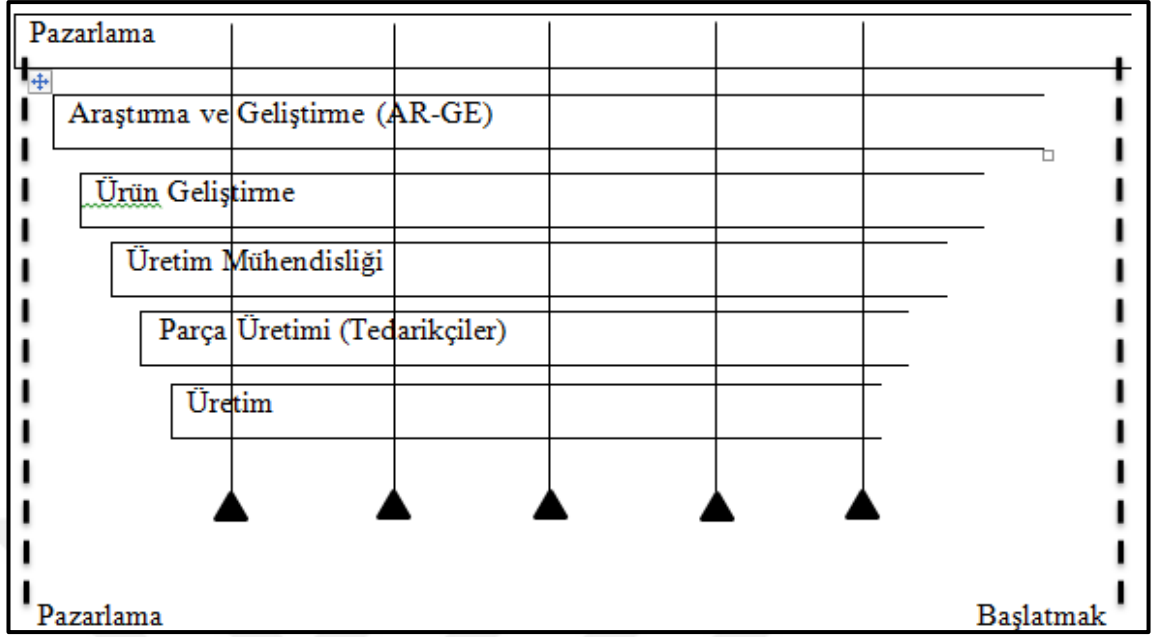


Kaynak: Clark ve Guy, 1998.

1.1.5.4. Dördüncü Jenerasyon (Nesil) Yenilik Modeli: Entegre Model

Önceki yenilik jenerasyonları doğrusal olmayan ve geri bildirim gerektiren bir süreç olduğunu gösteriyor. Modellerin yenilik süreci ile ilgili ortaya koyduğu gerçek bu sürecin geliştiğidir. Bununla birlikte, önceki modellerin tümü sıralı bilgi akışını tasvir etmiştir. 1980'lerin ortalarında Japonya'daki otomobil ve elektronik sektöründeki yenilik süreci çalışmaları entegre bir model için alternatif bir model sağlamıştır (Neely ve Hii; 1998: 14). Önde gelen Japon şirketlerinde yenilikçiliğin öne çıkan özelliklerinden ikisi (dördüncü nesil yenilik modelinin temeli) entegrasyon ve paralel gelişmedir. Yenilikçi Japon şirketleri, tedarikçileri yeni ürün geliştirme sürecine erken bir aşamada entegre ederken, aynı zamanda proje üzerinde sıralı (seri olarak) yerine aynı anda (paralel olarak) çalışan farklı kurum içi departmanların faaliyetlerini de entegre etmiştir (Rothwell, 1994: 12). Entegre modelinin bu bütünleştirici ve paralel doğası, önceki modellerde gösterilen sıralı bilgi alışverişinden ayrılmaktadır (Neely ve Hii; 1998: 14). Nissan'ın uygulamış olduğu entegre yenilik sürecinin kullanışlı bir açıklayıcı örneği şekil 5'de verilmiştir.

Şekil 5. Nissan'da Yeni Ürün Geliştirme Süreci



Kaynak: Graves, 1987.

1.1.5.5. Beşinci Jenerasyon (Nesil) Yenilik Modeli: Sistem Entegrasyonu ve Şebekeleşme Modeli

Bugün 1980'lerde kurulan strateji eğilimlerinin birçoğu önem kazanmaya devam ediyor. Lider şirketler teknolojik birikime (teknoloji stratejisi) bağlı kalmaya, stratejik ağ iletişimi kurmaya devam ediyor, pazar hızı (zamana dayalı strateji) önemini koruyor, firmalar giderek daha iyi entegre ürün ve üretim stratejileri (üretilebilirlik için tasarım) benimsiyor, daha fazla esneklik ve uyarlanabilirlik arıyor (organizasyonel, imalat, ürün); ve ürün stratejileri kalite ve performans özelliklerini daha güçlü bir şekilde vurguluyor (Rothwell, 1994: 12-13). Günümüzde inovasyon süreçleri ağ oluşturma sürecine benzemektedir. Bu da birkaç temel eğilimin sonucudur. Bu eğilimler; artan uluslararası stratejik ittifaklar ve işbirlikçi AR-GE ilişkileri, tedarik zinciri yönetimi bilincinin artması, KOBİ'lerin büyük firmalar ve küçük firmalar arasındaki ağ ilişkileri şeklinde sıralanabilir (Neely ve Hii; 1998: 15).

Profesör Rothwell, beşinci nesil yenilikçilik sürecine sistem entegrasyonu ve ağ oluşturma süreci adını vermiştir. Bu süreç, tasarım ve geliştirmede elektronik araçların kullanılmasıyla sağlanır (Neely ve Hii; 1998: 15). Beşinci nesil yenilik modelleri sistem entegrasyonu ve ağ oluşturma unsurları ile karakterize edilir ve özellikle enformasyon ve iletişimde kullanılan elektronik araçların kullanılmasının önemine vurgu yapar. Bir

firmanın işletme içi ve işletme dışı çeşitli fonksiyonları entegre edebilmek için bilgi teknolojilerini kullanması ve bu sayede sistem entegrasyonu sağlaması mümkün olmaktadır (Rothwell, 1994: 12-13).

1.1.5.6. Altıncı Jenerasyon (Nesil) Yenilik Modeli: Bilgi (Knowledge) ve Öğrenmenin Önde Olduğu Model

Beşinci nesil yenilik modelinin bu alana yönelik en önemli katkısı hiç şüphesiz şebekeleşme (ağ oluşturma) faktörünün yenilik sürecine olan etkisini vurgulamış olmasıdır (Oğuztürk ve Türkoğlu; 2004: 19). Beşinci nesil yenilik modeli 1990'lı yıllar için her ne kadar yeterli görülmüş olsa da, sadece resmi (formel) ve açık bağlantıları içerip, resmi ve açık olmayan bağlantıları göz ardı etmesinden dolayı günümüz şartlarında bilgi ve ağ bağlantılarının önemi oldukça artmış durumdadır (Barut, 2018: 44).

Edquist ve Hommen (1999)'a göre; bu model odak merkezine yenilik ve öğrenme süreçlerini yerleştirmiştir. Bu, teknolojik yeniliğin yeni bilgi üretme veya mevcut bilgi unsurlarını yeni yollarla birleştirme meselesi olduğu anlayışına dayanmaktadır. Bu nedenle, en geniş anlamıyla, bir öğrenme sürecidir (Edquist and Hommen, 1999: 65). Bu yenilik ve öğrenme süreçleri aynı zamanda yenilik modellerini de etkilemiştir. Bilgiyi en önemli kaynak olarak benimseyen firmalar, en yenilikçi ve rekabetçi firmalardır. Bu firmalar sahip oldukları bilgiyi en etkin bir şekilde kullanırlar ve firmanın bütününü kolektif bir şekilde öğrenmelerini sağlarlar (Oğuztürk ve Türkoğlu; 2004: 19).

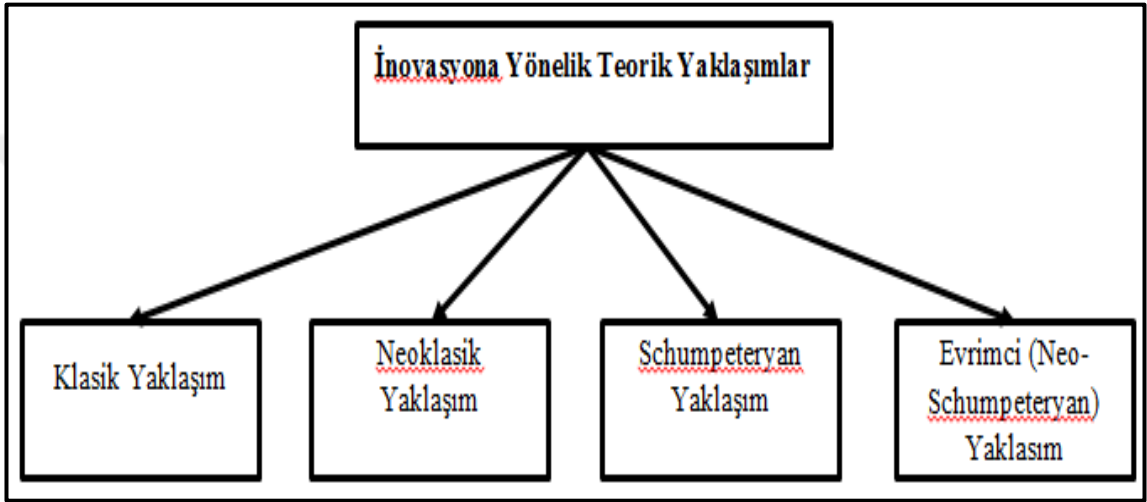
Ekonomik değişim, firmalardaki öğrenme süreçleri ve seçim güçleri arasındaki etkileşimlerden kaynaklanmaktadır. Bu, öğrenme süreçlerinin bazen seçimin iç-dış dinamikleri hakkında doğru bilgilere yol açtığı ve bazen doğru bilgilere yol açmadığı anlamına gelir. Daha spesifik olarak, firmalar piyasadaki durumlarını anlamaya çalışmak, yeni teknoloji, ürün, pazar vb. alternatiflerin potansiyel avantajlarını ve dezavantajlarını belirlemeye çalışırlar. Bu nedenle, evrimsel ekonomi, firmaların hayatta kalabilmeleri için stratejilerinin, yapılarının ve temel yeterliliklerinin birlikte ne kadar iyi çalıştıklarını öğrenmeleri gerekir. Daha sonra öğrenilenler firmanın bir parçası haline gelir ve fırsatları ve tehditleri yorumlamalarını teşvik ederek bir sonraki seçeneğe

kümesini sınırlar (Mckelvey, 1998: 161-162). Buradan hareketle stratejik öğrenmenin altıncı nesil yenilik modelini oluşturduğunu söylemek mümkündür.

1.1.6. İnovasyona Yönelik Teorik Yaklaşımlar

İnovasyona yönelik teorik yaklaşımları Şekil 6’da ifade edildiği gibi dört başlık altında incelemek mümkündür.

Şekil 6. İnovasyona Yönelik Teorik Yaklaşımlar



1.1.6.1. Klasik Yaklaşım

Klasik iktisatçılar arasında yenilikten ilk bahsedenler Adam Smith ve Karl Marx'tır. Adam Smith 1776 yılında yayınlamış olduğu "Ulusların Zenginliği" adlı eserinde; bireylerin çalışmış olduğu alanlarda zamanla uzmanlaşa bileceğinden, bilimsel çalışmaların öneminden ve bunların zenginlik ve büyüme üzerindeki etkilerinden bahsetmiştir (Karaöz ve Albeni, 2003: 31). Adam Smith, teknolojiyi bir üretim faktörü olarak ele almıştır (Sungur, 2007: 19). Karl Marx ise; teknik verimlilik ve sermaye getirisini artıran unsurların, sermaye birikimi, emeğin bölünmesi ve uzmanlaşma olduğunu ifade etmiştir. Karl Marx çalışmalarında, yenilik için bilimin ön şart olduğunu ve dolayısıyla bilimi ekonomik büyüme ve sosyal refahın anahtarı olarak görmüştür (Karaöz ve Albeni, 2003: 31).

Adam Smith'e göre, modern toplum sürekli yeniliklerle karakterizedir. Özellikle yeni malların ve yeni üretim yöntemlerinin geliştirilmesiyle ilgili belirsizliği vurgulamakta ve rekabet nedeniyle yatırım yapılan sermayenin tekdüze bir getiri

oranına karşı uzun bir eğilim olacağında ısrar etmektedir. Rekabetçi koşullarda tekdüze bir kar oranına yönelme eğiliminin, sermayenin (ve emeğin) hareketliliğinden ve “piyasa” fiyatlarının “cazip” seviyesinin “doğal” seviyelerine gelmesi sürecinden kaynaklandığı görülmüştür. Ürün ve süreç yenilikleri nedeniyle, doğal fiyatların zaman içerisinde değişmesi zorunludur (Kurz, 2008: 265).

Adam Smith, sanayi devriminin ilk aşamalarının belirleyicilerini anlama açısından talep çekme yaklaşımının temel unsurlarına katkıda bulunmuştur. İş bölümü, piyasanın büyüklüğü/kapsamı tarafından belirlenir. Pazardaki tüm artışlar, iş bölümü ve dolayısıyla uzmanlaşmayı artırabilir. Uzmanlaşma ise öğrenmenin ve nihayetinde yeniliklerin tanıtılmasının temelini oluşturur. Yenilikler işgücünün verimliliğini ve dolayısıyla piyasanın kapsamını artırır (Antonelli, 2009: 615).

Karl Marx, teknolojiyi ve bunun ekonomik büyümeye olan katkısını tamamen sınıf ilişkisi kapsamında değerlendirmektedir. Marx’a göre, iş gücü (emek) sürecinde üç temel unsur bulunmaktadır. Bunlar; emek, üretilecek olan şey ve üretim araç ve gereçleridir (Sungur, 2007: 19). Karl Marx’a göre; sermaye birikimi, emeğin bölünmesi ve uzmanlaşmanın teknik verimliliği ve sermaye getirisini artırmaktadır (Karaöz ve Albeni, 2003: 31). Ancak Karl Max bu artışın sistemin belirli bir noktasında duracağını ifade etmiştir (Sungur, 2007: 20). Marx çalışmalarında yenilik için bilimin ön şart olduğunu ve dolayısıyla bilimi ekonomik büyüme ve sosyal refahın anahtarı olarak görmüştür (Karaöz ve Albeni, 2003: 31).

1.1.6.2. Neo-Klasik Yaklaşım

Neo-klasik yaklaşımda üretim, üretim faktörlerinin (emek, sermaye ve toprak) bir sonucu olduğu ve üretim artışının bu faktörlerin zamanla büyümesi sonucu ortaya çıktığını ifade etmektedir (Karaöz ve Albeni, 2003: 33). Başka bir ifadeyle üretim, girdilerin çıktılara dönüştürülmesi sürecidir. Bu dönüşüm sürecinin nasıl gerçekleşeceği ise kullanılan teknolojiler tarafından belirlenmektedir (Ansal, 2004: 39, Sungur, 2007: 21). Bu yaklaşımda, teknoloji üretim faktörleri arasına dahil edilmemiştir. Teknolojinin elde edilmesi için özel bir çabaya ihtiyaç olmadığı, üretimin “yan ürün” olarak zaten kendiliğinden ortaya çıkacağı ifade edilmiştir (Karaöz ve Albeni, 2003: 33).

Neo-klasik yaklaşım, teknoloji olgusunu “üretim fonksiyonu” çerçevesinde değerlendirmektedir. Buna göre üretim fonksiyonu; üretim için kullanılan girdi ve

çıktılar arasındaki teknik ilişkiyi ifade etmektedir. Teknoloji hem işletme açısından hem de ekonomi açısından veri olarak kabul edilmektedir. Bu yaklaşımda teknolojik değişim ise üretim fonksiyonu eğrisinin dışa doğru kayması olarak tanımlanmaktadır (Çiftçi, 2004: 63).

Neo-klasik yaklaşımın en önemli temsilcileri olarak Robert Merton Solow ve Kenneth Joseph Arrow bilinir (Barut, 2018: 46). Solow, teknolojik olanakların bir üretim fonksiyonu ile temsil edildiğini ifade etmiştir (Solow, 1956: 66). Solow, üretim faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan ve “yan ürün” olarak adlandırılan teknolojinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz etmiş ve çalışma sonuçları yan ürünün ekonomik büyüme üzerinde önemli bir katkısı olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Solow modeli; Neo-klasik model üzerine kurulmuştur. Bu modele göre, üretim için kullanılan girdilerin tamamının kullanıldığı, yayımların olmadığı varsayılır (Sungur, 2007: 24).

Slow yapmış olduğu çalışmasında; Amerika Birleşik Devletlerindeki ekonomik büyümenin yarısından fazlasının üretim faktörlerinden olan sermaye ve emek dışındaki başka faktörlerden kaynaklandığını ifade etmiştir (Karaöz ve Albeni, 2003: 33). Açıklanamayan bu kısım ise “Slow Artığı” olarak adlandırılmış ve ekonomik büyümenin temel kaynağı olan teknolojiye atfedilmiştir (Barut, 2018: 46).

Arrow bilgi ve öğrenmenin bizzat uygulayarak tecrübeyle kazanılabileceğini, bu açıdan teknolojik gelişmelerin üretim süreci içerisinde yer aldığını vurgulamıştır (Barut, 2018: 46). Bilginin ne kadar önemli olduğunu sürekli vurgulayan Arrow (1962) çalışmasında; bilginin ekonomik bir değere sahip olduğunu, bu anlamda bilgiye sahip olan herhangi birinin daha fazla kar elde edebileceğini ifade etmiştir (Arrow, 1962: 614). Ayrıca buluş ve araştırmanın süreçleriyle ilgili temel ekonomik gerçek, bunların bilgi üretimine adanmış olmasıdır. Bilginin sadece yaratıcı faaliyetin ürünü olmadığı, aynı zamanda bir ana girdi olduğunu ifade etmiştir (Arrow, 1962: 618).

Özet olarak Neo-klasik yaklaşım, teknolojik ilerlemeyi uzun vadede büyümenin temel faktörü olarak kabul etmiş, ancak bu ilerlemeyi klasik yaklaşımda olduğu gibi dışsal bir unsur olarak görmüştür. Ayrıca teknolojik ilerlemenin nasıl gerçekleşeceği konusuna herhangi bir açıklık getirmemiştir (Barut, 2018: 46). Neo-klasik yaklaşım, ekonomide baskın eğilim olmasına rağmen, teknoloji ve yenilik ekonomisinde yetersiz

kalmasından dolayı, özellikle 1980'lerden sonra yerini Evrimci yaklaşıma bırakmıştır (Sungur, 2007: 24).

1.1.6.3. Schumpeteryan Yaklaşım

Teknolojinin “dışsal” bir unsur olduğuna dair düşünce ve görüşler, Schumpeter'in yapmış olduğu analizler sonucunda yerini teknolojinin “içselleştirilmesine” yönelik düşünce ve görüşlere bırakmaya başlamıştır. Teknolojik yeniliğin ekonomik büyüme üzerindeki önemini vurgulayan ilk kişi Schumpeterdir (Sungur, 2007: 24). Schumpeter, Karl Marx, Leon Walras ve Max Weber fikirlerinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Ancak bu fikirleri aynen taklit etmemiş, kendi görüş ve düşünce yapısına göre yeniden biçimlendirerek sunmuştur. (Oğuztürk, 2003: 256).

Schumpeter'in çalışmaları yenilik ekonomisinin kalbidir. Teknolojik ve ekonomik değişim, ekonomik kalkınmayı karakterize eden yaratıcı yıkım sürecinin ayrılmaz iki özelliğidir (Antonelli, 2009: 619). Schumpeter, teknolojik değişim sürecinin piyasa ekonomisinin en önemli itici gücü ve içsel bir unsur olduğunu belirtmiştir (Sungur, 2007: 30). Schumpeter'de yenilik, buluşa göre rekabet sürecinin ayırt edici özelliğidir. Rekabet, miktar ve fiyat ayarlamaları yerine yeniliğin tanıtımı, benimsenmesi ve yayılması ile gerçekleşir. Aynı zamanda, firmalar arasındaki rekabet, firmaları yenilikleri tanıtmaya iten motordur (Antonelli, 2009: 619).

Schumpeter, büyümenin merkezinde otonom yatırımları ve yeni teknolojik yatırımların yaygın hale getirilmesinin yattığını ifade etmiştir. Schumpeter'e göre; ekonomik büyümenin temel dayanağını ve dinamiğini, hızlı şekilde büyüyen yeni endüstrilerin kurulması ve bunların gelişmeleri oluşturmaktadır. Schumpeter, ekonomik büyüme ve refah artışının anahtarı olarak, yenilikçi firma ve girişimcilerin ortaya koyduğu yenilikler olduğunu kabul etmektedir (Karaöz ve Albeni, 2003: 31; Sungur, 2007: 29-30).

Schumpeter'e göre teknolojik değişim sürecinin üç aşaması vardır. Bunlar; buluş, yenilik ve yayılma aşamalarıdır (Sungur, 2007: 30). Birinci aşama, buluş süreci aşamasıdır ve bu aşamada yeni fikirlerin üretilmesi gerçekleşir. İkinci aşama, yenilik süreci aşamasıdır ve bu aşamada yeni fikir ve düşüncelerin pazarlanabilir ürün ve süreçlere dönüştürülmesi sağlanır. Üçüncü ve son aşama ise, yayılma aşamasıdır ve bu aşamada yeni ürün ve süreçler potansiyel pazarlara yayılmaktadır. Yeni teknolojinin

etkisi yayılma aşamasında meydana gelir ve bu nedenle etkinin ölçülmesi, yeni teknolojilerin sunulması ve kullanılmasıyla ekonominin nasıl değiştiğinin bir ölçüsüdür (Mahdjoubi, 1997: 2). Teknolojik değişim sürecinin yaşadığı bu üç aşama şekil 7’de gösterilmiştir.

Şekil 7. Teknolojik Değişim Sürecinin Aşamaları



Kaynak: Sungur, 2007.

1.1.6.4. Evrimci (Neo-Schumpeteryan) Yaklaşım

Evrimci yaklaşım, Nelson ve Winter’in (1982)’de yayımlamış olduğu “Ekonomik Büyümenin Evrimci Teorisi” adlı kitabından sonra teknolojik ve yenilik iktisadında önemli ölçüde yaygınlık kazanmaya başlamış bir kuramdır (Taymaz, 2001:12). Neo-Schumpeteryan yaklaşım olarak da bilinen evrimci yaklaşım, bir yandan neo-klasik iktisadın cevapsız bıraktığı firmalar arası teknolojik farklılıkları açıklamaya çalışmış, diğer yandan da Schumpeter’in geliştirmiş olduğu yenilik ile ilgili teknolojik yaklaşımlardan yararlanmış (Taymaz, 2001: 12; Barut, 2018: 47).

Evrimci yaklaşım, teknolojik değişim ve gelişim sürecini neo-klasik yaklaşımında olduğu gibi buluş-yenilik ve yayılma gibi basit bir doğrusal süreç olarak değil de, her aşamasının birbiriyle bağlantılı olduğu iç içe geçmiş karmaşık bir süreç olarak ele almaktadır. Örneğin, teknolojiler yayılma sürecinde devamlı olarak değiştiği veya en azından yeni koşullara uyum sağladığı için yenilik ile yayılma arasındaki fark belirgin değildir. Aynı durum buluş ve yenilik için de söz konusudur. Teknolojik yenilikler hem buluşların üretim süreçlerini dolaysız olarak etkilemekte, hem de bu süreci yeni soru ve kavramlar ile geliştirerek desteklemektedirler (Taymaz, 2001: 12-13).

Evrimci yaklaşım, Schumpeter’in 1911-1942 yıllarında yapmış olduğu çalışmalardan hareketle, teknolojik yeniliği uzun dönemde ekonomik büyüme ve gelişmenin motoru olarak değerlendirmiştir (Taymaz, 2001:12). Bu yaklaşımda teknoloji yalnızca girdinin çıktıya dönüştüğü fiziksel bir süreç olarak görülmemektedir,

bunun yanı sıra teknolojik bilginin örgüt içerisinde nasıl kullanıldığı üzerinde de durulmaktadır. Buna göre yenilik yalnızca ürün ve üretim süreçleriyle ilgili olmayıp, aynı zamanda işletmenin yönetim, finans, pazarlama ve bilgi gibi fonksiyonlarındaki gelişmeleri de içermelidir (Ansal, 2004: 42).

Evrimci yaklaşımın, neo-klasik yaklaşımdan en belirgin farkı ekonomik büyüme ve gelişme sürecinde teknolojik yenilikler ve öğrenme süreçlerini ön plana çıkarmış olmasıdır. Neo-klasik yaklaşım, firmaların kaynakları ve teknolojik yetenekleri ile ilgili kaynak tahsis süreçleri üzerinde dururken, evrimci yaklaşımda firmaların nasıl yeni teknolojiler geliştirdiğini ve teknolojik yeniliklere nasıl uyum sağladığı üzerinde durmaktadır (Taymaz, 2001: 12).

Evrimci yaklaşım, teknolojik yeniliklerin ortaya koyulması sürecinde belirsizliklerin olduğunu ve bu belirsizliklerin üzerinde durulması gerektiğini ifade etmiştir. Teknolojik yenilikleri gerçekleştirmek için yapılan AR-GE çalışmalarının sonuçlarını önceden ön görmek güçtür. Bu güçlükten dolayı Ar-Ge çalışmalarının başarılı olup olmayacağı da belli değildir. Bu belirsizlik aynı zamanda firmalar arasında AR-GE yatırımlarına yapılan harcamaların farklı olmasında nedenidir (Sungur, 2007: 33). Buna göre evrimci yaklaşım teknolojik değişimi dışsal bir unsur olarak değil de içsel bir unsur olarak ele almaktadır (Barut, 2018: 47).

İKİNCİ BÖLÜM

2. GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ, İNOVASYON KAPASİTESİ, FİNANSAL PERFORMANS VE ÇEVRESEL FAKTÖRLER

Bu bölümde girişimcilik yönelimi, girişimcilik yöneliminin boyutları, inovasyon kapasitesi, finansal performans, çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücü kavramları üzerinde ayrıntılı olarak durulmaktadır. Girişimcilik yönelimi kavramı, literatürde farklı şekillerde adlandırılmaktadır. Bazı çalışmalarda girişimcilik yönelimi, bazı çalışmalarda ise girişimsel yönelim olarak kullanılmıştır. Bu çalışmada da girişimcilik yönelimi olarak kullanılmıştır.

2.1. Girişimcilik Yönelimi Kavramı

Peterson ve Berger'in (1971)'deki öncü çalışmasından itibaren kurumsal girişimcilik kavramı akademik alanda hızla gelişen araştırma konusu haline gelmiştir (Fiş ve Wasti, 2009: 131). Araştırmacılar ve uygulayıcılar kurumsal girişimcilik kavramını tanımlamak için farklı kavramlar kullanmışlardır. Örgüt bünyesindeki bireylerin girişimciliğini araştıran iç girişimcilik (*ing:intrapreneurship*; Pinchot, 1985), işletme girişimciliği (*ing:corporate entrepreneurship*; Guth and Ginsberg, 1990), işletme teşebbüsü (*ing: corporate venturing*; MacMillan and George, 1985), işletme içi girişimcilik (*ing:internal corporate entrepreneurship*, Schollhammer, 1982) ve girişimcilik yönelimi (*ing.:entrepreneurial orientation*, Lumpkin ve Dess, 1996; Covin ve Slevin, 1991) gibi kavramlar kullanılmıştır (Aldemir, 2011: 14-15). Bu kavramlar arasında “girişimcilik yönelimi ve kurumsal girişimcilik” son dönemlerde literatürde en yaygın kullanılan kavramlardır (Kaya ve Ağca, 2009: 5). Hatta “girişimcilik yönelimi” kavramı ile “kurumsal girişimcilik” kavramı literatürde iç içe girmiş durumdadırlar (Aldemir, 2011: 15).

Girişimcilik yönelimi kavramı 1970'li yılların sonlarına doğru yazın dünyasında dikkat çekerek ilgi görmeye başlamıştır. Özellikle 1990'lı yıllardan sonra araştırmacıların daha fazla dikkatini çeken bu kavram artan bir ilgiyle geliştirilmiştir. Girişimcilik yönelimi kavramına Miller'in (1983) yılında yapmış olduğu örgüt

düzeyindeki girişimcilik araştırması öncülük etmiştir. Bu kavram daha sonra Covin ve Slevin (1989, 1990) tarafından ilerletilmiş ve Lumpkin ve Dess (1996) tarafından da geliştirilerek akademik alanda artan ilgiyle karşılaşmıştır (Solmaz, 2016: 17-18).

Miller ve Friesen (1982), girişimcilik yöneliminin “firmanın yenilikçi stratejisinin doğasını, yöneticilerin hedefleri ve mizaçları hakkında sıklıkla belirlediği bir şey” olduğunu varsaymaktadır. Mintzberg (1973), yeni bir fırsat için aktif arayış tarafından yönetilen bir strateji oluşturma olarak girişimcilik tarzını kabul ederken, “Covin ve Slevin (1989) girişimcilik yönelimini “yeni girişe yönlendiren süreçler, uygulamalar ve karar alma faaliyetleri” olarak tanımlamaktadırlar (Platin ve Ergun, 2017: 79). Merz and Sauber (1995) girişimcilik yönelimini, seçilen ürün-piyasa birimindeki firmanın proaktiflik derecesi ve yenilikçi olma ile yeni teklifler yaratma isteği olarak tanımlamışlardır.

Zahra ve Neubaum (1998) girişimcilik yönelimini, bir firmanın radikal inovasyonu, proaktif stratejik eylemi ve belirsiz sonuçlara sahip projelerin desteklenmesi ile ortaya çıkan risk alma faaliyetlerinin toplamı olarak tanımlamışlardır (Covin ve Vales, 2012: 679). Lumpkin ve Dess (2001) girişimcilik yönelimini, girişimcilik faaliyetlerinde bulunan firmaların strateji oluşturma süreçlerini ve stillerini ifade etmek için kullanılan bir kavram olarak tanımlamışlardır. Başka bir ifadeyle girişimcilik yönelimi, yeni ürünlerin ortaya konulmasından rekabet avantajı sağlayacak şekilde stratejilerin belirlenmesi ve bu stratejilerin uygulanmasına kadar tüm yeteneklerin toplamıdır (Lumpkin ve Dess, 2001: 429).

Voss vd., (2005) girişimcilik yönelimini, organizasyonda veya pazarda değişikliğe yol açan; risk alma, yenilikçilik, proaktiflik, özerklik ve rekabetçi davranışı yansıtan karlılığı artıran firma düzeyi eğilimi olarak tanımlamışlardır. Avlonitis and Salavou (2007) girişimcilik yönelimini, firmaların rekabetçi sahneyi kendi avantajlarına göre değiştirmek amacıyla proaktif ve agresif girişimlerde buldukları yönetim yeteneğini yansıtan organizasyonel bir oluş olarak tanımlamışlardır (Covin ve Vales, 2012: 679). İnce ve Topçu (2017) girişimcilik yönelimi, örgütsel kaynakların daha etkili ve verimli kullanılmasını, örgüt varlıklarının korunmasını ve bu varlıkların değer yaratıcı faaliyetlere yönlendirilmesini sağlamaktadır şeklinde tanımlamışlardır (İnce ve Topçu, 2017: 6).

Girişimci yönelimine sahip firmalar, yeni ve belirsiz ürünleri, hizmetleri ve pazarları denemek için risk almak, yeni pazar fırsatları için rakiplerinden daha proaktif olmak için yenilik yapmaya isteklidirler (Wiklund ve Shepherd, 2005: 75). Girişimcilik yönelimi, işletmeleri rakiplerinden ayırabilecek ve rekabet avantajı yaratacak yeni fırsatları bulma ve / veya keşfetme olanağı sağlar (Wiklund ve Shepherd, 2005: 72).

2.2. Girişimcilik Yönelimi Boyutları

Miller (1983) girişimcilik yönelimi boyutlarını “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak tanımlamıştır (Miller, 1983: 771). Covin ve Slevin (1991) girişimcilik yöneliminin üç alt boyutunu “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak kullanmışlardır (Covin ve Slevin, 1991: 7). Lumpkin ve Dess (2001) ise bu girişimcilik yönelimi fonksiyonun çok boyutlu bir niteliğe sahip olduğunu belirterek, bu boyutların; özerklik, yenilikçilik, risk almak, proaktiflik ve rekabetçi saldırganlık olduğunu ifade etmişlerdir (Lumpkin ve Dess, 2001: 429). Ancak girişimcilik yöneliminin boyutları strateji ve girişimcilik literatüründe yaygın olarak “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak kullanılmaktadır. Çalışmada da literatürde yaygın olarak kullanılan “yenilik, proaktiflik ve risk alma” boyutları kullanılmıştır.

Literatürde girişimcilik yönelimi ile ilgili yapılan araştırmalarda araştırmacıların kullandıkları girişimcilik boyutları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Girişimcilik Yöneliminde Kullanılan Boyutlar

Yazar	Kullanılan Girişimcilik Boyutu
Mintzberg (1973)	Girişimcilik modunda, yeni fırsatlar için aktif arayışın yanı sıra, belirsizlikler karşısında ileriye doğru dramatik sıçramalar stratejisine de ağırlık verilmektedir.
Khandwalla (1976/1977)	Girişimci tarzı, cesur, riskli, agresif kararlar verebilme ile karakterize edilir.
Miller and Friesen (1982)	Girişimci model, ürün ve pazar stratejilerinde önemli riskler alarak cesurca ve düzenli bir şekilde yenilikçi olan firmalar için geçerlidir.
Miller (1983)	Girişimci bir firma, ürün ve pazar inovasyonu ile uğraşan, biraz riskli sayılabilecek girişimler üstlenen ve önce proaktif inovasyonları ortaya çıkaran, rakiplerini yenen bir girişimcidir.

Tablo 2. (Devamı)	
Yazar	Kullanılan Girişimcilik Boyutu
Morris and Paul (1987)	Girişimci bir firma, risk unsurunu barındıran; proaktif, inovator (yenilikçi) stratejilere vurgu yaparak karar verme norumlarına sahip olan bir firmadır.
Covin and Slevin (1998)	Girişimci firmalar, daha çok firmaların vermiş oldukları stratejik kararlar ve işletme yönetimi felsefeleri ile kanıtlandığı gibi, üst konumdaki idarecilerin girişimcilik yönetim tarzlarına sahip oldukları kurumlardır. Girişimci olmayan veya muhafazakar firmalar ise üst düzey yönetim tarzının kesinlikle riskten kaçan, inovator (yenilikçi) olmayan, pasif ya da reaktif olduğu kurumlardır.
Merz and Sauber (1995)	Girişimcilik yönelimini, seçilen ürün-piyasa biriminde bulunan (PMU) firmanın proaktiflik derecesi (saldırganlık) ve yenilikçi olma ve yeni teklifler yaratma isteği şeklinde tanımlamıştır.
Lumpkin and Dess (1996)	Girişimcilik yönelimi bir veya daha fazlasıyla karakterize olan yeni girişlere yol açabilen süreçleri, uygulama alanlarını ve karar alma faaliyetini ifade eder. Otonom olarak hareket edebilme eğilimi, yenilik yapabilme ve risk alabilme istekliliği ve rakiplerine karşı agresif ve pazardaki fırsatlara yönelik proaktif olabilme eğilimidir.
Zahra and Neubaum (1998)	Girişimcilik yönelimi, bir firmanın radikal inovasyonu, proaktif stratejik eylemi ve belirsiz sonuçlara sahip projelerin desteklenmesiyle ortaya çıkabilen risk alma faaliyetlerinin toplamıdır.
Voss, Voss, and Moorman (2005)	Girişimcilik yönelimi, organizasyonda veya pazarda değişikliğe yol açan; risk alma, yenilikçilik, proaktiflik, özerklik ve rekabetçi davranışı yansıtan karlılığı artıran firma düzeyi eğilimi olarak tanımlanmıştır.
Avlonitis and Salavou (2007)	Girişimcilik yönelimi, firmaların rekabetçi sahneyi kendi avantajlarına göre değiştirmek amacıyla proaktif ve agresif girişimlerde buldukları yönetim yeteneğini yansıtan organizasyonel bir oluşturmaktır.
Cools and Vanden Broeck (2007/2008)	Girişimcilik yönelimi, üst yönetimin yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma ile ilgili stratejisini ifade eder.
Pearce, Fritz, and Davis (2010)	Girişimcilik yönelimi, yenilikçilik, proaktiflik, rekabetçi saldırı, risk alma ve özerklik özelliklerine sahip olan bir dizi farklı fakat ilgili davranışlar ile ilgilidir.

Kaynak: Covin ve Wales, 2012.

Aynı şekilde literatürde girişimcilik yönelimi ile girişimcilik yönelimi boyutlarına ilişkin yapılan çalışmalar özet olarak Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Girişimcilik Yönelimi İle İlgili Yapılan alışmalar

No	Yazar/Yazarlar	Kullanılan/Önerilen Boyutlar	Araştırma Ölçeğinin Kaynağı
1	Mintzberg (1973)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Merkeziyetçilik Risk almak Büyüme Oryantasyonu	Bilgi mevcut değil
2	Khandvalla (1977)	Risk almak Esnek olmak Merkeziyetçilik	Orijinal
3	Miller and Friesen (1978)	Proaktivite Risk almak Analiz etmek	Bilgi mevcut değil
4	Miller and Friesen (1982)	İnovasyon Yönelimi Risk almak	Orijinal
5	Miller (1983)	İnovasyon Yönelimi Risk almak Proaktivite	Bilgi mevcut değil
6	Morris and Paul (1987)	İnovasyon Yönelimi Risk almak Proaktivite	Bilgi mevcut değil
7	Covin and Slevin (1988)	İnovasyon Yönelimi Risk almak Proaktivite	Khandvalla (1977), Miller and Friesen (1978, 1982, and 1983)
8	Covin and Slevin (1989)	İnovasyon Yönelimi Risk almak Proaktivite	Miller and Friesen (1982), Khandvalla (1977) Original
9	Guth and Ginsberg (1990)	İnovasyon Yönelimi Yeni iş kurma Stratejik Yenilenme	Bilgi mevcut değil
10	Covin and Covin (1990)	Agresif Rekabetçilik	Covin and Slevin (1989) Proaktivite ölçeği
11	Covin (1990)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
12	Covin and Slevin (1990)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
13	Covin, Slevin and Covin (1990)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
14	Covin and Slevin (1991)	Risk almak Proaktivite Agresif Rekabetçilik İnovasyon Yönelimi	Bilgi mevcut değil
15	Zahra (1991)	Formel (Biçimsel-Resmil) and Informel (Resmi olmayan)	Orijinal
16	Miles and Arnold (1991)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
17	Miles, Arnold and Thompson (1993)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)

Tablo 3. (Devamı)			
No	Yazar/Yazarlar	Kullanılan/Önerilen Boyutlar	Araştırma Ölçeğinin Kaynağı
18	Zahra (1993)	İnovasyon Yönelimi Yeni İş Kurma Stratejik Yenilenme	Orijinal
19	Smart and Conant (1994)	Risk almak Yönetmelik Yetkinlik Yaratıcı Fırsatçılık İnovasyon Yönelimi	Orijinal
20	Merz and vd. (1994)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite	Miller (1983)
21	Merz and Sauber (1995)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite	Miller (1983)
22	Zahra and Covin (1995)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
23	Zahra (1996)	İnovasyon Yönelimi Yeni İş Kurma Stratejik Yenilenme	Orijinal
24	Brown (1996)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
25	Lumpkin and Dess (1996)	Özerklik İnovasyon yönelimi Risk almak Proaktivite Agresif Rekabetçilik	Bilgi mevcut değil
26	Becherer and Maurer (1997)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
27	Dickson and Weaver (1997)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk alma	Covin and Slevin (1989)
28	Knight (1997)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite	Covin and Slevin (1989)
29	Barrett and Weinstein (1998)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
30	Zahra and Neubaum (1998)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk alma	Miller (1983)
31	Caruana, Morris and Vella (1998)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite	Bilgi mevcut değil
32	Barringer and Bluedorn (1999)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
33	Wiklund (1999)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
34	Zahra and Garvis (2000)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Miller (1983)
35	Zahra, Neubaum and Huse (2000)	İnovasyon Yönelimi Yeni İş Kurma	Orijinal

Tablo 3. (Devamı)			
No	Yazar/Yazarlar	Kullanılan/Önerilen Boyutlar	Araştırma Ölçeğinin Kaynağı
36	Barrett, Balloun and Weinstein (2000)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
37	Lumpkin and Dess (2001)	Proaktivite Agresif Rekabetçilik	Covin and Slevin (1989)
38	Antoncic and Hisrich (2001)	Yeni İş Kurma İnovasyon Yönelimi Örgütsel Yenilenme Proaktivite	Orijinal
39	Kreiser, Marino and Weaver (2002)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
40	Liu, Luo and Shi (2002)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Smart and Conant (1994)
41	Antoncic and Hisrich (2003)	Yeni İş Kurma İnovasyon Yönelimi Örgütsel Yenilenme Risk Almak Proaktivite Agresif Rekabetçilik	Bilgi mevcut değil
42	Antoncic and Hisrich (2004)	Yeni İş Kurma İnovasyon Yönelimi Örgütsel Yenilenme Risk Almak Agresif Rekabetçilik	Orijinal
43	Richard and vd. (2004)	İnovasyon Yönelimi Risk Almak	Covin and Slevin (1989)
44	Chen, Zu, and Anquan (2005)	İnovasyon Yönelimi Yeni İş Kurma	Orijinal
45	Wiklund and Shepherd (2005)	İnovasyon Yönelimi Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
46	Fiş ve Wasti (2009)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Miller (1983)
47	Altuntaş ve Dönmez (2010)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
48	Davis vd. (2010)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Covin & Slevin (1989)
49	Filser and Eggers (2014)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Miller (1983)
50	Petrović vd. (2015)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
51	Yeşil vd. (2016)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)

Tablo 3. (Devamı)			
No	Yazar/Yazarlar	Kullanılan/Önerilen Boyutlar	Araştırma Ölçeğinin Kaynağı
52	Ayaydın ve Karaaslan (2016)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Covin and Slevin (1989)
53	Pehlivan (2017)	Başarı İhtiyacı İç Kontrol Odağı Risk Alma Eğilimi Yenilikçilik Proaktiflik Rekabetçi Agresiflik Özerklik	Miller (1983), McClelland (1962), Lumpkin ve Dess (1996)
54	Efe (2018)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak Otonomi Rekabetçi Agresiflik	Miller (1983), Lumpkin ve Dess, (1996)
55	Rezaei and Ortt (2018)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Miller (1983)
56	Ranasinghe vd. (2019)	Yenilikçilik Proaktivite Risk almak	Miller (1983)

Kaynak: Bulut vd., 2008.

2.2.1. Yenilikçilik

Sürekli gelişen ve değişen dünyada hayatta kalabilmenin en önemli unsuru yenilikçi olabilmektir (Solmaz, 2016: 44). Çünkü piyasa şartlarını sürekli hareket halinde tutan, bitmeyen ve artan bilgi akışı firmaların rekabet avantajları yaratmak ve sürdürmek için yenilikçi olma konusuna daha fazla odaklanmasını gerektirecektir (Johannessen vd., 2001: 20). Bu yüzden organizasyonların hayatta kalabilmeleri için yenilikçiliği gerçekleştirecek uygun bir örgütsel yapıya sahip olmaları gerekmektedir (Solmaz, 2016: 44).

Yenilikçilik, inovasyonun kültürel öncüsüdür (Wong, 2012: 246). Yenilikçilik kültürünü benimseyen bir firma yeni fikirlerin oluşumunu teşvik eder ve çalışanlarının farklı düşünmesini ve farklı şeyler yapmasını destekler (Pe´rez-Lun˜o vd., 2011: 556, Wong, 2012: 246). Yenilikçilik aynı zamanda performansa katkıda bulunabilecek pazar yönlendirme faaliyetleri yoluyla elde edilen piyasa istihbaratının uygulamasını da geliştirmektedir (Han vd., 1998: 31; Hughes ve Morgan, 2007: 653). Brüdel ve Preisendörfer (2000), yenilikçiliği firma büyümesinin en önemli belirleyicisi olarak belirlemişlerdir (Brüdel ve Preisendörfer, 2000: 67).

Yenilikçilik, bir şirketin pazara sunduğu ürün ve hizmet türleri ile ilgilidir. Bazı teorisyenler için yenilikçilik, girişimciliğe içsel olarak bağlı olduğundan bu tür girişimciler piyasaya girişleri gerçeğiyle yeni kaynak kombinasyonları yaratırlar (Schillo, 2011: 21). Yaratılan bu yeni kombinasyonlar sadece ürünler için değil aynı zamanda süreçler ve hizmet fikirleri için de geçerlidir (Zahra, 1991: 259-285).

Yenilikçilik, müşteri ihtiyaçlarına ve sorunlarına yeni çözümler üretmek için ürün, hizmet ve süreçlerin geliştirilmesinde yaratıcılık, deney, teknolojik liderlik ve AR-GE'yi benimsemeye ve desteklemeye yönelik bir önyargıdır (Hughes ve Morgan, 2007: 653). Davis vd. (1991) yenilikçilik kavramını, sorunlara ve ihtiyaçlara yaratıcı, sıra dışı veya yeni çözüm arayışları getirme yoludur şeklinde tanımlamışlardır (Davis vd., 1991: 44).

Lumpkin ve Dess (1996) yenilikçilik kavramını, bir firmanın yeni ürünlere, hizmetlere veya teknolojik süreçlere yol açabilecek yeni fikirleri, yenilikleri, deneyleri ve yaratıcı süreçleri devreye alma ve destekleme eğilimi olarak tanımlamışlardır (Lumpkin ve Dess, 1996: 142). Rauch vd. (2009) yenilikçilik kavramını, yeni süreçlerde AR-GE ile yeni ürün / hizmetlerin ve teknolojik liderliğin getirilmesi yoluyla yaratıcılığa ve deneyime girişen yatkınlık olarak tanımlamışlardır (Rauch vd.; 2009: 6). Kee ve Rahman (2017) ise yenilikçilik kavramını, yeni fikirleri, deneyleri ve yaratıcı süreçleri destekleyerek inovasyona katkıda bulunan eğilim olarak tanımlamıştır (Kee ve Rahman, 2017: 129).

2.2.2. Proaktiflik

Proaktiflik, rekabetin önünde yeni ürün ve hizmetlerin sunulması ile karakterize edilen ve gelecekteki talep beklentisiyle hareket eden ileriye dönük bir perspektiftir (Rauch vd., 2009: 7). Proaktiflik, beklentileri içeren ileriye dönük bir perspektif arayan, mevcut işleyiş ile ilgili ya da ilgili olmayan ya da piyasada halihazırda var olan eğilimlere ve talebe cevap verme konusundaki saldırganlık ile ilgili gelecekteki ihtiyaçlara göre hareket eden bir fırsattır (Lumpkin ve Dess, 2001: 429-451). Proaktiflik, hem ürün ve teknolojiler açısından hem de piyasalar ve tüketici talebi açısından gelecekteki fırsatları öngörmek için girişimcilik eylemlerinin karakteristiğini tanımlar (Schillo, 2011: 21).

Proaktif firmaların amacı, kısa vadede ilk kullanıcı avantajını sağlamak ve uzun vadede pazar ortamının yönünü şekillendirmektir (Hughes ve Morgan, 2007: 653). Her ne kadar proaktiflik, yeni ürün veya hizmetlerin ilkini sunan firmaların bir özelliği olsa da, bazı araştırmacılar pazara yeni girecek ikinci firmanın ilk katılımcının öncüsü ve proaktiflik yoluyla başarıya ulaşma olasılığı kadar öncü olabileceğini ifade etmişlerdir (Miles vd., 1978: 553; Shan vd., 2016: 685). Bu nedenle proaktiflik her ne kadar piyasaya ilk giren olmasalar da yeni fırsatları ele geçirmek için bir lider olma ve öngörme arzusu olan firmalara atıfta bulunmaktadır (Shan vd., 2016: 685).

Proaktifliğin temelinde, istekli bir şekilde yeni fırsatların tahmin edilmesi, onların takip edilmesi ve gelişmekte olan pazarlara girilmesi açısından inisiyatif kullanmak ve bunun sonucunda bilinçli bir şekilde değişim meydana getirmenin yattığı söylenebilir (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 55). Sözü edilen inisiyatif firmaların kaynaklarını kullanması veya bu kaynakların alanını genişletilmesi için yeni bir yol geliştirilmesine yönelik proaktif bir girişimi belirtir (Birkinshaw, 1997: 207; Altuntaş ve Dönmez, 2010: 55).

Firmaların piyasa sinyallerini ve müşterilerin ihtiyaçlarına yönelik farkındalığını (açık veya gizli) kabul etmesi proaktifliğin sağladığı başlıca avantajlardan ikisidir. Proaktiflik, firmanın zaman içerisinde kazanılan öğrenme ve deneyim etkileriyle pazardaki değişim ve eğilimlere uyum gösterme kapasitesini ve eğilimini artırır. Bu durum firmaları rakipleri karşısında müşterilerin açık ve gizli ihtiyaçlarını karşılamak için fırsatlar yaratır (Hughes ve Morgan, 2007: 653).

Firmalarda proaktiflik kasıtlı değişim ile karakterize edilir. Yani sadece değişimi öngörmekle kalmayıp bu değişikliği yapmak için bilgi üzerinde zorla hareket etmek gerekir (Bateman ve Crant, 1993: 107; Hughes ve Morgan, 2007: 653). Bu durum firmaların kısa vadede piyasalara daha iyi hizmet verebilmelerini ve uzun vadede piyasayı şekillendirmelerini sağlayarak kayıtsızlık riskini hafifletir (Hughes ve Morgan, 2007: 653).

Firmaların proaktif davranışları yeniliğin temel bileşenlerinden biridir (Morgan ve Strong, 1998: 1057). Firmalar rekabet avantajlarını sürdürmek için proaktif hareket etmek durumundadırlar (Akman ve Yılmaz, 2008: 90). Proaktif stratejik duruşlar firmaları daha yenilikçi kılar, onları daha esnek yapılara yönlendirerek daha yenilikçi

olmasını ve dolayısıyla daha da ilerlemesini sağlar. Proaktif firmalar pazar avantajı elde etmek ve bu durumu sürdürmek için yenilikleri kullanırlar (Ozsomer vd., 1997: 411).

2.2.3. Risk Alma

Risk alma tarihsel olarak girişimcilikle ilişkili temel bir özelliktir. İlk başlarda bireylerin istihdam edilmek yerine kendileri için çalışarak aldıkları risklere atıfta bulunmaktaydı. Daha sonra şirketlere, örneğin, yöneticiler belirsiz sonuçlara sahip projelere büyük miktarlarda kaynak sağlayan kararlar verdiğinde şirketlere yaygın bir şekilde uygulanmaktadır (Schillo, 2011: 21). Risk alma girişimciliğin ana konseptidir. Çünkü girişimci sorumluluk alanında uzmanlaşmış, malın yeri, türü ve kullanımı ile ilgili hukuki kararlar ile kaynak ve kurumları etkileyen kişi olarak tanımlanmaktadır (Parsian ve Mobaraki, 2016: 629).

Risk almak bilinmeyene girerek, ağır borç almak ve / veya belirsiz ortamlarda girişimlerde önemli kaynaklara imza atmak suretiyle cesur adımlar atmayı gerektirir (Rauch vd.; 2009: 7). Risk alma firmaların muhtemel sonuçlara ilişkin yüksek düzeyde belirsizlik içeren projelerin, faaliyetlerin ve çözümlerin uygulanması için kaynak sağlama konusundaki istekliliğini göstermektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 144; Hughes ve Morgan, 2007: 653). Risk alma, bir şirketin veya bir kişinin ağır kredilerle riskli projelere ve faaliyetlere girmesi, incelenmemiş teknolojilere yatırım yapması veya yeni ürünleri yeni pazarlara sokmasıdır (Parsian ve Mobaraki, 2016: 629). Venkatraman (1989) risk almayı, çeşitli kaynak tahsisi kararlarına ve aynı zamanda ürün ve pazar seçimine yansıyan risklilik derecesi şeklinde ifade etmiştir (Venkatraman, 1989: 949).

Girişimcilik risk üstlenme eğilimine dayanmaktadır (Erdem, 2001: 46; İşcan ve Kaygın, 2011: 447). Çünkü bu onun kişisel özelliklerinden birisidir. Girişimci duruşa sahip firmalar risk alma konusunda istekli olan firmalardır. Bu tür firmalar çok yüksek getiri şansı ile yüksek riskli projeleri üstlenmeye isteklidirler ve fırsatların peşinden koşma konusunda cesur ve agresiftirler (Covin ve Steven, 1991: 7-8).

Risk alma toleransı firmayı eyleme doğru yönlendirir ve belirsizliği kucaklamaya teşvik eder. Bir dereceye kadar risk alamayan firmalar, sömürücü faaliyetler üstlenmekten ve değişen piyasa koşullarına muhafazakar bir şekilde tepki göstermekten yenilikleri başlatmayı geciktirir ya da reddederler. Böylelikle müşteri ve

pazar fırsatlarını ele geçirmede zayıf bir performans göstermiş olurlar (Hughes ve Morgan, 2007: 653).

2.3. İnovasyon Kapasitesi

İnovasyon, kuruluşların sürdürülebilir rekabet avantajına sahip olmaları için kilit bir faktördür ve inovasyon kapasitesi rekabet avantajına yol açacak organizasyonların temel özelliklerinden biri olarak bilinmektedir (Silva vd., 2008: 92; Tajvidi, 2015: 65). İnovasyon kapasitesi, yenilikçilik, inisiyatif ve girişimcilik, yeni özellikler oluşturma ve mevcut teknolojilerin geliştirilmesi ve organizasyonlardaki rekabeti teşvik etmesi açısından önemli bir faktördür (Tajvidi, 2015: 65).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü inovasyonu; “işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi” (OECD, 2005; 46) olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamada literatürde genel kabul görmüş bir tanım olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte inovasyon kapasitesi çeşitli şekillerde tanımlanmıştır ve bu değişkenin ölçümü ile ilgili literatürde çok az sayıda ortak bir görüş hakimdir (Oura vd., 2016: 924). Çünkü inovasyon kapasitesine ilişkin faktörlerin sayısı o kadar fazla ki herhangi bir ampirik araştırmaya kapsamlı bir liste eklemek pratikte mümkün görünmemektedir (Chiesa vd., 1996: 108; Koç ve Ceylan; 2007: 107).

Koç ve Ceylan (2007) inovasyon kapasitesini, “firmanın inovasyona katılma kapasitesi, yani kuruluşa yeni süreçler, ürünler veya fikirler getirme” (Koç ve Ceylan; 2007: 105) potansiyeli olarak tanımlamışlardır. Romijn ve Albaladejo (2002) inovasyon kapasitesini, “mevcut teknolojileri etkili bir şekilde absorbe etmek, geliştirmek ve yenilerini oluşturmak için gereken bilgi ve beceriler olarak” tanımlamıştır. Lawson ve Samson (2001) inovasyon kapasitesini, “bilgi ve fikirleri firmanın ve paydaşlarının yararı için sürekli olarak yeni ürünlere, süreçlere ve sistemlere dönüştürme yeteneği olarak” tanımlamışlardır (Lawson and Samson, 2001: 384). Szeto (2000) inovasyon kapasitesini, firmaların pazar ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeni ürünler geliştirmek ve kullanmak için sürekli yetenek ve kaynakların iyileştirilmesi olarak tanımlamaktadır (Szeto; 2000: 140). Suarez-Villa (1990) inovasyon kapasitesini, “herhangi bir ulusta,

coğrafi alanda veya ekonomik faaliyette, buluş seviyesini ve inovasyon potansiyelini ölçmek” (Suarez-Villa, 1990: 290-310) olarak tanımlamıştır.

İnovasyon kapasitesi yalnızca bir işi yeni bir işletmede yürütme de başarılı olmak ya da genel işletmecilik yeteneklerini yönetmek için bir yetenek değil aynı zamanda işletme paradigmalarını sentezleyebilme becerisiyle de ilgilidir (Lawson ve Samson, 2001: 384). İnovasyon kapasitesi kendisi ayrı olarak tanımlanabilir bir yapı değildir. Kapasite, firma içindeki pekiştirici uygulama ve işlemlerden oluşmaktadır. Bu süreçler yenilikçiliği teşvik etmek, ölçmek ve güçlendirmek için anahtar bir mekanizmadır (Lawson ve Samson, 2001: 388). İnovasyon kapasitesi bağlamında, inovasyonun iki ana yönü vardır: Birincisi fikir ve bilginin geliştirilmesi, ikincisi ise fikirlerin somut olarak uygulanmasıdır. Bir organizasyonda bilgi oluşturma, inovasyonun merkezi bir prensibidir ve inovasyonu teşvik etmek isteyen her organizasyon tarafından yaygın olarak uygulanır (Omar ve Nazri, 2016: 189).

İnovasyon kapasitesi, bir firmanın rakiplerinin önünde sürekli yenilik yapma yeteneğini temsil eder. Bu yetenekler bir firmanın yeni bir pazara girmesini, rakiplerinden daha erken bir kalite seviyesine atlamasını ya da bir firmayı rekabet avantajı elde etmek için rakiplerinden daha hızlı taklit ve iyileştirmesini sağlar (Qian ve Li; 2006: 882). İnovasyon kapasitesi, firmaların uzun vadede yenilikçi olmalarını sağlayan çeşitli faktörleri içerir. Yetenekler kaynaklardan ayırt edilmelidir (Forsman; 2011: 740). Amit ve Schoemaker (1993) kaynakların bir kuruluş tarafından sahip olunan veya kontrol edilen mevcut etkenlerin stokları olduğunu belirterek kaynakları yeteneklerden ayırmaktadır (Amit ve Schoemaker; 1993: 33-34). Yetenekler, diğer taraftan bir kuruluşun kaynaklarını kullanma kapasitesine atıfta bulunduğu için yenilikçilik kapasitesi üzerinde etkisi vardır (Forsman; 2011: 740).

Kaynaklar firmaların sahip olduğu veya kontrol ettiği bir dizi mevcut faktörleri temsil ederken, yetenekler bir firmanın istenen bir sonuca ulaşmak için bu kaynakları kendi süreçlerine, rutinlerine ve bu sürece katılmış olan tüm faaliyetlerine göre kullanma kapasitesini temsil eder (Amit, Schoemaker, 1993). İnovasyon kapasitesi çoğu zaman yalnızca işletmelerin resmi Ar-Ge faaliyetleri ve inovasyon çıktısının yeni ürünlerle eşleştirilmesi olarak değerlendirilmektedir (Kirner vd.; 2009: 448).

2.4. Finansal Performans

Performans, gerek teorik araştırmalarda gerekse uygulamalı araştırmalarda yaygın bir şekilde bağımlı değişken olarak kullanılmasına rağmen belirsizliğini koruyan, ölçülmesi zor olan ve ortak bir tanımı olmayan bir kavramdır (Rogers ve Wright; 1998: 6; Ersarı; 2018: 85). Performans kelimesi Fransızca bir kavram olup türkçe karşılığı, “başarım” (TDK; 2019), olan herhangi bir işte gösterilen başarı derecesi olarak tanımlanmaktadır (Aslan; 2018: 104). Genel anlamda performans kavramı, örgütün beklentilerinin ne oranda iyi karşılandığını belirlemek amacıyla etkinlik veya sosyal yönlendirme ölçütlerinden yararlanılarak yapılan bir değerlendirme yöntemidir (Ersarı; 2018: 86).

Literatürde firma performansını belirleyen çok sayıda kriter vardır. Venkatraman ve Ramanujam’ya göre (1986) performans, finansal ve finansal olmayan (operasyonel) göstergelerle ölçülebilmektedir. Finansal kriterler, karlılık ve satış büyümesi gibi ekonomik faktörler (örneğin, yatırımın geri dönüşü, satışların geri dönüşü ve özkaynak getirisi gibi) ile ilişkilidir. Operasyonel kriterler ise; yeni ürün geliştirme, pazar payı, memnuniyet, kalite ve piyasa etkinliği gibi finansal olmayan başarı faktörleri ile ilgilidir (Zehir vd., 2015: 361). Çalışmada kullanılan firma performansı, finansal göstergelerin yer aldığı ekonomik faktörler ile ilgili kriterleri kapsamaktadır.

Finansal performans, finansal performans değerlendirme kriterleri baz alınarak işletmelerin belirli bir dönemdeki hedeflerine ne ölçüde ulaştıklarının değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Bulut vd., 2009: 517; Ersarı; 2018: 92). Finansal performans, bir örgütün sahip olmuş olduğu varlıkları ne düzeyde iyi kullandığının ve ne kadar gelir yaratabildiğinin ölçüsüdür (Gürkan ve Gürkan; 2017: 220). Finansal performans, bir kuruluşun mali durumundaki değişimin veya yönetim kararlarından ve bu kararların kurum üyeleri tarafından yerine getirilmesinden kaynaklanan finansal sonuçların bir ölçüsüdür (Carton; 2004: 2). Bu açıdan işletmeler finansal performansla yönetimin almış olduğu kararların ve yapmış olduğu uygulamaların işletmenin finansal durumuna ne ölçüde etki ettiğini açıklamaya çalışmaktadırlar (Ersarı; 2018: 92).

Literatür incelendiğinde, finansal performans ölçümünde yaygın olarak kullanılan değişkenlerin; aktiflerin karlılığı (ROA) , öz sermaye karlılığı (ROE), ciro karlılığı, Pazar payı büyüklüğü, gelirlerin artışı, yatırım ve ekonomik karlılık (Resmi vd.; 2018; Lakhwani vd.; 2017; Kamatra ve Kartikaningdyah; 2015; Öncü vd.; 2015),

olduğu görülmektedir. Finansal performans; muhasebe odaklı, piyasa odaklı ve algısal olmak üzere üç şekilde ele alınmaktadır. Bunlardan muhasebe odaklılık, işletmenin elde ettiği kar ile ölçülür, piyasa odaklılık, yatırımcıların elde etmiş olduğu getiri ile ölçülür ve algısal odaklılık ise anket yöntemi ile ölçülür (Fu ve Zeng, 2015). Bu çalışmada da işletmenin finansal performansı, “yatırımın karlılığı (kar/ toplam aktifler), ekonomik karlılık (faiz ve vergi öncesi kar/ toplam aktifler), satış karlılığı (kar/ net satışlar) ve öz sermaye karlılığı (kar/ öz sermaye) şeklinde oluşan dört soruluk bir algısal bakış açısı ile ölçülmüştür.

Sonuç olarak finansal performans işletmelerin performanslarını değerlendirmede en yaygın kullanılmış oldukları performans ölçüm türüdür. Finansal performansın bir takım eksik yanları olsa da, öz sermaye karlılığı, satış karlılığı ve ekonomik karlılık gibi nicel kriterler ile ölçüldüğünden dolayı günümüzde halen daha en güvenilir ve en çok tercih edilir ölçüm yöntemidir (Ersarı; 2018: 93).

2.5. Çevresel Faktörler

Çevre genel olarak faaliyetini devam ettiren bir örgütü fiili ve potansiyel olarak etkileyebilen bütün faktörleri temsil etmektedir. Bütün işletmeler, aralarında bazı temel noktalarda farklılıklar olsada çevrelerinden girdi alan ve amaçlarını gerçekleştirebilmek için bu girdileri çıktılara dönüştüren açık birer sistemlerdir. Bu nedenle işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri çevrelerinde yaşanan değişim ve gelişmelere uyum sağlama yeteneğine bağlıdır. Çünkü çevrede artan komplekslik ve değişim neticesinde ortaya çıkan belirsizlikler işletmeler açısından çevreye karşı daha duyarlı olmalarını ve daha büyük uyum kapasitesini gerektirir (Timuroğlu, 2015: 44).

2.5.1. Çevresel Dinamizm

Çevresel dinamizm, bir firmanın dış çevresinde yaşanan değişikliklerin oranı ve tahmin edilemezliği olarak tanımlanır (Zhang, 2006: 89). Çevresel belirsizlik sektördeki değişim ve inovasyon oranının yanı sıra rakiplerin ve müşterilerin eylemlerinin belirsizliği veya öngörülemezliği ile karakterizedir (Lawrence ve Lorsch, 1967; Burns and Stalker, 1961; Miller ve Friesen, 1983; Ozsomer vd., 1997). Başka bir ifadeyle, müşterilerin zevk ve tercihleri, üretim/hizmet teknolojilerindeki değişimin miktar ve tahmin edilememesi ve firmanın ana endüstrideki rekabet şekilleridir (Miller, 1987: 62).

Günümüz firmalarının faaliyet gösterdiği çevre ile ilgili genel ve ortak görüş; çevrenin küresel, dinamik, karmaşık, belirsiz, hızlı ve beklenmedik değişikliklerle dolu olduğu yönündedir. Bunların nedeni olarak Hitt vd. (1998) stratejik faaliyetleri göstermektedir. Çünkü yeni teknolojik faaliyetlerin geliştirilmesi ve kullanılması teknoloji devrime, global piyasaların kullanılması küreselleşmeye, inovasyonun hızlı ve düzenli bir şekilde geliştirilmesi ve sunulması ise çevresel dinamizme neden olmaktadır (İğci, 2008: 86).

2.5.2. Çevresel Rekabet Gücü

Rekabet gücü ile ilgili literatürde birçok tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlar içerisinde makro yaklaşımda en çok kullanılan ve kendisine atıfta bulunulan tanımlama Endüstriyel Rekabet Komisyonu Başkanının yapmış olduğu tanımlamadır. Çevresel rekabet gücü, “ülkelerin serbest ve adil piyasa koşullarında, vatandaşlarının gerçek gelirini aynı anda koruyarak ve genişletirken, uluslararası pazarların testine uygun mal ve hizmetler üretebilme derecesi olarak tanımlanmaktadır.” (President’s Commission on Industrial Competitiveness, 1985: 5). Rekabet gücü, işletmelerin, endüstrilerin ve ülkelerin toplam verimliliğini artırabilme gücüne sahip olmaları şeklinde ifade edilmektedir. Rekabet gücünün artırılabilmesi, insan kaynaklarının, işletme sermayesinin, doğal kaynakların geliştirilmesi ve teknolojik değişikliklere hızlı bir şekilde adapte olunmasına bağlıdır (Çivi, 2001: 23). İşletmelerin rekabet gücüne sahip olup bunları sürdürebilmeleri inovasyon yapabilme kabiliyetlerine bağlıdır. Özellikle inovasyon amacıyla Ar-Ge harcamaları için yüksek düzeylerde fon tahsis eden işletmeler çevresel rekabet gücüne sahip olabilmekte ve bu güçlerini sürdürebilmektedirler.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TEORİK YAKLAŞIM, LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ, ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLERİ

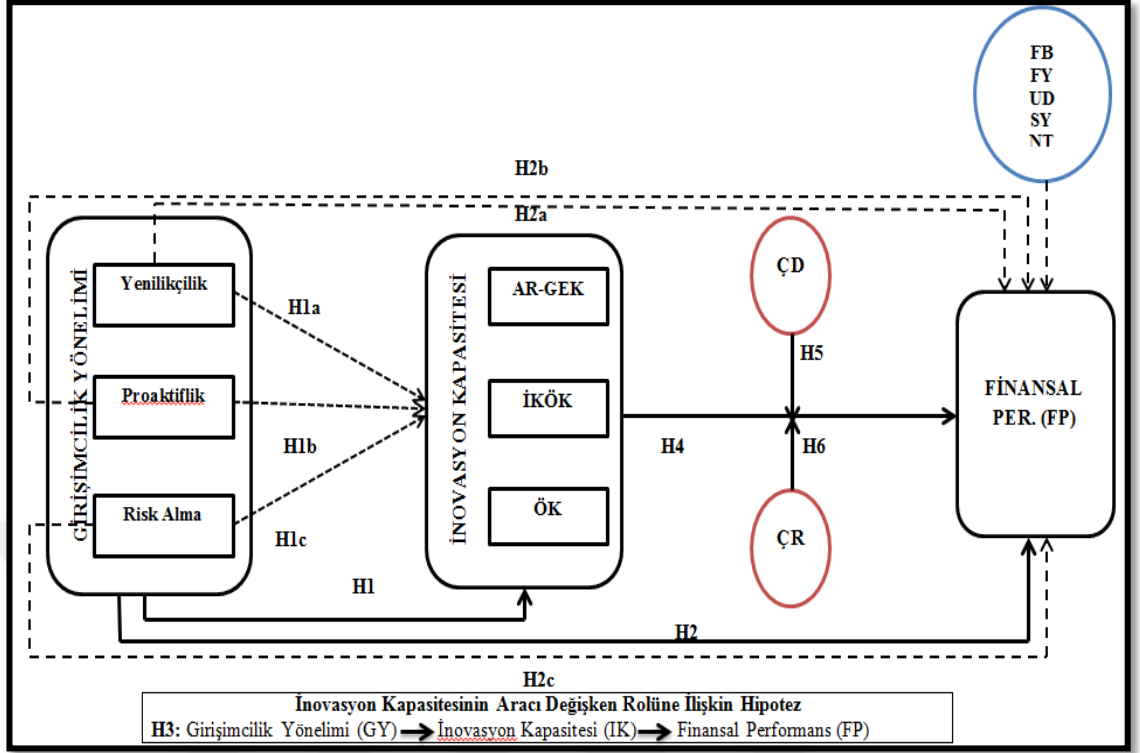
Bu bölümde araştırmanın konusunu oluşturan girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkileri incelenmiş ve bu ilişkiler doğrultusunda model ve hipotezler geliştirilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ilişkin açıklayıcı bilgiler verilmiştir.

Literatür taramasının amacı, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki konularının iç yüzünü anlamak ve bu kavramlar ile ilgili diğer konuları araştırmaktır. Uygun araştırmanın yürütülmesi, belirli bir çalışma alanıyla ilgili çeşitli yayınların toplanmasını ve incelenmesini gerektirir (Venter, 2014: 47). Bu çalışma için kullanılan kaynaklar; araştırma kitapları, ders kitapları, bilimsel yayınlar, makaleler, resmi ve özel kurum kaynakları, tezler ve internet kaynaklarını içermektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada girişimcilik yönelimi boyutları ve inovasyon kapasitesi değişkenleri ile finansal performans, çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücü değişkenleri bir araya getirilerek teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde aşağıda verilen model geliştirilmiştir.

Şekil 8. Araştırmanın Modeli



Araştırmanın modeli, işletmelerde girişimcilik yönelimi finansal performansı etkiler mi? Bu etkilimde aracı değişken olarak inovasyon kapasitesinin gücü nedir? Girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide, çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünün bu ilişkinin yönü ve boyutu üzerinde ne derecede etkilidir? Sorularından hareketle bu model geliştirilmiştir. Ayrıca geliştirilen bu modelle aşağıdaki sorulara da cevap aranmıştır.

i. Girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik boyutu finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?

ii. Girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik boyutu inovasyon kapasitesi üzerinde ne derece etkilidir?

iii. Girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutu finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?

iv. Girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutu inovasyon kapasitesi üzerinde ne derece etkilidir?

v. Girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutu finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?

vi. Girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutu inovasyon kapasitesi üzerinde ne derece etkilidir?

3.2. Araştırmada Kullanılan Değişkenler

Araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ait tanımlayıcı bilgiler Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Çalışma Kapsamındaki Değişkenlere Ait Bilgiler

	KODU	DEĞİŞKEN TÜRÜ
GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ	GY	Egzोजen Değişken
Yenilikçilik	Y	Egzोजen Değişken
Proaktiflik	P	Egzोजen Değişken
Risk Alma	R	Egzोजen Değişken
İNOVASYON KAPASİTESİ	İK	Endojen Değişken
Araştırma Geliştirme Kapasitesi	ARGEK	
İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	İKÖK	
Öğrenme Kapasitesi	ÖK	
ÇEVRESEL DİNAMİZM	ÇD	Düzenleyici (Moderatör) Değişken
ÇEVRESEL REKABET	ÇR	Düzenleyici (Moderatör) Değişken
FİNANSAL PERFORMANS	FP	Endojen Değişken
KONTROL DEĞİŞKENLER		
Firma Büyüklüğü	FB	Kontrol Değişken
Firma Yaşı	FY	Kontrol Değişken
Uluslararası Deneyim	UD	Kontrol Değişken
Sermaye Yapısı	SY	Kontrol Değişken
Nakit Tutumu	NT	Kontrol Değişken

Endojen Değişken, YEM’de bazı değişkenler hem bağımlı hemde bağımsız değişken konumunda olabilmektedirler. Yalnızca bağımlı değişken veya hem bağımlı hemde bağımsız değişken konumunda olabilen değişkenlere endojen değişken denilmektedir. **Egzojen değişken**, YEM’de sadece bağımsız değişken konumunda olan değişkenlerde egzojen değişken denilmektedir (Doğan, 2019: 32). **Kontrol değişken**,

bağımlı değişkenin yalnızca bağımsız değişkenden kaynaklandığını gösterebilmek için bazı değişkenlerin etkisinin kontrol edilmesi gerekmektedir. İşte bu tür değişkenlere kontrol veya sabit değişken adı verilmektedir (Bağcı Kılıç vd., 2009: 14).

Girişimcilik yöneliminin boyutları strateji ve girişimcilik literatüründe yaygın olarak “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada da girişimcilik boyutları olarak “yenilik, proaktiflik ve risk alma” kullanılmıştır. Girişimcilik yönelimi değişkeni, literatürde en sık kullanılan Li vd. (2017) tarafından geliştirilen ölçek baz alınarak akademisyen görüşleri doğrultusunda Türkçeye uyarlanarak geliştirilmiştir. Bu bağlamda girişimcilik yönelimi, “Yenilikçilik (3 Soru)”, “Proaktiflik (3 Soru) ve “Risk Alma (3 Soru)” olarak toplam 9 soruda (Ek.1’de sunulmuştur) ölçülmüştür.

İnovasyon kapasitesi literatürde en sık kullanılan Oura vd. (2016) tarafından geliştirilen ölçek baz alınarak geliştirilmiştir. Ölçekte yer alan sorular akademisyen görüşleri dikkate alınarak Türkçeye uyarlanmıştır. Bu bağlamda inovasyon kapasitesi, “AR-GE Kapasitesi (4 Soru)”, “Pazarlama Kapasitesi (5 Soru)”, “Üretim Kapasitesi (4 Soru)”, “Öğrenme Kapasitesi (4 Soru)”, “Yönetim Kapasitesi (5 Soru)”, “Kaynak Kullanım Kapasitesi (5 Soru)” ve “Stratejik Kapasite (4 Soru)” olarak (Ek.1’de sunulmuştur) 7 boyuttan ve 31 sorudan oluşturulmuştur.

Ar-Ge kapasitesi, yeni teknolojik varlıklar geliştirirken firmanın birçok yeni teknolojiyi ve yaklaşımı benimsemesine yardımcı olur. **Üretim kapasitesi**, Ar-Ge sonuçlarını tasarım talebine uygun olarak pazar ihtiyaçlarını karşılayan ve aynı zamanda gruplar halinde de üretilebilecek ürünlere dönüştürme kabiliyetini ifade eder. **Öğrenme kapasitesi**, bir firmanın rekabet başarısı için gerekli olan yeni bilgileri belirleme, özümseme ve kullanma becerisidir. **Pazarlama kapasitesi**, tüketicilerin mevcut ve gelecekteki ihtiyaçlarını, müşterilerin erişim yaklaşımlarını ve rakiplerin bilgilerini anlama temelinde ürünleri tanıtım ve satma kapasitesini gösterir.

Kaynak kullanma kapasitesi, firmanın teknolojik, insan ve finansal kaynaklarını seferber etme ve genişletme yeteneğini temsil eder. **Örgütsel kapasite**, sağlam bir örgütsel yapı oluşturma, tüm faaliyetlerin çalışmalarını ortak amaçlara koordine etme ve gelişim projeleri için oluşturduğu altyapı ile inovasyon süreçlerinin hızını etkileme kapasitesidir. **Stratejik kapasite**, yüksek rekabet ortamında rekabet

edebilmek için çevre değişikliklerine uyum sağlayabilecek farklı türlerde stratejileri benimseme kapasitesidir (Guan ve Ma, 2013: 740).

Çevresel faktörlere ilişkin değişkenler, literatürde en sık kullanılan Jayarama, Oke ve Prajogo (2014) tarafından geliştirilen ölçek baz alınarak ölçekte yer alan sorular akademisyen görüşleri dikkate alınarak Türkçeye uyarlanmış ve geliştirilmiştir. Bu bağlamda çevresel faktörler, “Çevresel Dinamizm (5 Soru)” ve “Çevresel Rekabet Gücü (4 Soru)” olmak üzere toplam 9 sorudan (Ek.1’de sunulmuştur) oluşturulmuştur.

Finansal performans ölçeği olarak, literatürde en sık kullanılan finansal performans ölçekleri “Yatırım Karlılığı (Kar/Toplam Aktifler)”, “Ekonomik Karlılık (Faiz ve Vergi Öncesi Kar/Toplam Aktifler)”, “Satış Karlılığı (Kar/Net Satışlar)” ve “Öz Sermaye Karlılığı (Kar/Öz Sermaye)” (Ek.1’de sunulmuştur) kullanılmıştır.

Kontrol değişken olarak da sermaye yapısı, nakit tutumu, firma büyüklüğü, firma yaşı, endüstri tipi ve uluslararası deneyim kullanılmıştır. **Sermaye yapısı**, literatürde sık kullanılan “Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Aktif”, “Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Aktif” ve “Toplam Yabancı Kaynaklar/Öz Sermaye” oranı olarak ölçülmüştür. **Nakit tutumu**, literatürde sık kullanılan “Hazır Değerler/Toplam Aktifler”, “Hazır Değerler/Net Satışla” ve “Hazır Değerler/ Duran Varlıklar” oranları ile ölçülmüştür.

Firma büyüklüğü, tam zamanlı çalışan sayısına göre ölçülmüştür. Çünkü büyük firmalar inovasyona ayrılacak daha fazla kaynağa sahiptirler. **Firma yaşı**, firmaların kuruluşundan bu zamana kadar geçen süreye göre ölçülmüştür. Çünkü yaşlı firmalar büyük ölçüde temel yeteneklerin katılımı nedeniyle inovasyon faaliyetlerini yürütmek için daha az teşvike sahiptir (Liv d., 2012; Wu vd., 2016). **Uluslararası deneyim**, firmanın ihracat gibi uluslararası faaliyetlerde bulunduğu yıl sayısına göre ölçülmüştür. Çünkü yüksek düzeyde uluslararası bir deneyim, firmanın denizaşırı pazarda yenilik için yararlı bilgileri tanımlamasına yardımcı olmaktadır (Filatotchev vd., 2009: 1008; Wu vd., 2016: 2682). **Endüstri tipi**, firmaların faaliyet gösterdikleri endüstri tipleri alınarak ölçülmüştür.

3.3. Girişimcilik Yönelimi ile İnovasyon Kapasitesi Arasındaki İlişki

OECD’nin inovasyon ile ilgili yapmış olduğu tanım genel kabul görmüş bir tanımdır. Buna göre inovasyon; “işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda

veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir” (OECD, 2005; 46). Bununla birlikte inovasyon kapasitesi çeşitli şekillerde tanımlanmış olmasına rağmen, bu değişkenin ölçümü ile ilgili çok az sayıda ortak görüş vardır (Oura vd., 2016: 4). Literatürde bulunan birçok terim inovasyon kapasite ile ilgili olarak, yenilikçi kapasite (Miranda vd., 2015), yenilikçilik kapasitesi (Dosi, 1988; Fleury vd., 2013) ve uluslararası yenilik kapasitesi (Knight ve Kim, 2009) terimlerini kullanmışlardır. Bu terimlerin temel olarak firma veya ülke düzeyinde yenilikçilik kapasitesine değindiği görülmektedir (Oura vd., 2016: 4).

Adler ve Shenbar (1990), inovasyon kapasitesini; yeni ürün geliştirme kapasitesi, yeni ürünleri üretmek için uygun işlem teknolojilerini uygulama kapasitesi, gelecekteki ihtiyaçları karşılamak için yeni ürün ve işleme teknolojilerini geliştirme ve benimseme kapasitesi ve tesadüfi teknoloji faaliyetlerine ve rakiplerin yarattığı beklenmeyen fırsatlara cevap verme kapasitesi olarak tanımlamışlardır (Guan ve Ma, 2013: 740). İnovasyon kapasitesi, bir firmanın rakiplerinin önünde sürekli yenilik yapma yeteneğini temsil eder. Bu yetenekler bir firmanın yeni bir pazara girmesini, rakiplerinden daha erken bir kalite seviyesine atlamasını ya da bir firmayı rekabet avantajı elde etmek için rakiplerinden daha hızlı taklit ve iyileştirmesini sağlar (Qian ve Li; 2006: 882). Yönetim bilimcilerine göre inovasyon kapasitesi, firma performansının en önemli belirleyicisidir (Crossan ve Apaydin, 2010: 1154).

Barney (1991)’e göre, bir varlığın bir firma için rekabet avantajı kaynağı olabilmesi için, nadir, değerli, taklit ve ikame edilmesi zor olmalıdır (Barney, 1991: 106-110). Firmalar heterojen kaynak portföyleri ve iç yeteneklere sahiptir. Bu üstün özel kaynaklar ve iç yetenekler, dış ortamla eşleşmesi halinde rekabet avantajlarının temelini oluşturur. Yenilik yeteneği, bir firmanın özel bir varlığıdır. Yapışkandır, değiştirilemez ve iç deneyimler ve deneysel kazanımla yakından ilişkilidir (Guan ve Ma, 2013: 740). Yetenek, kuruluşun sahip olduğu bu çeşitli özel varlıkların entegrasyonu olarak tanımlanır. Kaynak tabanlı çalışmanın temel bir varsayımı, üretimin ve üretimin altında yatan şirketler için heterojen olmasıdır. Bu tür kaynaklarla donatılmış firmalar daha ekonomik ve / veya müşteri isteklerini daha iyi karşılayabilir hale getirebilirler (Peteraf, 1993: 180).

Hızlı bir şekilde yeni süreçler benimseme ve yeni ürünler suna bilme yeteneği, rekabetin önemli bir parçası haline gelmiştir (Guan ve Ma, 2013: 740). Ayrıca bu inovasyonun başarılı olması için çok çeşitli varlıklara, kaynaklara ve yeteneklere ihtiyaç duyulmaktadır (Sen ve Egelhoff, 2000: 174). Çünkü inovasyon oldukça karmaşık bir hale gelmiştir. Bu nedenle inovasyon kapasitesi, firma stratejisinin gerekliliklerine uymak ve özel şartlara ve rekabet ortamına uyum sağlamak için geniş kapsamlı bir kapsam ve seviyelerde tanımlanmalıdır (Guan ve Ma, 2013: 740).

İnovasyon kapasitesinin ölçümünde Yi vd. (2013) yeni ürün satışlarının toplam satışlara oranını kullanılmışlardır (Yi vd., 2013: 399). Singh (2009) çalışmasında Ar-Ge harcamaları açısından inovasyon kapasitesinin ölçülmesini önermiştir. Ayrıca şirketler tarafından kullanılan teknolojiler ve teknolojik liderlikle ilgili psikometrik ölçekleri (Beleska-Spasova vd., 2012; Knight ve Kim, 2009) ve bunun gibi daha karmaşık ölçüm biçimlerini içeren orta derecede karmaşık yöntemleri Guan ve Ma (2003) tarafından uygulanmıştır. Bu yazarlar inovasyon kapasitesini, (1) Ar-Ge kapasitesi; (2) pazarlama kapasitesi; (3) üretim kapasitesi; (4) öğrenme kapasitesi; (5) organizasyon kapasitesi; (6) kaynak kullanma kapasitesi; ve (7) stratejik kapasite olarak yedi boyuttan oluşan bir yapı olarak tanımlamışlardır (Oura vd., 2016: 4).

Ar-Ge kapasitesi, yeni teknolojik varlıklar geliştirirken firmanın birçok yeni teknolojiyi ve yaklaşımı benimsemesine yardımcı olur. Üretim kapasitesi, Ar-Ge sonuçlarını tasarım talebine uygun olarak pazar ihtiyaçlarını karşılayan ve aynı zamanda gruplar halinde de üretilebilecek ürünlere dönüştürme kabiliyetini ifade eder. Öğrenme kapasitesi, bir firmanın rekabet başarısı için gerekli olan yeni bilgileri belirleme, özümseme ve kullanma becerisidir. Pazarlama kapasitesi, tüketicilerin mevcut ve gelecekteki ihtiyaçlarını, müşterilerin erişim yaklaşımlarını ve rakiplerin bilgilerini anlama temelinde ürünleri tanıtım ve satma kapasitesini gösterir. Kaynak kullanma kapasitesi, firmanın teknolojik, insan ve finansal kaynaklarını seferber etme ve genişletme yeteneğini temsil eder. Örgütsel kapasite, sağlam bir örgütsel yapı oluşturma, tüm faaliyetlerin çalışmalarını ortak amaçlara koordine etme ve gelişim projeleri için oluşturduğu altyapı ile inovasyon süreçlerinin hızını etkileme kapasitesidir. Stratejik kapasite, yüksek rekabet ortamında rekabet edebilmek için çevre değişikliklerine uyum sağlayabilecek farklı türlerde stratejileri benimseme kapasitesidir (Guan ve Ma, 2013: 740).

Çalışmada inovasyon kapasitesi, Guan ve Ma (2013) ile Oura vd.'nin (2016) çalışmalarına dayanarak yedi boyutta sınıflandırılmıştır. Bunlar; Ar-Ge kapasitesi (dört madde), pazarlama kapasitesi (beş madde), üretim kapasitesi (dört madde), öğrenme kapasitesi (dört madde), yönetim kapasitesi (beş madde), kaynak kullanım kapasitesi (beş madde) ve stratejik kapasite (dört madde) ile ölçülmüştür.

Literatürde girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda; Ribau vd. (2017), Portekiz'de faaliyet gösteren 147 plastik imalat KOBİ'si için inovasyon kapasitesi ve firma ihracat performansı arasındaki ilişkide girişimcilik yöneliminin moderatör etkisini Kısmi En Küçük Kareler-Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-SEM) ile incelemiştir. Çalışma sonucu, proaktif firmaların dış uyaranlara yönelik yeniliklerin sadece inovasyonda daha iyi olmadığını, aynı zamanda girişimci yönelim yeteneklerinin de dış uyaranlara tepki veren firmalara kıyasla uluslararası pazarlarda daha iyi bir performans gösterdiğini ortaya koymuştur. Omar vd. (2016), Malezya'nın Selangor'da bölgesinde faaliyet gösteren 188 KOBİ için girişimcilik yöneliminin, inovasyon kapasitesinin ve bilgi yaratmanın firma performansı üzerindeki öngörülen etkilerini incelemiştir. Çalışma sonucu, girişimcilik yöneliminin inovasyon kapasitesi üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Etriya vd. (2012), Endonezya'da ki West Java, yani Pangalengan, Cisarua, Warung Kondang, Cipanas ve Bogor'daki beş bölgeden 282 tarım işletmesi için girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesi ile ilgili faktörleri araştırmışlardır. Çalışma sonucu, çiftlik firması sahibi, çiftlik büyüklüğü ve ağ heterojenliğinin eğitiminin girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Noor ve Aljanabi (2015), Irak'ın Erbil, Sulaimany ve Duhok bölgesinde faaliyet gösteren 432 KOBİ için girişimci yönelimi ve teknolojik inovasyon kapasitesi arasındaki ilişkisinde emici kapasitenin arabuluculuk rolünü incelemiştir. Çalışma sonucu, girişimcilik yöneliminin teknolojik inovasyon kapasitesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Literatürde yapılan ampirik çalışmalarda genel olarak, girişimcilik yöneliminin inovasyon kapasitesini önemli ölçüde etkilediği, girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu çerçevede teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir

şekilde anlamlı ve pozitif ilişki olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1a: Yenilikçilik boyutu ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1b: Proaktiflik boyutu ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H1c: Risk alma boyutu ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.4. Girişimcilik Yönelimi ile Finansal Performans Arasındaki İlişki

Girişimcilik yönelimi kavramına Miller'in (1983) yılında yapmış olduğu örgüt düzeyindeki girişimcilik araştırması öncülük etmiştir. Bu kavram daha sonra Covin ve Slevin'in (1989, 1990) yıllarında yapmış oldukları çalışmalar ile ilerletilmiş ve Lumpkin ve Dess (1996) tarafından geliştirilerek akademik alanda artan ilgiyle karşılaşmıştır (Solmaz, 2016: 17-18). Miller (1983) girişimcilik yönelimi boyutlarını "yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma" olarak tanımlamıştır (Miller, 1983: 771). Covin ve Slevin (1991) girişimcilik yöneliminin üç alt boyutunu "yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma" olarak kullanmışlardır (Covin ve Slevin, 1991: 7). Lumpkin ve Dess (2001) ise bu girişimcilik yönelimi fonksiyonun çok boyutlu bir niteliğe sahip olduğunu belirterek, bu boyutların; özerklik, yenilikçilik, risk almak, proaktiflik ve rekabetçi saldırganlık olduğunu ifade etmişlerdir (Lumpkin ve Dess, 2001: 429).

Önceki çalışmalar girişimcilik yönelimini kavramsallaştırmada iki temel yaklaşım olan, Covin ve Slevin (1989) tarafından sunulan bileşik boyut yaklaşımı ve Lumpkin ve Dess'in (1996) öne sürdüğü çok boyutlu yaklaşımı kullanmışlardır. Bileşik boyut yaklaşımında girişimcilik yönelimi; yenilikçilik, risk alma ve proaktivite ile karakterize tek boyutlu bir yapıyı temsil ederken, çok boyutlu yaklaşımda ise girişimcilik yönelimi, dışsal ve içsel şartlara bağlı olarak değişkenlik gösteren; yenilikçilik, özerklik, risk alma, proaktivite ve rekabetçi saldırganlık (Lumpkin ve Dess, 1996) ile karakterize edilen bir yapıyı temsil etmektedir. Girişimcilik yönelimi boyutları üzerine yapılan geçmiş araştırmaların çoğunda, girişimcilik yöneliminin üç boyutunun

tamamın da tekbir değişken oluşturmak için toplanan bileşik boyutlu yaklaşımı izlemişlerdir (Shan vd., 2016: 684). Bu çalışmada da tekbir değişken oluşturmak için girişimcilik yönelimi Covin ve Slevin'in (1989) görüşlerine benzer şekilde bileşik boyut yaklaşımı tercih edilmiştir.

Kaynak temelli görüş literatüründe firmaların kendine özgü iç kaynaklarının rekabet üstünlüğünün temel kaynakları olduğu öne sürülmektedir (Barney, 1991). Girişimcilik yönelimi sürdürülebilir rekabet avantajları sağlayan kurumsal kaynaklar olarak kabul edilebilir (Covin ve Miles, 1999; Lado ve Wilson, 1994; Zahra vd., 1999; Lee vd., 2001: 617). Çünkü girişimcilik yönelimi organizasyon rutinlerine gömülü olan ve organizasyon üyeleri arasında dağılmış bir maddi olmayan kaynak olarak kabul edilebilir (Li vd., 2017: 47). Girişimcilik yöneliminin sürdürülebilir bir rekabet kaynağı olmasının nedeni, firmaların piyasadan girişimcilik yönelimini satın alamamaları ve bu kültürü geliştirmek için de çok fazla zaman harcamalarıdır. Kaynak temelli görüş, girişimcilerin hayatta kalmak veya büyüme için maddi olmayan kaynakların birikmesine odaklanan girişimci stratejiler izlemelerini önermektedir (Lee vd., 2001: 616-617). Sonuç olarak, girişimcilik yöneliminin bu üç boyutu da bir firmanın iş stratejisini ve bir pazarda rekabet etme yaklaşımını yönlendiren önemli stratejik kaynaklar olarak görülebilir (Hughes ve Morgan, 2007).

Literatür, büyük ölçüde girişimcilik yöneliminin firma performansına olan etkisini yoğun bir şekilde araştırmıştır (Vu, 2017: 19). Strateji ve girişimcilik literatüründe yaygın olan varsayım, girişimcilik yönelimi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişkinin varlığıdır. Bu ilişkinin varlığı, Covin ve Slevin, 1986; Lumpkin ve Dess, 2001; Wiklund, 1999 gibi yazarlar tarafından desteklenmiştir (Edmond ve Wiklund, 2010: 18). Platin ve Ergun (2017), Ankara ve Bursa illerinde faaliyet gösteren 163 KOBİ üretim işletmeleri için girişimcilik yönelimi ile ihracat ve satış büyüme performansı (firma performansı) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayaydın ve Karaaslan (2016), TR90 kapsamında "Trabzon, Giresun, Ordu, Rize, Artvin ve Gümüşhane" illerinde faaliyet gösteren 961 KOBİ için girişimcilik yönelimi ve firma büyümesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Altuntaş ve Dönmez (2010), Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren 41 otel işletmesi için girişimcilik yönelimi ve finansal performans arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Mukarutesi (2018), Ruanda'da faaliyet gösteren 226 KOBİ için girişimcilik yönelimi ile firma performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Jiang vd. (2018) Çinin “Guangdong, Jiangsu, Shandong, Shaanxi ve Henan” beş farklı bölgesinde faaliyet gösteren 264 firma için yeşil girişimcilik yöneliminin finansal performans üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Niemand vd. (2017), Almanya, İsviçre ve Lihtenştayn'da ki 102 banka için girişimcilik yönelimi sergileyen bankaların yüksek düzeyde firma performansına sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Omar vd. (2016), Malezya'daki 188 KOBİ için girişimcilik yöneliminin firma performansı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Sidek vd. (2016) Malezya'daki 30 KOBİ için girişimcilik yöneliminin firma performansı ile olumlu yönde ilişkili olduğunu, girişimcilik yöneliminin işletmenin sermayeye erişim sağlamasına yardımcı olacağını ve dolayısıyla performansının iyileştirilebileceğini ortaya koymuşlardır.

Choi ve Williams (2016), 489 Koreli KOBİ için girişimcilik yöneliminin firma performansı ile istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymuşlardır. Dissanayake ve Semasinghe (2016), Sri Lanka'nın çeşitli bölgelerinden 317 KOBİ için girişimcilik yöneliminin firma performansı ile doğrudan olumlu bir ilişki olduğunu ve firma büyümesinin bir yordayıcısı olarak çalıştığını ortaya koymuşlardır. Radipere (2014), Güney Afrika'nın Gauteng ilinde perakende sektöründe faaliyet gösteren 500 küçük, orta ve mikro işletmeler için girişimcilik yönelimi boyutlarının firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Pratono vd. (2013), Malezya ve Endonezya'dan küçük ve orta ölçekli işletmeler için girişimcilik yönelimi ve firma performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Grande vd. (2011), 2003-2006 yıllarında Norveç tarafından sunulan bölgesel bir inovasyon programına katılan yenilikçi girişimlerden 168 çiftlik işletmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarının firma performansını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Yang (2008), Tayvan'daki küçük ve orta ölçekli işletmeler için girişimcilik yönelimi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Wiklund ve Shepherd (2005), 413 küçük ölçekli İsveç şirketi için girişimcilik yöneliminin firma performansı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Jantunen vd. (2005), AR-GE yapan 217 Finlandiyalı üretim ve hizmet

firmaları için girişimcilik yöneliminin özellikle uluslararası operasyonlardaki yeteneklerin geliştirilmesi yoluyla firmanın uluslararası performansı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Zahra ve Covin (1995), 103 ABD firması için girişimcilik yöneliminin finansal performans üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu, girişimcilik yöneliminin uzun vadede firmaların finansal performanslarını iyileştirmede etkili bir araç olabileceğini ortaya koymuşlardır. Zahra (1991), 1986 ile 1989 yılları arasındaki döneme ait Fortune 500 endüstriyel firmalar arasında yer alan 119 firma için girişimcilik yönelimi faaliyetleri ile finansal performans ve azaltılmış sistematik risk arasında ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatürde yapılan ampirik çalışmalarda, genel olarak girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu çerçevede teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde anlamlı ve pozitif ilişki olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H2: Girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H3: Girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında inovasyon kapasitesi aracılığıyla anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.4.1. Yenilikçilik Boyutu ile Finansal Performans Arasındaki İlişki

Sürekli gelişen ve değişen dünyada hayatta kalabilmenin en önemli unsuru yenilikçi olabilmektir (Solmaz, 2016: 44). Çünkü piyasa şartlarını sürekli hareket halinde tutan bitmeyen ve artan bilgi akışı, firmaların rekabet avantajları yaratmak ve sürdürmek için yenilikçi olma konusuna daha da fazla odaklanmasını gerektirecektir (Johannessen vd., 2001: 20). Bu yüzden organizasyonların hayatta kalabilmeleri için yenilikçiliği gerçekleştirecek uygun bir örgütsel yapıya sahip olmaları gerekmektedir (Solmaz, 2016: 44).

Lumpkin ve Dess (1996) yenilikçilik kavramını, bir firmanın yeni ürünlere, hizmetlere veya teknolojik süreçlere yol açabilecek yeni fikirleri, yenilikleri, deneyleri ve yaratıcı süreçleri devreye alma ve destekleme eğilimi olarak tanımlamışlardır (Lumpkin and Dess, 1996: 142). Yenilikçilik, girişimcilik yöneliminin en eski ve en çok

tartışılan boyutudur (Wong, 2012: 246). Literatüründe yaygın olan varsayım, yenilikçilik ile finansal performans arasında pozitif bir ilişkinin varlığıdır.

Literatürde girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda; Özer vd. (2017), Türkiye’de faaliyet gösteren 216 dört ve beş yıldızlı oteller için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile finansal ve finansal olmayan performans arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Özer (2011), Türkiye’de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı 216 otel işletmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile finansal performans arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Muzaffar (2011) Ankara’da ODTÜ ve HÜ’nin teknokentlerinde faaliyet gösteren 10 küçük ileri teknoloji firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçiliğin firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Ağca ve Kandemir (2008), Afyonkarahisar ilinde imalat sektöründe faaliyet gösteren 206 aile işletmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile finansal performans arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Alpkan vd. (2005), Ankara OSTİM sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 300 ihracatçı imalat KOBİ’sinden 38 KOBİ için girişimcilik yönelimi ile firmaların niteliksel ve niceliksel performansları arasındaki ilişkisini incelemişlerdir. Çalışma sonuçları, yenilikçilik boyutunun niteliksel performans üzerinde etkili, niceliksel performans üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını ortaya koymuştur.

Rezaei ve Ortt (2018), Hollanda’da 279 yüksek teknolojili KOBİ için yenilikçilik boyutu ile firma performansı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Fadda (2018), 2012 yılında Sardunya konaklama tesislerinde faaliyet gösteren 224 turizm firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçiliğin firma performansı ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Kee ve Rahman (2017), Malezya’daki 285 KOBİ için yenilikçilik boyutu ile firma performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Gupta vd. (2016), 2004-2008 yılları arasında ABD’de faaliyet gösteren 25 perakende firması için yenilikçiliğin firma değerini artırdığını ortaya koymuştur. Aminu (2016), Nijerya’da Kano Eyaletinde faaliyet gösteren küçük ölçekli 125 firma için girişimcilik yönelimi boyutları ile finansal performans arasındaki ilişkide yenilikçilik boyutunun finansal performansı olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Mason vd. (2015) İtalya’nın

kuzeydoğusunda bulunan Udine ve Avusturya'nın güneyinde bulunan Kärtner bölgesinde faaliyet gösteren 300 KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Petrović vd. (2015), Sırbistan'da inşaat sektöründe faaliyet gösteren 180 firma için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik boyutunun firma performansı üzerinde belirli bir etkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır.

Filser ve Eggers (2014), Ren vadisindeki 304 (Liechtenstein'da 71, İsviçre'de 116 ve Avusturya'da 117) KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçiliğin firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Kreiser vd. (2013), Avustralya, Kosta Rika, Finlandiya, Yunanistan, Endonezya, Meksika, Hollanda, Norveç ve İsveç ülkelerinde faaliyet gösteren 1.668 KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile firma performansı arasında çoğunlukla U şeklinde pozitif bir ilişki olduğu ortaya koymuşlardır. Koe (2013), Malezya'daki 153 kamu iştiraki için girişimcilik boyutlarından yenilikçilik boyutunun firma performansını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Kraus vd. (2012), Hollandalı 164 KOBİ için mevcut küresel ekonomik kriz sırasında girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik boyutunun firma performansı ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Kraus (2011), Avusturya'daki 310 servis firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile firma performans arasında açık ve belirgin bir pozitif ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Rauch vd. (2009), 51 firma için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçiliğin firma performansı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Kroeger (2007), Amerika Birleşik Devletleri'nin Kuzeydoğu Ohio eyaletinde faaliyet gösteren 160 küçük işletme için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile firma performansı arasında pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Zahra ve Garvis (2000), 98 ABD firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile finansal performans (firmanın genel karlılığı ve büyümesinin yanı sıra yabancı karlılık ve büyüme) arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatürde yapılan ampirik çalışmalarda, genel olarak girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile finansal performans arasında bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin yönünün anlamlı ve pozitif olduğu görülmektedir. Bu çerçevede teorik kuramın

temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde anlamlı ve pozitif ilişki olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H2a: Yenilikçilik boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.4.2. Proaktiflik Boyutu ile Finansal Performans Arasındaki İlişki

Proaktivite, fırsat arayan bir davranış biçimidir. Rakiplerin önünde yeni ürün veya hizmetlerin tanıtılması ve geleceğe yönelik talep yaratma, değişim yaratma ve çevreyi şekillendirme beklentisine uygun hareket etme gibi ileriye dönük bir bakış açısıdır (Lumpkin vd., 2009; Monsen ve Boss, 2009; Roux ve Bengesi, 2014). Proaktiflik, hem ürün ve teknolojiler açısından hem de piyasalar ve tüketici talebi açısından gelecekteki fırsatları öngörmek için girişimcilik eylemlerinin karakteristiğini tanımlar (Schillo, 2011: 21).

Venkatraman (1989) firmaların pazarda yeni fırsatlar aramak, gelecekteki talepleri ve fırsatları önceden tahmin etmek, gelişmekte olan pazarlara katılmak, çevreyi şekillendirmek ve rakiplerinden önce yeni ürün ve markaları tanıtmak suretiyle proaktif olabileceklerini ifade etmektedir (Venkatraman, 1989; Zehir vd., 2015: 360). Hughes ve Morgan (2007) proaktif şirketler pazar değişikliklerine anında yanıt verdikleri için rakiplerinden daha iyi performans gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Firmalar rekabet avantajlarını sürdürmek için proaktif hareket etmek durumundadırlar (Akman ve Yılmaz, 2008: 90). Proaktif stratejik duruşlar firmaları daha yenilikçi kılar, onları daha esnek yapılara yönlendirerek daha yenilikçi olmasını ve dolayısıyla daha da ilerlemesini sağlar. Proaktif firmalar pazar avantajı elde etmek ve bu durumu sürdürmek için yenilikleri kullanırlar (Ozsomer vd., 1997: 411).

Proaktif firmaların amacı, kısa vadede ilk kullanıcı avantajını sağlamak ve uzun vadede pazar ortamının yönünü şekillendirmektir (Hughes ve Morgan, 2007: 653). Her ne kadar proaktiflik yeni ürün veya hizmetlerin ilkinin sunan firmaların bir özelliği olsa da, bazı araştırmacılar, pazara yeni girecek ikinci firmanın, ilk katılımcının öncüsü ve proaktiflik yoluyla başarıya ulaşma olasılığı kadar öncü olabileceğini ifade etmişlerdir (Miles vd., 1978: 553; Shan vd., 2016: 685). Bu yaklaşım müşterilerin kesin taleplerini karşılamak ve rekabet avantajı elde etmek için gereklidir. Proaktif davranış sergileyen firmalar, müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda ürünler ve hizmetler sunan, firmanın

itibarını oluşturan, müşteri çekerek müşterilerin ürünlere ve hizmetlere olan bağlılığını artıran özellikler taşıyan firmalardır (Roux ve Bengesi, 2014: 608).

Literatürde girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda; Özer vd. (2017), Türkiye’de faaliyet gösteren 216 dört ve beş yıldızlı oteller için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve rekabetçi saldırganlık ile firmaların finansal ve finansal olmayan performansları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçları, proaktiflik ile finansal ve finansal olmayan performans arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Muzaffar (2011) Ankara’da ODTÜ ve HÜ’nin teknokentlerinde faaliyet gösteren 10 küçük ileri teknoloji firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutunun firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Özer (2011), Türkiye’de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı 216 otel işletmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile finansal performans arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Başka bir ifadeyle proaktifliğin firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Alpkan vd. (2005), Ankara OSTİM sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 300 ihracatçı imalat KOBİ’sinden 38 KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma ile firmaların niteliksel ve niceliksel performansları arasındaki ilişkisini incelemişlerdir. Çalışma sonuçları, proaktifliğin hem niteliksel hem de niceliksel performansı artırdığını ortaya koymuşlardır. Ağca ve Kandemir (2008), Afyonkarahisar ilinde imalat sektöründe faaliyet gösteren 206 aile işletmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik ile finansal performans (büyüme, karlılık ve verimlilik) arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışma sonuçları, proaktiflik ile finansal performans arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Rezaei ve Ortt (2018), Hollanda’da 279 yüksek teknolojlili KOBİ için proaktiflik boyutunun firma performansı ile anlamlı ve pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Fadda (2018), 2012 yılında Sardunya konaklama tesislerinde faaliyet gösteren 224 turizm firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktifliğin firma performansı ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Kee ve Rahman (2017), Malezya’daki 285 KOBİ için proaktiflik boyutu ile firma performansı arasında

anlamli bir iliŒki olduğunu ortaya koymuŒlardır. Gupta vd. (2016), 2004-2008 yılları arasında ABD’de faaliyet gösteren 25 perakende firması için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik, proaktiflik ve risk almanın firma değerine olan etkisini incelemiŒlerdir. alıŒma sonucu, proaktifliğin firma değerini artırdığını ortaya koymuŒtur. Aminu (2016), Nijerya’da Kano Eyaletinde faaliyet gösteren kekli 125 firma için giriŒimcilik yönelimi boyutları ile finansal performans arasındaki iliŒkide proaktiflik boyutunun finansal performansı olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuŒtur. Farja vd. (2016), İsrail’de faaliyet gösteren 626 KOBİ için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutunun firma performansını güçlü bir Œekilde etkilediğini ortaya koymuŒlardır. Mason vd. (2015) İtalya’nın kuzeydoğusunda bulunan Udine ve Avusturya’nın güneyinde bulunan Krtner bölgesinde faaliyet gösteren 300 KOBİ için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutu ile firma performansı arasında pozitif bir iliŒki olduğunu ortaya koymuŒlardır.

Koe (2013), Malezya’daki 153 kamu iŒtiraki için giriŒimcilik boyutlarından, proaktiflik boyutunun firma performansını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuŒtur. Kreiser vd. (2013), Avustralya, Kosta Rika, Finlandiya, Yunanistan, Endonezya, Meksika, Hollanda, Norveç ve İsveç lkelerinde faaliyet gösteren 1.668 KOBİ için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile firma performans arasında çoğunlukla U Œeklinde pozitif bir iliŒki olduğunu ortaya koymuŒlardır. Kraus vd. (2012), Hollandalı 164 KOBİ için mevcut küresel ekonomik kriz sırasında giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutunun firma performansı ile anlamlı ve pozitif yönde bir iliŒki olduğunu ortaya koymuŒlardır. Kraus (2011), Avusturya’daki 310 servis firması için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile firma performans arasında açık ve belirgin bir pozitif iliŒki olduğunu ortaya koymuŒtur. Rauch vd. (2009), 51 firma için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktifliğin firma performansı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuŒlardır. Kroeger (2007), Amerika BirleŒik Devletleri’nin Kuzeydoğu Ohio eyaletinde faaliyet gösteren 160 kek iŒletme için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile firma performansı arasında pozitif iliŒkili olduğunu ortaya koymuŒtur. Lumpkin ve Dess (2001), Amerika BirleŒik Devletlerinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 94 firma için giriŒimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile finansal performans arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir iliŒki olduğunu ortaya koymuŒlardır. Zahra ve Garvis (2000), 98 ABD firması için

girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile finansal performans (firmanın genel karlılığı ve büyümesinin yanı sıra yabancı karlılık ve büyüme) arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Petrović vd. (2015), Sırbistan'da inşaat sektöründe faaliyet gösteren 180 firma için girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutunun firma performansı üzerinde belirli bir etkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Filser ve Eggers (2014), Ren vadisindeki 304 (Liechtenstein'da 71, İsviçre'de 116 ve Avusturya'da 117) KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile firma performansı arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Morgan ve Strong (2003), İngiltere'de faaliyet gösteren 181 orta ve büyük yüksek teknoloji endüstriyel üretim firmaları için girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile firma performansı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır.

Literatürde yapılan ampirik çalışmalarda genel olarak, girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile finansal performans arasında bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin yönünün anlamlı ve pozitif olduğu görülmektedir. Bu çerçevede teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde anlamlı ve pozitif ilişki olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H2b: Proaktiflik boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.4.3. Risk Alma Boyutu ile Finansal Performans Arasındaki İlişki

Risk alma, firmaların muhtemel sonuçlara ilişkin yüksek düzeyde belirsizlik içeren projelerin, faaliyetlerin ve çözümlerin uygulanması için kaynak sağlama konusundaki istekliliğini göstermektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 144; Hughes ve Morgan, 2007: 653). Risk alma davranışı performansta kayıplar ve tutarsızlıklar yaratabildiği için girişimcileri diğerlerinden ayıran çok önemli bir faktördür (Morris ve Kuratko, 2002; Zehir vd., 2015: 360). Girişimci duruşa sahip firmalar risk alma konusunda istekli olan firmalardır. Bu tür firmalar çok yüksek getiri şansı ile yüksek riskli projeleri üstlenmeye isteklidirler ve fırsatların peşinden koşma konusunda cesur ve agresiftirler (Covin ve Slevan, 1991: 7-8). Risk alma toleransı firmayı eyleme doğru yönlendirir ve belirsizliği kucaklamaya teşvik eder (Hughes ve Morgan, 2007: 653).

Sonuç olarak, girişimcilik yönelimi proaktif olmayı ve makul seviyelerde risk almayı gerekli kılar. Risk almaktan kaçınan firmalar değişen pazar koşullarına bağlı olarak uzun vadede rekabet üstünlüklerini kaybetmelerine ve dahası pazardan çekilmelerine neden olabilir. Risk alma eğilimi her zaman bu tür bir davranışla sonuçlanmayabilir. Bu nedenle çalışanlara gerekli güveni vererek, onları cesaretlendirerek risk almaları konusunda teşvik edecek ve girişimcilik ruhunu canlandıracak bir liderlik tarzına gereksinim duyulur (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 55).

Literatürde girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma eğilimi ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda; Özer (2011), Türkiye’de faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı 216 otel işletmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutu ile finansal performans arasında herhangi bir anlamlı ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Alpkın vd. (2005), Ankara OSTİM sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 300 ihracatçı imalat KOBİ’sinden 38 KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk almanın firmaların niteliksel ve niceliksel performansları üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığını ortaya koymuşlardır. Ağca ve Kandemir (2008), Afyonkarahisar ilinde imalat sektöründe faaliyet gösteren 206 aile işletmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma ile finansal performans (büyüme, karlılık ve verimlilik) arasında herhangi bir ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır.

Fadda (2018), 2012 yılında Sardunya konaklama tesislerinde faaliyet gösteren 224 turizm firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk almanın firma performansı ile herhangi bir ilişkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Gupta vd. (2016), 2004-2008 yılları arasında ABD’de faaliyet gösteren 25 perakende firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk almanın kısa dönemde firma değerini artırmada anlamlı bir ilişkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Petrović vd. (2015), Sırbistan’da inşaat sektöründe faaliyet gösteren 180 firma için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutunun firma performansı üzerinde belirli bir etkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Kraus vd. (2012), Hollandalı 164 KOBİ için mevcut küresel ekonomik kriz sırasında girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutunun firma performansı ile anlamlı bir ilişkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır. Morgan ve Strong (2003), İngiltere’de faaliyet gösteren 181 orta ve büyük yüksek teknoloji endüstriyel üretim firmaları için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma

boyutunun firma performansı ile aralarında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır.

Rezaei ve Ortt (2018), Hollanda'da 279 yüksek teknolojlili KOBİ için risk alma boyutunun firma performansı ile anlamlı ve pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Aminu (2016), Nijerya'da Kano Eyaletinde faaliyet gösteren küçük ölçekli 125 firma için girişimcilik yönelimi boyutları ile finansal performans arasındaki ilişkide risk alma boyutunun finansal performansı olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Filser ve Eggers (2014), Ren vadisindeki 304 (Liechtenstein'da 71, İsviçre'de 116 ve Avusturya'da 117) KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutunun firma performansını etkilediğini ortaya koymuşlardır. Muzaffar (2011) Ankara'da ODTÜ ve HÜ'nin teknokentlerinde faaliyet gösteren 10 küçük ileri teknoloji firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutunun firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Rauch vd. (2009), 51 firma için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk almanın firma performansı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Mason vd. (2015) İtalya'nın kuzeydoğusunda bulunan Udine ve Avusturya'nın güneyinde bulunan Kärtner bölgesinde faaliyet gösteren 300 KOBİ için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutu ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Koe (2013), Malezya'daki 153 kamu iştiraki için girişimcilik boyutlarından risk alma boyutunun firma performansını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Kroeger (2007), Amerika Birleşik Devletleri'nin Kuzeydoğu Ohio eyaletinde faaliyet gösteren 160 küçük işletme için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma ile firma performansı arasında pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Zahra ve Garvis (2000), 98 ABD firması için girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma ile finansal performans (firmanın genel karlılığı ve büyümesinin yanı sıra yabancı karlılık ve büyüme) arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatürde yapılan ampirik çalışmalarda, girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma ile finansal performans arasında herhangi bir ilişki olduğunu ortaya koyan çalışmalar olduğu gibi ilişki olmadığını ortaya koyan çalışmalarda mevcuttur. Bu çerçevede teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde

anlamli ve pozitif ilişki olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

2c: Risk alma boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamli ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.5. İnovasyon Kapasitesi ile Finansal Performans Arasındaki İlişki

Literatürde firma performansını belirleyen çok sayıda kriter vardır. Venkatraman ve Ramanujam (1986)'ya göre performans, finansal ve finansal olmayan (operasyonel) göstergelerle ölçülebilmektedir. Finansal kriterler, karlılık ve satış büyümesi gibi ekonomik faktörler (rneğin, yatırımın geri dönüşü, satışların geri dönüşü ve zkaynak getirisi gibi) ile ilişkilidir. Operasyonel kriterler ise; yeni ürün geliştirme, pazar payı, memnuniyet, kalite ve piyasa etkinliği gibi finansal olmayan başarı faktörleri ile ilgilidir (Zehir vd., 2015: 361). Çalışmada kullanılan firma performansı finansal göstergelerin yer aldığı ekonomik faktörler ile ilgili kriterleri kapsamaktadır.

Literatür incelendiğinde finansal performans ölçümünde yaygın olarak kullanılan değişkenlerin; aktiflerin karlılığı (ROA) , z sermaye karlılığı (ROE), ciro karlılığı, Pazar payı büyüklüğü, gelirlerin artışı, yatırım ve ekonomik karlılık (Resmi vd.; 2018; Lakhwani vd.; 2017; Kamatra ve Kartikaningdyah; 2015; nc vd.; 2015), olduğu görülmektedir. Finansal performans, işletmelerin performanslarını değerlendirmelerinde en yaygın kullanılmış oldukları bir performans ölçüm türüdür. Finansal performansın bir takım eksik yanları olsa da, zsermaye karlılığı, satış karlılığı ve ekonomik karlılık gibi nicel kriterler ile ölçüldüğünden dolayı günümüzde halen daha en güvenilir ve en çok tercih edilir ölçüm yöntemidir (Ersarı; 2018: 93). Bu çalışmada da işletmenin finansal performansı, “yatırımın karlılığı (kar/ toplam aktifler), ekonomik karlılık (faiz ve vergi öncesi kar/ toplam aktifler), satış karlılığı (kar/ net satışlar) ve zsermaye karlılığı (kar/ zsermaye) şeklinde oluşan dört soruluk bir algısal bakış açısı ile llmştir.

Literatür büyük ölçüde inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişkiyi yoğun bir şekilde araştırmıştır. Literatüründe yaygın olan varsayım, inovasyon kapasitesinin finansal performans üzerinde daha fazla etkili olduğu yönündedir (Alam vd. 2013: 60). Biegas (2018), Brezilya'da konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren 150 KOBİ için inovasyon kapasitesi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir.

Çalışma sonucu, pazarlama inovasyon kapasitesinin piyasa performansını olumlu yönde etkileyerek bunun da finansal performansı olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Rajapathirana ve Hui (2018), Sri Lanka'da sigorta endüstrisinde faaliyet gösteren firmaların 2013-2016 dönemi için inovasyon kapasitesi, inovasyon türü ve firma performansı arasındaki ilişkiyi Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile incelemiştir. Firma performansını ölçmek için finansal performans ve pazar performansını kullanmışlardır. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesi ile firma performansı arasında güçlü ve önemli bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Naala vd. (2017), Kuzeybatı Nijerya'daki 280 KOBİ için inovasyon kapasitesi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLSSEM) tekniği ile analiz etmişlerdir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesinin firma performansı ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki içerdiğini ortaya koymuştur.

Omar vd. (2016), Malezya'daki 188 Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) için inovasyon kapasitesinin firma performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesinin firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Gürçaylılar Yenidoğan ve Aksoy (2016), Antalya organize sanayi bölgesinde faaliyet gösteren 125 firma için teknolojik ve teknolojik olmayan inovasyon kapasitesinin firma performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucu, teknolojik yeniliğin firma performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, teknolojik olmayan yeniliklerle firma performansı arasında ise doğrudan bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Diğer bir ifadeyle firma performansı ile inovasyonun girdi / çıktı göstergeleri arasında doğrusal olmayan bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Yuan vd. (2016), 2012 yılında Çin'de 385 ve Kore'de 280 firma için inovasyon kapasitesi ve pazarlama kapasitesinin iki asya ülkesinde firma performansı üzerindeki etkisini yapısal eşitlik modeli (YEM) ile incelemiştir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesi ve pazarlama kapasitesinin her ikisinde firma performansını olumlu yönde etkilediğini, özellikle inovasyon kapasitesinin Çin pazarlarında daha önemli olduğunu ortaya koymuştur. Kafetzopoulos ve Psomas (2015), 233 Yunan imalat firması için inovasyon kapasitesi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesinin imalat firmalarının finansal performansı üzerinde doğrudan bir etkisi olmamasına rağmen, operasyonel performansın moderatörü

aracılığıyla dolaylı bir etkisi olduğunu, dolayısıyla inovasyon kapasitesinin bir üretici firmanın performansını iyileştirmek için bir fırsat olduğunu ortaya koymuştur.

Aini vd. (2013), Endonezya'daki 228 KOBİ için inovasyon kapasitesi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz etmişlerdir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesinin firma performansı üzerinde önemli derecede olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Dadfar vd. (2013), İran'daki sekiz aktif ilaç bileşeni firması için inovasyon kapasitesi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesi ve firma performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Alam vd. (2013), mevcut literatürü gözden geçirerek, inovasyon kapasitesinin işletme performansı, pazarlama performansı ve finansal performans üzerindeki etkisini ortaya koymaya çalışmışlardır. Çalışma sonucu, firma inovasyon kapasitesinin işletme performansı, pazarlama performansı ve sonuç olarak finansal performans üzerinde daha fazla etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Chadee ve Roxas (2013), Rusya'da faaliyet gösteren 787 büyük ölçekli firma için 2009 yılında Dünya Bankasından elde edilen anket verilerinden yararlanarak düzenleyici kalite durumunun, hukuk devletinin ve yolsuzluk durumunun firmaların inovasyon kapasitesini ve performansını ne ölçüde etkilediği yapısal eşitlik modeli (YEM) ile incelemişlerdir. Çalışma sonucu, düzenleyici kalitenin, hukukun üstünlüğünün ve yolsuzluğun hem firmaların inovasyon kapasitesini hem de performansı üzerinde doğrudan ve olumsuz etkileri olduğunu ve inovasyon kapasitesini kurumların firma performansı üzerindeki etkilerini kuvvetle etkilediğini ortaya koymuştur. Talaja (2013), Hırvatistan'da faaliyet gösteren 100 den fazla çalışanı olan 264 orta ve büyük ölçekli işletme için inovasyon kapasitesinin firma performansı üzerindeki etkisini Mann Whitney U testi ile incelemiştir. Çalışma sonucu, daha gelişmiş inovasyon kapasitesine sahip olan firmaların daha yüksek performansa sahip olduğunu, büyük ve orta ölçekli firmalar arasında inovasyon kapasitesinde bir fark olmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca yabancı mülkiyetteki firmaların yeni ürünlerin ve yeni üretim yöntemlerinin geliştirilmesi de daha iyi olduğunu ve daha yüksek satış büyümesi, pazar payı ve pazar payında artışa sahip olduğunu göstermiştir.

Marques ve Ferreira (2009), Portekiz'de faaliyet gösteren 59 küçük, orta ve büyük ölçekli imalat firmaları için inovasyon kapasitesinin firma performansı

üzerindeki etkisini çoklu doğrusal regresyon yöntemi ile incelemiştir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesinin firma performansı üzerinde olumlu ve önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Guan ve Ma (2003), 213 Çinli sanayi firması için 1996-1998 yılları arasındaki verilerden yararlanarak inovasyon kapasitesi ile firma ihracat performansı arasındaki ilişkiyi regresyon analizi yöntemi ile incelemiştir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesi ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Literatürde yapılan ampirik çalışmalarda genel olarak, inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu çerçevede teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde anlamlı ve pozitif ilişki olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H4: İnovasyon kapasitesi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.6. Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin (Çevresel Rekabet Gücü ve Çevresel Dinamizm) Moderatör Etkisi

Günümüz firmalarının faaliyet gösterdiği çevre ile ilgili genel ve ortak görüş; çevrenin küresel, dinamik, karmaşık, belirsiz, hızlı ve beklenmedik değişikliklerle dolu olduğu yönündedir. Bunların nedeni olarak Hitt vd. (1998) stratejik faaliyetleri göstermektedir. Çünkü yeni teknolojik faaliyetlerin geliştirilmesi ve kullanılması teknoloji devrimine, global piyasaların kullanılması küreselleşmeye, inovasyonun hızlı ve düzenli bir şekilde geliştirilmesi ve sunulması ise çevresel dinamizme neden olmaktadır (İğci, 2008: 86). Çevresel dinamizm, çevresel değişim ve istikrarsızlık derecesi olarak tanımlanmaktadır (Dess ve Beard, 1984). Başka bir ifadeyle firmaların dış çevresinde yaşanan değişikliklerin oranı ve tahmin edilemezliğidir (Zhang, 2006: 89). Çevrenin değişkenliği, işletmelerin büyüme ve hayatta kalabilmeleri için fırsatlar ve tehditler ortaya çıkarabilir. Ayrıca, çevresel dinamizm bir kuruluşun belirsizliğe yanıt vermek için oluşturması gereken sistem ve prosedürlerini de etkiler (Allred ve Swan, 2005: 234).

Rekabet gücü; işletmelerin, endüstrilerin ve ülkelerin toplam verimliliğini artırma bilme gücüne sahip olmaları şeklinde ifade edilmektedir. Rekabet gücünün artırılabilmesi insan kaynaklarının, işletme sermayesinin, doğal kaynakların geliştirilmesi ve teknolojik değişikliklere hızlı bir şekilde adapte olunmasına bağlıdır (Çivi, 2001: 23). İşletmelerin rekabet gücüne sahip olup bunları sürdürebilmeleri inovasyon yapabilme kabiliyetlerine bağlıdır. Artan endüstriyel belirsizlik ve oynaklık, firmaların çevreleri üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmalarını ve potansiyel eskimeyi ve pazar bozulmalarını dengelemek için daha yenilikçi olmalarını gerektirir. Ayrıca belirsizlik zamanlarında stratejik risk alan firmalar, inovasyon yatırımlarından faydalanmak için daha iyi duruma gelebilirler (Allred ve Swan, 2005: 234). Özellikle inovasyon amacıyla AR-GE harcamaları için yüksek düzeylerde fon tahsis eden işletmeler çevresel rekabet gücüne sahip olabilmekte ve bu güçlerini sürdürebilmektedirler.

Stratejik yönetim alanında önemli bir konu, bir firmanın iç kaynaklarını ve yeteneklerini dış çevre ile nasıl eşleştireceği konusudur. Bu süreçte, çevresel dinamizm en önemli koşullu değişkendir. Sanayiler arasında çevresel özelliklerin firmalar üzerindeki etkileri bakımından önemli farklılıklar vardır. Bu nedenle, çevresel dinamizm arttıkça üst yönetim ekibi, paydaşlar ve ilgili tüm taraflar için çevrenin hem şimdi hem de gelecekteki durumunu doğru bir şekilde değerlendirmek zor olacaktır. (Jiao vd., 2011: 134-135). Firmalar heterojen kaynak portföyleri ve iç yeteneklere sahiptirler. Bu üstün özel kaynaklar ve iç yetenekler, dış ortamla eşleşmesi halinde rekabet avantajlarının temelini oluşturur.

Kuratko ve Hodgetts (2004), dış çevresel faktörlerin girişimcilik kararlarını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebileceğini ve dolayısıyla firma performansını da etkileyebileceğini belirtmişlerdir (Jabeen vd., 2016: 18). Wood vd. (2000), firmaların faaliyet gösterdiği dış çevrenin; belirsiz, karmaşık ve sürekli değiştiğini ve rekabetin dış çevrenin en önemli özelliklerinden biri olduğunu vurgulamışlardır (Wood vd., 2000: 2016). Slater ve Narver (1994), rekabetin varlığını ve yoğunluğunu benimseyen firmaların rekabet edebilecek bilgileri tanıma, değerlendirme ve daha yüksek performans üretme eğiliminde olduklarını ortaya koymuşlardır (Slater ve Narve, 1994). Benzer şekilde Wood ve Bhuian (1993), bir firmanın rakiplerinden gelebilecek tehlikeleri tanıma yeteneği, firmanın ihtiyaçlarını karşılamak ve performansını artırmak

için müşteri odaklı stratejiler geliştirmeye itmektedir (Wood ve Bhuian, 1993). Dolayısıyla rekabet firma tarafından bir tehdit olarak algılandığında, piyasa yönelimini benimseme eğilimi yükselecektir (Jabeen vd., 2016: 18).

Moderatör değişkenin Türkçe kaynaklarda düzenleyici değişken olarak geçtiği görülmektedir. Moderatör (düzenleyici) değişken genel olarak, bağımsız veya öngörücü (tahminci) değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve / veya gücünü etkileyen niteliksel (örneğin cinsiyet, ırk, sınıf) veya niceliksel (örneğin, ödül düzeyi) değişkendir. Spesifik olarak bir korelasyon analizi çerçevesinde moderatör diğer iki değişken arasındaki sıfır dereceli korelasyonu etkileyen üçüncü bir değişkendir (Baron ve Kenny, 1986: 1174). Moderatör değişkenin bağımsız değişkenden etkilenme şartı yoktur. Moderatör değişkenin bağımlı değişken ve bağımsız değişken üzerinde doğrudan herhangi bir etkisi yoktur. Sadece iki değişken arasındaki ilişkiye etkisi vardır (Gödeş, 2017).

Çalışmada çevresel faktörler, Jayaram, Oke ve Prajogo'nun (2014) çalışmalarına dayanarak iki boyutta sınıflandırılmıştır. Bunlar, çevresel dinamizm (beş madde) ve çevresel rekabet gücü (dört madde) ile ölçülmüştür.

Literatür büyük ölçüde girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisini yoğun bir şekilde araştırmıştır. Girişimcilik yönelimi, girişimcilik yönelimi boyutları ile finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisi üzerine yapılan çalışmalarda, Kroeger (2007), Amerika Birleşik Devletleri'nin Kuzeydoğu Ohio eyaletinde faaliyet gösteren 160 küçük işletme için çevresel belirsizliğin girişimcilik yönelimi ve firma performansı arasındaki ilişki üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Wiklund ve Shepherd (2005), 413 küçük ölçekli İsveç şirketi için girişimcilik yönelimi boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkinin çevresel dinamizm tarafından yönetildiğini ortaya koymuşlardır. Lumpkin ve Dess (2001), Amerika Birleşik Devletlerinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 94 firma için çevresel dinamizmin yaşandığı ortamlarda proaktiflik boyutu ile finansal performans arasındaki pozitif ilişkinin daha etkin olduğunu belirtmişlerdir. Zahra ve Covin (1995), 103 ABD firması için çevresel dinamizmin girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasındaki ilişkide etkili bir uygulama olduğunu belirtmişlerdir. Zahra (1991), 1986 ile 1989 yılları arasındaki döneme ait Fortune 500 endüstriyel firmaları için çevresel dinamizm (çevresel

bileşenlerin çokluğu ve karmaşıklığı) girişimcilik yönelimini (Kurumsal Girişimcilik) yoğunlaştırdığını ortaya koymuştur.

Tajeddini ve Mueller (2018), farklı sektörden 192 İsviçre firması için girişimcilik yöneliminin firma finansal performansı üzerindeki doğrudan etkisini ve dinamik bir çevrenin girişimci oryantasyon ile finansal performans arasındaki ilişkide moderatör etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucu, oldukça dinamik bir ortamda rekabet eden firmalar için girişimcilik yöneliminin finansal performans üzerindeki olumlu etkisinin arttığını ortaya koymuştur. Ali (2017), Mogadişu'daki Somalili kadınların sahip olduğu 315 Küçük ve Mikro işletmeler için girişimcilik yönelimi boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkide çevresel dinamizmin moderatör etkisini incelemiştir. Çalışma sonucu, çevresel dinamizmin moderatör etkisinin girişimcilik yönelimi ile firma performansı arasındaki ilişkiyi etkilediğini ortaya koymuştur. Milovanovic ve Wittine (2014), 2011 yılında İtalya'da faaliyet gösteren 85 küçük ölçekli işletme için girişimcilik yönelimi boyutları (yenilikçilik, proaktivite, risk alma, özerklik ve rekabetçi saldırganlık) ile firma performansı arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisini çoklu doğrusal regresyon analizi ve hiyerarşik doğrusal regresyon analizi yöntemleri ile incelemişlerdir. Çalışma sonucu, girişimcilik yönelimi ile firmaların finansal ve finansal olmayan performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu, çevresel faktörler (çevresel dinamizm ve rekabet gücü) ile girişimcilik yönelimi arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Ancak girişimcilik yönelimi ile firma performansı arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin (çevresel dinamizm ve rekabet gücü) herhangi bir moderatör etkisi olmadığını ortaya koymuştur.

Ting vd. (2012), Tayvan'daki en gelişmiş yüksek teknoloji endüstrisi bölgelerinden biri olan Hsinchu Science Park'taki (HSP) yüksek teknoloji endüstrisi sektöründe faaliyet gösteren 426 firma için inovasyon stratejisi ile firma performansı arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisini varyans analizi yönetimi ile incelemişlerdir. Çalışma sonucu, çevresel kaygıların inovasyon stratejisi ile firma performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Hameed ve Ali (2011), Pakistan'daki İslamabad ve Lahor kentlerinden 140 küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ve risk alma ile finansal performans arasındaki ilişkide girişimcilik yönetimi ve çevresel dinamizmin moderatör etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucu, bireysel yenilikçilik, risk alma ve

girişimcilik yönetimi ile finansal performans arasında doğrudan pozitif bir ilişkisi olduğunu, ancak yenilikçilik ve risk alma ile finansal performans arasındaki ilişkide çevresel dinamizm ve girişimcilik yönetimin moderatör etkisinin olmadığını ortaya koymuştur.

Casillas vd. (2010), 317 İspanyol aile firması için girişimcilik yönelimi boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkilerini incelemişlerdir. Çalışma sonuçları, çevresel dinamizmin girişimcilik yönelimi ile firma performansı arasındaki ilişkiyi pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Akgül vd. (2008), Türkiye’de faaliyet gösteren 112 firma için firmanın duygusal kabiliyeti ile firma performansı arasındaki ilişkide çevresel dinamizmin moderatör etkisini çoklu hiyerarşik regresyon analizi yöntemi ile incelemişlerdir. Çalışma sonucu, duygusal yetenek ile firma performansı arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu ve bu ilişkininde çevresel dinamizmden etkilendiğini ortaya koymuştur. Allred ve Swan (2005), 30 ülkede 10 imalat sektöründe faaliyet gösteren 730 işletme için sanayi yapısı ve ulusal bağlamın firma performansı üzerindeki etkisinde inovasyon yatırımlarının aracı rolünü incelemişlerdir. Çalışma sonucu, dış çevresel faktörlerin (dinamizmin) moderatör etkisinin piyasa yöneliminin firma performansı üzerindeki etkisini yönlendirdiğini ortaya koymuştur.

Ogaga ve Joseph (2017), Nairobi Menkul Kıymetler Borsasında faaliyet gösteren tüm şirketler için, kurumsal strateji ve firma performansı arasındaki ilişkide sektörel rekabetin moderatör etkisini regresyon analizi ile incelemişlerdir. Çalışma sonucu, sektörel rekabetin, kurumsal strateji ve firma performansı arasındaki ilişki üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Ng’ang vd. (2016), Kenya’da faaliyet gösteren 210 otel işletmesi için, müşteri odaklılığı ile firma performans arasındaki ilişkide rekabet gücünün moderatör etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucu, müşteri odaklılığı ve firma performansı arasındaki ilişkide rekabet gücünün etkili olduğunu ortaya koymuştur. Adnan vd. (2016), Malezya’da faaliyet gösteren 64 AR-GE şirketi için, insan kaynakları yönetimi uygulamaları ile örgütsel performans arasındaki ilişkide rekabet yoğunluğunun moderatör etkisini hiyerarşik regresyon analizi ile incelemişlerdir. Çalışma sonucu, rekabet yoğunluğunun bu tür ilişkiler üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Özkan ve Turunç (2015), Türk Savunma Sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için, örgüt kültürü ve yenilikçilik

arasındaki ilişkide rekabet gücünün moderatör etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucu, rekabet gücünün örgüt kültürü ve yenilikçilik arasındaki ilişkide etkili olduğu sonucunu ortaya koymuştur.

Literatürde inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisini araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürde var olan çalışmalar, inovasyon kapasitesi ile yenilik stratejileri ya da firma rekabet avantajı arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisini açıklamaya çalışmışlardır. Var olan bu çalışmalarda; Schilke (2014), Almanya’da kimya, makine ve motorlu taşıt endüstrisinde faaliyet gösteren 279 firma için inovasyon kapasitesinin (dinamik yetenek) firmaya rekabet avantajı sağlamasında çevresel dinamizmin moderatör etkisini yapısal eşitlik modeli ile incelemiştir. Çalışma sonucu, inovasyon kapasitesi (yönetimi kapasitesi ve yeni ürün geliştirme kapasitesi) ve rekabet avantajı arasındaki ilişki, orta düzeydeki çevresel dinamizm seviyelerinde daha güçlü, düşük veya yüksek çevresel dinamizm seviyelerinde daha zayıf olduğunu ortaya koymuştur. Jiao vd. (2011), Çin’in Yantz Nehri Deltasında bulunan 110 işletme için yenilik stratejileri ile dinamik yetenekler (inovasyon kapasitesi) arasındaki ilişkide çevresel dinamizmin moderatör etkisini hiyerarşik regresyon analizi ile incelemişlerdir. Çalışma sonucu, yenilik stratejisi ile inovasyon kapasitesi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu, yenilik stratejisi ile inovasyon kapasitesi arasında çevresel dinamizmin moderatör etkisinin önemli olmadığını ortaya koymuştur.

Bu çerçevede teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin etkili olduğu öngörülmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H5: Çevresel dinamizm girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkiler ve böylece dinamizm ne kadar yüksek olursa, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki de o kadar güçlü olur.

H6: Çevresel rekabet gücü girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkiler ve böylece rekabet gücü ne kadar yüksek olursa, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki de o kadar güçlü olur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı başta olmak üzere araştırmanın önemi, literatüre katkısı, özgün değeri, kısıtları, verilerin toplanma süreci, araştırmanın evreni ve örneklem seçimi, veri toplama yöntemi ve aracı ile analiz yöntemi konuları ele alınmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Artan teknolojik değişimler ile birlikte küresel rekabet ve değişen iş ortamları, inovasyon ve girişimcilik faaliyetlerini işletmelerde hayati öneme sahip hale getirmiştir. İşletmeler günümüz yoğun rekabet ortamlarında hayatlarını devam ettirebilmek için farklı yollar aramaktadırlar. Ürünlerin, hizmetlerin, süreçlerin, yöntemlerin değiştirilmesi, yenilenmesi, yeniden gözden geçirilerek tasarlanması gibi unsurlar firmalara önemli rekabet avantajı kazandırmaktadır. Bu tür faaliyetler inovasyon olarak adlandırılmaktadır. (Marangoz, 2016: 146-147).

İnovasyon, organizasyonların günümüzde karşılaştığı en önemli ve en karmaşık konulardan biridir. İnovasyon, organizasyonlar için başarının anahtarıdır (Tohidi ve Jabbari, 2012: 535). Girişimcilikte inovasyonun önemi bir işletmenin uzun ömürlülüğü için bir başka anahtar değerdir. İşletmeler inovasyonlarını organizasyonlarının bir parçası olarak tutarlar. Çünkü inovasyonlar işletme başarısına katkıda bulunurlar. Girişimcilikte yeniliğin önemini artıran bir diğer faktör de rekabettir (Shukla, 2017). Rekabet, inovasyonun ana itici gücüdür. PwC tarafından yapılan bir ankette, CEO'ların %80'ninin inovasyonun verimliliği artırdığına ve rekabet avantajına yol açtığına inandığını belirtmişlerdir. Gerçek şu ki şirketler ve tüm organizasyonlar yenilikçiliği teşvik etmek için rekabete ihtiyaç duyarlar. Tüketicileri bilgilendirmek ve işletmeleri stratejilerini ve ürün tekliflerini geliştirmeye zorlamak temel olarak gereklidir. Bu nedenle yalnızca piyasada ayakta kalmak için değil aynı zamanda hedeflere ulaşmak ve yatırım getirisi beklentilerini aşmak için rekabet gereklidir (<http://www.edisonawards.com/news/competition-drive-innovation>, 2019).

Girişimcilik yönelimi bir kuruluşun girişimciliğini karakterize eden bir strateji oluşturma sürecidir (Shan vd., 2016: 684). Girişimcilik yönelimi, işletmeleri rakiplerinden ayırabilecek ve rekabet avantajı yaratacak yeni fırsatları bulma ve / veya keşfetme olanağı sağlar (Wiklund ve Shepherd, 2005: 72). Girişimcilik yönelimi boyutlarını Miller (1983) ve Covin ve Slevin (1991) “yenilik, proaktiflik ve risk alma” olarak kullanırken, Lumpkin ve Dess (2001) girişimcilik yöneliminin çok boyutlu bir nitelik taşıdığını ileri sürerek bu boyutların, “özerklik, yenilikçilik, risk almak, proaktiflik ve rekabetçi saldırganlık olduğunu” ifade etmişlerdir. Ancak girişimcilik yöneliminin boyutları strateji ve girişimcilik literatüründe yaygın olarak “yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma” olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada da girişimcilik boyutları; “yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma” olarak kullanılmıştır.

Bu kapsamda araştırmanın amacı, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkileri üzerine bir araştırma yapmaktır. Bu noktadan hareketle çalışmanın asıl amacı, girişimcilik yönelimi boyutları; “yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma” ile inovasyon kapasitesi ve finansal performans kavramları arasındaki ilişki düzeylerini tespit etmek ve bu ilişkide çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünün moderatör etkisini ortaya koymaktır.

4.2. Araştırmanın Önemi

İnovasyon özellikle son yirmi yıl içerisinde önemi gittikçe daha da artan ve çok kullanılan bir kavram haline gelmiştir. Bu kavramı bu denli önemli kılan en önemli unsur, hiç şüphesiz işletme ve ekonomiler için katma değer ve fayda sağlayan faktörlerin başında gelmesidir (Aras vd., 2014: 33). İnovasyon, sürekli olarak değişen ve yenilenen ortamlarda sürdürülebilir rekabet avantajının en önemli kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Çünkü inovasyon, ürün ve süreçlerin iyileştirilmesine neden olur, örgütlerin hayatta kalarak faaliyetlerine devam etmelerine yardımcı olur, örgütlerin hızlı bir şekilde büyümelerine fırsat sağlar, örgütün daha etkin ve verimli olmasına katkı sağlar ve nihayetinde yenilikçi olmayan rakiplerine karşı daha karlı olmalarını sağlar (Atalay vd.; 2013: 226).

Küreselleşme, serbestleşme, artan küresel ve yerel rekabet, yeni teknolojiler ve e-ticaret gibi unsurlar nedeniyle firmalar arasındaki rekabet gün geçtikçe daha da karmaşık hale gelmekte ve zorlaşmaktadır (Akman ve Yılmaz, 2008: 69). İş dünyası

gittikçe daha da karmaşık ve rekabetçi hale gelen bu piyasa koşullarında büyüme sağlamak ve performansını sürdürmek için birçok firma inovasyonu uygun ve kalıcı rekabet avantajı kaynağı olarak görmektedir. Çoğu firma boyutlarına bakılmaksızın daha yenilikçi olma yollarını bulma arayışına aktif olarak katılmaktadır. İnovasyonun gerekliliği büyük oranda kabul görmüştür ve çoğu lider daha uzun bir sürede başarılı olmanın kurum içindeki yenilikçi süreçlere bağlı olduğunu bilmektedir (Kolaric ve Mitrovica, 2013: 102).

Son dönemlerde işletmeler artan yoğun rekabet ortamına uyum sağlayabilmek için öncelikli olarak içyapılarını gelişen ve değişen koşullara uyum sağlayacak şekilde esnek bir yapıya uygun olarak şekillendirmek için girişimsel faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Ayrıca işletmeler işletme içi ve dışı çevresinde meydana gelebilecek değişimleri değerlendirebilmek ve bu değişimleri kendi lehine kullanabilmek içinde girişimsel faaliyetlerde bulunmaktadırlar (Solmaz, 2016: 114) ve bu faaliyetlerde girişimcilik yönelimi olarak adlandırılmaktadır. Girişimcilik yönelimi, işletmeleri rakiplerinden ayırabilecek ve rekabet avantajı yaratacak yeni fırsatları bulma ve / veya keşfetme olanağı sağlamaktadır (Wiklund ve Shepherd, 2005: 72).

Literatür incelendiğinde, girişimcilik yönelimi ve firma performansı arasındaki ilişki ve bu ilişkide çevresel faktörlerin etkisi üzerine yapılan çok sayıda bilimsel çalışma mevcuttur. Aynı şekilde inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki üzerine özellikle batılı ülkelerinde ciddi bilimsel çalışmalar mevcuttur. Yine literatürde girişimcilik yönelimi ile inovasyonun farklı alanları ile ilgili çok sayıda çalışma mevcut iken girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesinin finansal performans üzerindeki etkisinde çevresel dinamizmin ve çevresel rekabet gücünü dikkate alan herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanılmamıştır. Çalışmanın literatürdeki bu boşluğu dolduracak olması önem arz etmektedir. Özellikle batılı ülkelerde inovasyon kapasitesi ile ilgili çalışmalar mevcut iken Türkiye’de bu konu ile ilgili çok az sayıda bilimsel çalışma mevcuttur.

Günümüz ekonomileri ve iş dünyası açısından inovasyonun bir zorunluluk olduğu şu dönemlerde, “*girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesinin finansal performans üzerindeki etkisi ve bu etkide çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünün rolünün*” ortaya konulması önem arz etmektedir. Ayrıca konu ile ilgili olarak literatürde mevcut olan çalışmaların tamamına yakını KOBİ’ler üzerine yapılmışken, bu

çalışma Türkiye'nin üretim merkezi olan İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli üretim işletmeleri üzerine yapılmış olması ayrıca önem arz etmektedir.

4.3. Araştırmanın Literatüre Katkısı

Literatür incelendiğinde gerek girişimcilik yönelimi ve boyutlarının gerekse inovasyonun çeşitli alanları ile finansal performans arasındaki ilişki üzerine yapılan çok sayıda ulusal ve uluslararası çalışmalar mevcuttur. Literatürde girişimcilik yönelimi ve/veya boyutlarının finansal performans üzerindeki etkisi ile ilgili yapılan çalışmalara, Covin ve Slevin (1989), Zahra ve Covin (1995), Lumpkin ve Dess'in (1996), Wiklund ve Shepherd (2005), Ayaydın ve Karaaslan (2016), Omar vd. (2016), Sidek vd. (2016), Choi ve Williams (2016), Jiang vd. (2018), Niemand vd. (2017), (Vu, 2017), Platin ve Ergun (2017), Mukarutesi (2018) örnek verilebilir. Aynı şekilde inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki üzerine özellikle batılı ülkelerde ciddi bilimsel çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalara, Marques ve Ferreira (2009), Chadee ve Roxas (2013), Aini vd. (2013), Kafetzopoulos ve Psomas (215), Yuan vd. (2016), Gürçaylılar Yenidoğan ve Aksoy (2016), Naala vd. (2017), Biegas (2018), Rajapathirana ve Hui (2018) örnek verilebilir.

Literatür incelendiğinde, girişimcilik yönelimi ve firma performansı arasındaki ilişki ve bu ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisi üzerine yapılan çok sayıda bilimsel çalışmada mevcuttur. Bu çalışmalara, Zahra (1991), Lumpkin ve Dess (2001), Wiklund ve Shepherd (2005), Kroeger (2007), Akgül vd. (2008), Casillas vd. (2010), Hameed ve Ali (2011), Ting vd. (2012), Ali (2017), Tajeddini ve Mueller (2018) örnek verilebilir. Ancak literatürde girişimcilik yönelimi ile inovasyonun farklı alanları ile ilgili çok sayıda çalışma mevcut iken girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünü dikkate alan herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanılmamıştır. Çalışmanın literatürdeki bu boşluğu dolduracak olması önem arz etmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülke Türkiye için bu boşluğun doldurulmasına yardımcı olması ve ilgili literatüre bu anlamda katkı sağlaması beklenmektedir.

4.4. Araştırmanın Özgün Değeri

Yapılan çalışmalarda inovasyonun çeşitli alanlarının finansal performans üzerine etkileri konusunda çalışmalar olmasına rağmen, girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesinin özellikle firmaların faaliyet gösterdiği iş ortamına ait özelliklerin (dış çevre faktörlerinin) finansal performansı üzerindeki etkisine yönelik çalışmaların yapılmamış olması.

İşletmelerin dış çevre faktörlerinin (dinamizm ve rekabet gücünün) farklı düzeylerde finansal performansı etkilemede girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesini nasıl veya ne kadar etkilediği yönündeki soruların göz ardı edilmesi nedeniyle girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesinin finansal performans arasındaki ilişkide dinamik ve rekabetçi çevrenin moderatör rolü üzerine literatürün ciddi boşluklar içerdiği görülmüştür.

Özellikle gelişmekte olan ülke Türkiye üzerine inovasyon konusunda yapılan çalışmalar olmasına rağmen, girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesi arasında dinamik çevrenin ve rekabet gücünün finansal performansı etkilemedeki moderatör rolü ile ilgili çalışmalara rastlanılmamış olması bu ilişkinin ampirik olarak incelenmesindeki bu eksiklikler önemli bir araştırma boşluğudur. Çalışma bu boşlukların doldurulmasını amaçlamaktadır.

Bu çerçevede araştırma teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde oluşturulan şu sorulara yanıt aramayı amaçlamaktadır.

- i. Girişimcilik yönelimi finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?
- ii. Girişimcilik yönelimi inovasyon kapasitesi üzerinde ne derece etkilidir?
- iii. İnovasyon kapasitesi finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?
- iv. Çevresel rekabet gücü girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi ne yönde etkilemektedir?
- v. Çevresel dinamizm girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi ne yönde etkilemektedir?

Çalışma bu boşluğun doldurulmasına yardımcı olması ve literatüre bu anlamda katkı sağlaması açısından özgün bir çalışma olacaktır.

4.5. Araştırmanın Kısıtları

Çalışma İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 50 ve üzeri çalışanı ile AR-GE merkezi olan işletmelerde; girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünün moderatör etkilerini değerlendirmeyi içermektedir. Bu değerlendirme için araştırmada veri toplama yöntemi olarak standart veri elde etme ve buna bağlı üstün veri analizi sunma özelliklerinden dolayı anket tekniği kullanılmıştır (Demir ve Okan, 2009: 65). Ancak araştırma kapsamındaki firma sahip, ortak ve/veya yöneticilerin yüz yüze görüşme taleplerini kabul etmemeleri ve anketleri cevaplama konusundaki isteksizlikleri çalışmanın en önemli kısıdını oluşturmaktadır. Yine finansal performans kriterleri ile ilgili firmalara ait oransal verilerin temin edilmesindeki zorluklarda çalışmanın diğer bir kısıdını oluşturmaktadır. Aynı şekilde anket sonuçlarının yöneticilerin görüşlerini ifade etmeside çalışmanın bir diğer kısıtıdır.

4.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Küreselleşme, serbestleşme, artan küresel ve yerel rekabet, yeni teknolojiler ve e-ticaret gibi nedenlerden dolayı firmalar arasındaki rekabet gün geçtikçe daha da zorlaşmaktadır (Akman ve Yılmaz, 2008: 69). İş dünyası gittikçe daha da karmaşık ve rekabetçi bir hal alan bu piyasa koşullarında büyüme sağlamak ve performansını sürdürmek için inovasyonu uygun ve kalıcı rekabet avantajı kaynağı olarak görmektedir. İnovasyonun gerekliliği büyük oranda kabul görmüş ve çoğu lider daha uzun bir sürede başarılı olmanın kurum içindeki yenilikçi süreçlere bağlı olduğunu bilmektedir (Kolaric ve Mitrovica, 2013: 102). AR-GE faaliyetleri inovasyon sürecinin ayrılmaz bir parçası ve ön koşuludur. Küreselleşme ile birlikte artan yoğun rekabet ortamında gerek ürün ve hizmetlerin üretiminde gerekse üretim süreçlerinin geliştirilerek iyileştirilmesinde AR-GE faaliyetlerinden yararlanılması yenilikçi organizasyon yapıları açısından rekabet avantajı haline gelmiştir (Aygen, 2006: 10).

Araştırmanın evrenini İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 50 ve üzeri çalışanı ile AR-GE merkezi olan işletmelerin kurucu, ortak veya yöneticileri oluşturmaktadır. Evrende örneklem seçiminde kasıtlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu bölge ve işletmelerin tercih edilmesinin nedenlerinden birincisi, literatürde var olan çalışmaların tamamına yakınının KOBİ'ler ile ilgili olması, orta ve büyük ölçekli

işletmeler ile ilgili çalışmaların eksik olması. Bu eksikliğin giderilmesi için çalışma kapsamına alınan orta ve büyük ölçekli işletmelerin özellikle bu bölgelerde bulunması. İkincisi ise çalışmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz edebilmek için değişkenlerinden biri olan inovasyon kapasitesinin ölçülebilmesi adına AR-GE faaliyetleri uygulayan işletmelerin olması. Çünkü AR-GE faaliyetleri inovasyon sürecinin ayrılmaz bir parçası ve ön koşuldur. Araştırma kapsamındaki firmalara ait bilgiler Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Araştırma Kapsamındaki Firmalara Ait Bilgiler

İl	Ar-Ge Teşvikleri Genel Müdürlüğüne Kayıtlı Toplam AR-GE Merkezi Sayısı	50 ve Üzeri Çalışanı Olan İşletme Sayısı	Ar-Ge Teşvikleri Genel Müdürlüğüne Kayıtlı 50 ve Üzeri Çalışanı ile AR-GE Merkezi Olan İşletme Sayısı
İstanbul	352	3631	179
Kocaeli	106	551	31
Toplam	458	4182	210

Kaynak: Kocaeli Sanayi Odası, 2018; İstanbul Sanayi Odası, 2018.

Tablo 5’de sunulduğu gibi çalışmanın evrenini İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren “50 ve üzeri çalışanı ve AR-GE merkezi olan” işletmeler (Bu işletmeler Ek.2’de sunulmuştur) oluşturmaktadır. İstanbul Sanayi Odasına kayıtlı 50 ve üzeri çalışanı olan işletme sayısı 3631 olup bu veriler İstanbul Sanayi Odasından temin edilmiştir. Kocaeli Sanayi Odasına kayıtlı 50 ve üzeri çalışanı olan işletme sayısı ise 551 olup bu veriler de Kocaeli Sanayi Odasından temin edilmiştir. İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren firmalardan AR-GE merkezi olanlar Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı AR-GE Teşvikleri Genel Müdürlüğü’nün Resmi Web sitesinden temin edilmiştir. İstanbul bölgesinde faaliyet gösteren firmalardan AR-GE merkezi olanlarının sayısı 30 Eylül 2018 tarihi itibarıyla 352, Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren firmaların AR-GE merkezi sayı ise 106’dır. 50 ve üzeri çalışanı olan işletmelerde ise AR-GE merkezleri İstanbul bölgesi için 179, Kocaeli bölgesi için de 31’dir.

4.7. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak standart veri elde etme ve buna bağlı üstün veri analizi sunma özelliklerinden dolayı anket tekniği kullanılmıştır. Anket altı farklı ölçeğinin birleştirilmesi ve bunların Türkçeye uyarlanmasından oluşmuştur. Anket formu toplam yedi bölüm şeklinde tasarlanmış ve 59 sorudan oluşmuştur.

Anket formunun ilk bölümü katılımcıların demografik özellikleri ile şirket bilgilerinden oluşmaktadır. İkinci bölüm inovasyon kapasitesi ile ilgili ölçek olup, literatürde en sık kullanılan Oura vd. (2016) tarafından geliştirilen ölçek baz alınarak geliştirilmiştir. Ölçekte yer alan sorular akademisyen görüşleri dikkate alınarak Türkçeye uyarlanmıştır. Bu bağlamda; inovasyon kapasitesi, “AR-GE Kapasitesi (4 Soru)”, “Pazarlama Kapasitesi (5 Soru)”, “Üretim Kapasitesi (4 Soru)”, “Öğrenme Kapasitesi (4 Soru)”, “Yönetim Kapasitesi (5 Soru)”, “Kaynak Kullanım Kapasitesi (5 Soru)” ve “Stratejik Kapasite (4 Soru)” olarak 7 boyuttan ve 31 sorudan oluşturulmuştur.

Anket formunun üçüncü bölümü girişimcilik yönelimi ile ilgili ölçek olup, literatürde en sık kullanılan Li vd. (2017) tarafından geliştirilen ölçek baz alınarak geliştirilmiştir. Bu bağlamda; girişimcilik yönelimi, “Yenilikçilik (3 Soru)”, “Proaktiflik (3 Soru) ve “Risk Alma (3 Soru)” olarak toplam 9 sorudan oluşturulmuştur. Dördüncü bölüm girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesinin finansal performansa etkisinde işletmenin çevresel faktörlerinin moderatör etkilerini belirlemeye yönelik olup, literatürde en sık kullanılan Jayarama, Oke ve Prajogo (2014) tarafından geliştirilen ölçek baz alınarak geliştirilmiştir. Bu bağlamda; çevresel faktörler, “Çevresel Dinamizm (5 Soru)” ve “Çevresel Rekabet Gücü (4 Soru)” olmak üzere toplam 9 sorudan oluşturulmuştur.

Beşinci bölüm araştırmanın temelini oluşturan finansal performans ile ilgili ölçek olup, literatürde en sık kullanılan finansal performans ölçekleri 'Yatırım Karlılığı (Kar/Toplam Aktifler)', Ekonomik Karlılık (Faiz ve Vergi Öncesi Kar/Toplam Aktifler)', Satış Karlılığı (Kar/Net Satışlar)' ve 'Öz Sermaye Karlılığı (Kar/Öz Sermaye) belirlenmiş ve ankete eklenmiştir. Anket formunun altıncı bölümü sermaye yapısı ile ilgili ölçek olup, literatürde sık kullanılan 'Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Aktif', 'Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Aktif' ve 'Toplam Yabancı

Kaynaklar/Öz Sermaye' olarak belirlenmiş ve ankete eklenmiştir. Yedinci ve son bölüm nakit tutumu ile ilgili ölçek olup, literatürde sık kullanılan 'Hazır Değerler/Toplam Aktifler', 'Hazır Değerler/Net Satışlar' ve 'Hazır Değerler/ Duran Varlıklar' olarak belirlenmiş ve ankete eklenmiştir.

Ankette katılımcılara inovasyon kapasitesi, girişimcilik yönelimi ve çevresel faktörler ile ilgili yöneltilen her bir soruya kendileri için en uygun olan yanıtı vermeleri istenmiştir. Anketin derecelendirilmesinde; 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılıyorum, 3: Kısmen katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum şeklinde olan beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Finansal performans ve nakit tutumu ölçekleri ile ilgili derecelendirmede; 1: Son Derece Başarısız, 2: Başarısız, 3: Kısmen Başarılı, 4: Başarılı, 5: Son Derece Başarılı şeklinde olan beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Sermaye yapısı ölçeğinin derecelendirmesinde ise; 1: Oldukça Fazla Azaldı, 2: Azaldı, 3: Değişmedi, 4: Arttı, 5: Oldukça Fazla Arttı şeklinde olan beşli likert ölçeği kullanılmıştır.

Anket soruları literatürde en fazla kullanılan ve geçerliliği uzmanlar ve akademisyenler tarafından test edilmiş sorulardan oluşmuştur. İngilizce sorular Türkçeye uyarlanarak geliştirilmiş ve uzman akademisyenlerin görüşlerine sunulmuştur. Akademisyenler tarafından düzeltilmesi istenen sorular yeniden düzeltilerek tekrardan akademisyenlerin görüşüne sunulmuş ve geçerliliği onaylandıktan sonra mevcut anket sorularıyla çalışmaya karar verilmiştir. Bu kapsamda anket çalışması İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 50 ve üzeri çalışanı ile AR-GE merkezi olan işletmelerde, 2018 Ağustos ve 2019 Haziran ayları arasında en az AR-GE departman müdürü seviyesinde olmak üzere her işletmeden bir adet yöneticiyle gerek yüz yüze, gerek telefonla görüşerek gerekse mail aracılığıyla anket formları doldurtulmuştur.

4.8. Araştırmanın Analiz Yöntemi

Araştırma yapılırken anketlerden elde edilen verilerin analizi için istatistik paket programı SPSS ve SmartPLS3 programlarından yararlanılmıştır. Verilerin analizinde; güvenilirlik testi, geçerlilik testi, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, frekans dağılımı gibi testler uygulanmıştır.

Güvenilirlik yapılan her ölçüm için gerekli bir unsurdur. Çünkü güvenilirlik, anketlerde yer alan her bir indikatörün (sorunun) birbirleriyle olan tutarlıklarını ve aynı şekilde kullanılan ölçeğin sorunu ne derecede yansıttığını ifade eden bir kavramdır.

Güvenilirlik elde edilen analizler sonucu yapılan yorumlara ve daha sonra ortaya çıkabilecek analizlere temel teşkil etmektedir. Güvenilirlik analizi anketlerin ya da ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir (Kalaycı, 2016: 403). Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri içsel tutarlılık yöntemiyle incelenmiş ve bu yöntem ile Cronbach Alfa katsayıları hesaplanmıştır. Cronbach alfa katsayısı, ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmekte ve ölçeğin homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini sorgulamaktadır. Cronbach alfa katsayısı 0 ile 1 arasında değişen bir sayıdır (Kalaycı, 2016: 405). Cronbach alfa katsayısı 1'e ne kadar yaklaşırsa ölçeğin güvenilirliği de o kadar artmaktadır (Siegel ve Castellan, 1988; Morgan vd., 2004; Özdamar, 2011; Ersarı, 2018). Ölçeğin kabul edilebilir olması için α değerinin 0,70'in ($\alpha > 0,70$) üzerinde olması gerekmektedir (Nunnally, 1967).

Genellikle içsel tutarlılık ölçütü olarak sadece "Cronbach's α " değeri verilir. Ancak bunun da iki temel sorunu vardır. Bunlardan birincisi α değerinin ölçekteki madde sayısından etkilenmesidir. Ölçekteki madde sayısının fazla olması α değerinin yüksek çıkmasına neden olurken, bu durum değişkenler arasındaki ortalama korelasyon (inter-item correlation) değerinin nispeten daha düşük çıkmasına neden olacaktır. Bu istatistiğin kabul edilebilir değerinin $\alpha > 0,30$ olması gerektiğidir. Tek boyutlu bir ölçekte göreceli olarak değişkenler arasında yüksek bir ortalama korelasyon olması bekleneyecektir (Hartog vd. 1997: 24-25). Bunlardan ikincisi α değerinin ölçek içindeki boyutsallıktan etkilenmesidir. Bunun için ölçekte yer alan her bir madde (soru) ile ölçeğin bütünü arasındaki korelasyon ilişkisi değerlendirilmelidir. Burada amaç her bir maddenin ölçeğin tamamına eklenebilir özellik taşıyıp taşımadığını ortaya koymaktır. Şayet ilgili maddenin bütün içerisindeki korelasyon katsayısı düşük ise o sorunun ölçeğin bütününe katkısı da düşük olacağından dolayı ölçekten çıkarılması gerektiği yorumu yapılır. Ölçeğin toparlana birlik özelliğinin bozulmaması için soru-bütün korelasyon katsayılarının negatif olmaması ve hatta 0,25'in üzerinde olması gerekmektedir (Akgül ve Çevik, 2005: 440; Demir ve Okan, 2008: 79). Bu sorunların ortadan kaldırılması için Hair vd. (2014) birleşik güvenilirlik (Composite Reliability/CR) değerini, Henseler vd. (2016) rho_A değerini alternatif değer olarak sunmaktadır. SmartPLS programı bu üç değeride birlikte hesaplayabilmektedir (Doğan, 2019: 44).

Geçerlilik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçlamış olduğu özelliğini başka herhangi bir özellik ile karıştırmadan doğru bir şekilde ölçebilme derecesidir (Tekin, 1977; Ercan ve Kan; 2010: 214). Başka bir ifadeyle geçerlilik, bağımsız değişkende gözlemlenen değişimin, bağımsız değişkenden kaynaklanma derecesidir (Ersarı, 2018: 135). Bir ölçeğin geçerliliğinin ilk koşulu bunun güvenilir olmasıdır. Geçerli olan bir test aynı zamanda güvenilirdir ancak güvenilirlik katsayısı yüksek olan bir test geçerli olmayabilir. Geçerlilik analizinde birçok teknik kullanılmakta olup bu teknikler; içerik geçerliliği, yüzey geçerliliği, ölçüt geçerliliği ve yapısal geçerlilik teknikleridir (Çakmur, 2012: 342). Araştırmada kullanılan ölçek sorularının her bir değişkeni ne derece ölçtüğünü incelemek için yüzeysel geçerlilik analizi yapılmıştır. Yüzeysel geçerlilik, bir ölçeğin araştırılan yapıyı ölçüp ölçmediğini belirlemeye yönelik anketör tarafından yapılan subjektif bir yöntemdir (Naktiyok, 2004: 244; Ersarı, 2018: 136).

Faktör analizi, çok sayıdaki değişkeni belirli sayıdaki gruplara ayırarak her bir grup içerisinde yer alan değişkenlerin kendi aralarındaki ilişkilerini maksimum, gruplar arasındaki ilişkilerini ise minimum yaparak grupları yeniden değişkenlere dönüştüren bir analiz yöntemidir (Karagöz, 2016: 877). Faktör analizi, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi olmak üzere iki temel faktör analizi vardır (Byrne, 1998: 5).

Açıklayıcı faktör analizi (AFA): Açıklayıcı faktör analizi sonucu elde edilen faktörlerin kurumsal yapılarının göstergeleri olup olmadığının ortaya konulabilmesi için yapılan bir analizdir. (Çokluk vd., 2014: 177; Akdu, 2017: 103). Açıklayıcı faktör analizi, gözlemlenen değişkenlerle gizli değişkenler arasındaki ilişkinin bilinmediği veya belirsiz olduğu durumlar için tasarlanmıştır (Byrne, 1998: 5). Açıklayıcı faktör analizi yapmadan önce verilerin bu analizi yapmaya uygun olup olmadıklarının değerlendirilmesi gerekmektedir (Ersarı, 2018: 137). Veri setinin faktör analizi açısından uygunluğu, korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleri ile test edilir (Kalaycı, 2016: 321).

Korelasyon matrisinin oluşturulması: Bu yöntemde değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarına bakılır ve istenen durum bu değişkenler arasında korelasyon katsayılarının yüksek olmasıdır. Çünkü değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı ne kadar yüksek olursa bu değişkenlerin ortak faktör oluşturma olasılıkları da o kadar yüksek olur. Değişkenler arasındaki korelasyonun düşük olması ise değişkenlerin ortak faktör oluşturamayacaklarının işaretidir.

Barlett testi (Barlett test of Sphericity): Korelasyon matrisinde değişkenlerin en azından bir kısmı arasında yüksek oranlı korelasyon olduğu olasılığını test eden bir yöntemdir. Analize devam edilebilmesi için, H0 hipotezinin (korelasyon matrisi birim matris) reddedilmesi gerekir (Kalaycı, 2016: 322). Bu test sonucu katsayı değerinin düşük çıkması durumunda H0 hipotezi, yüksek çıkması durumunda ise H1 alternatif hipotez kabul edilir (Karagöz, 2016: 879). H1 alternatif hipotezinin kabul edilmesi veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi: Bu test örneklem yeterliliğini ölçerek örneklemin büyüklüğü ile ilgilenir. Bu bağlamda, gözlenen korelasyon katsayılarının büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir (Karagöz, 2016: 879). KMO oranının 0,50'nin üzerinde olması gerekmektedir. Bu oranın yüksek olması veri setinin faktör analizi yapmak için o kadar iyi olduğunu gösterir. KMO değeri; 0,90 mükemmel, 0,80 çok iyi, 0,70 iyi, 0,60 orta, 0,50 zayıf ve 0,50'nin altında ise kabul edilemez (Sharma, 1996: 116; Kalaycı, 2016: 322).

Doğrulatoryıcı Faktör Analizi (DFA): Genel olarak gözlemlenen bazı değişkenlerin bir gizil değişkeni oluşturup oluşturmadığı veya birçok gizil değişken arasında tanımlana bilen ilişkilerin var olup olmadığını test etmek için kullanılan analiz yöntemidir (Meydan ve Şeşen, 2015: 14). Doğrulatoryıcı faktör analizi önceden yapılmış ve daha az faktör altında birleştirilmiş olan ölçeklerin, araştırmmanın yapıldığı örnekleme de benzer olup olmadığını test etmek için yapılır. (Meydan ve Şeşen, 2015: 21). Açıklayıcı faktör analizinde değişkenler arasındaki ilişkiden yola çıkarak yeni faktör sayısı belirlenirken, doğrulatoryıcı faktör analizinde ise belirlenen bu faktörlerin teoriyle uyumluluğuna bakılır.

Doğrulatoryıcı faktör analizinde, sınanmak istenen modelin o model için toplanmış olan veriler için ne derece uygun olduğunun belirlenmesi amacıyla çeşitli uyum endeksleri kullanılmaktadır (Meydan ve Şeşen, 2015: 31; Ersarı, 2018: 138). Analizlerde hangi uyum endekslerinin değerlendirileceğine dair bir kesinlik yoktur (Karagöz, 2016: 975). Bu daha çok araştırmmanın amacına bağlıdır. CB-SEM'de bu uyum endeksleri önemli koşul olarak kabul edilirken PLS-SEM'de önemli koşul olarak görülmemektedir (Sarstedt vd., 2017). Hair vd. (2014)'ne göre YEM'in ikinci yaklaşımı olan varyans temelli SmartPLS programında modelin uyumunun sınanması için bir ölçüt uygun değildir. Sarstedt vd. (2017) PLS-SEM programında uyum indekslerinin

pek bir değer ifade etmeyeceğini belirtmişlerdir. Hatta bazı durumlarda araştırmacıları daha iyi uyum indeksi yakalamak uğruna açıklama gücünden fedakarlığa götürebileceğinden dolayı zararlı bile olabileceği ifade edilmektedir (Hair vd., 2018; Doğan, 2019).

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezleri test etmek için birçok bilim dalı tarafından yaygın olarak kullanılan yapısal eşitlik modellemesinden (YEM) yararlanılmıştır. YEM belirli bir teoriye dayalı olarak gözlenebilen ve gizli değişkenler arasındaki nedensellik ve ilişkiyi bir model olarak tanımlayan çok değişkenli bir istatistik yöntemidir. Bu yöntem verilen bir modeldeki gözlenebilen hem bağımlı hemde bağımsız değişkenlere ilişkin ölçüm hatalarını hesaba katan bir yöntem olduğundan, geleneksel regresyon analizinden farklıdır. Geleneksel regresyon analizi bu ölçüm hatalarını dikkate almadığı için analiz sonuçları yanlış olabilmektedir (Karagöz, 2016: 949-950). Ayrıca, YEM gözlenebilen ve gizli değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkiyi tek bir model içerisinde test edebilmektedir (Meydan ve şeşen, 2015: 5) ve bu gibi özelliklerinden dolayı son dönemlerde özellikle sosyal bilimler alanında yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.

YEM'e yönelik birkaç farklı yaklaşım vardır. İlk yaklaşım, AMOS, EQS, LISREL ve MPlus gibi yazılım paketleri kullanılarak yaygın olarak uygulanan kovaryans temelli yapısal eşitlik modeli [Covariance- based SEM (CB-SEM)]'dir. İkinci yaklaşım, varyans analizine odaklanan ve PLS-Graph, VisualPLS, SmartPLS ve WarpPLS kullanılarak yapılabilecek En Küçük Kareler'dir [Partial Least Square (PLS-SEM)]. Üçüncü yaklaşım, Genelleştirilmiş Yapısal Bileşen Analizi (GSCA) olarak bilinen bileşen bazlı bir YEM'dir ve VisualGSCA veya GeSCA adı verilen web tabanlı bir uygulama aracılığıyla uygulanır. Diğer bir yaklaşım ise NEUSREL'in Nedensel Analitik yazılımını kullanan, Doğrusal Olmayan Evrensel Yapısal İlişkisel Modellemedir (NEUSREL). Bu yaklaşımlardan GSCA ve NEUSREL, YEM'de nispeten yeni yaklaşımlar olduğu için literatürde araştırmacılar tarafından çok fazla kullanılmamaktadır (Wong, 2013: 2).

CB-SEM büyük örneklem hacmine ihtiyaç duyan bir tekniktir (Yılmaz ve Varol, 2015: 30). Jackson (2003), araştırmacıların vaka tahminlerini (N), istatistiksel tahmin gerektiren (q) model parametre sayısına oranı olarak minimum örneklem büyüklüğü hakkında bilgi edinmelerini önermiştir. Buna göre ideal örneklem büyüklüğü-parametre

oranı, 20:1 olmalıdır. Örneğin toplam $q=10$ model parametresi istatistiksel tahmin gerektiriyorsa, ideal minimum örneklem büyüklüğü 20×10 veya $N = 200$ olacaktır. Daha az ideal örneklem büyüklüğü ve parametre oranı, 10:1 olan $N:q$ oranıdır. Buna göre örneğin toplam $q=10$ model parametresi istatistiksel tahmin gerektiriyorsa, ideal minimum örneklem büyüklüğü 10×10 veya $N = 100$ olmalıdır (Jackson, 2003: 129; Kline, 2011: 12). Küçük örneklerde ise PLS-SEM (En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi) yönteminin kullanılması yapısal model elde edilmesi açısından mümkün olabilmektedir (Kandemir, 2016: 311). Ayrıca CB-SEM tahmin yöntemi verilerin normal dağılıma sahip olması varsayımına dayanırken, PLS-SEM tahmin yönteminde verilerin normal dağılıma sahip olup olmaması varsayımı söz konusu değildir (Doğan, 2019: 20). Kısmi En Küçük Kareler (PLS-SEM) ve Maksimum Olabilirlik (CB-SEM) arasındaki farklar özet olarak Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. PLS-SEM ve CB-SEM Arasındaki Farklar

Kriterler	CB-SEM	PLS-SEM
Amaç	Parametre Odaklı	Tahmin Odaklı
Model Karmaşıklığı	Büyük Modeller (50 ve üstü değişken)	Büyük Modeller
Parametre Tahminleri	Kararlı (Varsayımların Karşılanması Durumunda)	Potansiyel Önyargı
Dağılım Varsayımı	Parametrik	Parametrik Olmayan
Ölçüm Modeli	Yansıtıcı	Biçimlendirici-Yansıtıcı
Örneklem Büyüklüğü	Büyük (Enaz 100-800)	Küçük (Enaz 30-100)
Parametre Göstergeleri İçin İstatistiksel testler	Varsayımları Karşılanmalı	Jackknifing-Bootstrapping
Yapı Başına Göstergeler	Enaz 3 veya 4 Tanımlama Şartlarını Karşılanması	İkili veya Çok Sayıda
Uyum İyiliği Değerleri	Çok Sayıda Gerekli	Gerekmiyor
Yazılımlar	SmartPLS, PLS Graph, VisualPLS, WarpPLS	LISREL, AMOS, EQS, MPlus

Kaynak: Olya H., 2017; Polat, M., 2018.

PLS-SEM yöntemi, doğrulayıcı faktör analizi ve doğrusal regresyonları birleştiren ikinci nesil bir regresyon modelidir (Chin, 1998). PLS-SEM yöntemi bağımlı değişkenin R^2 değerini maksimize eden ilişki katsayılarının tahminine dayanmaktadır. Başka bir ifadeyle, bağımlı değişkenin açıklanan varyansını maksimize etmek ve hata

varyanslarını minimize etmek amacıyla çalışmaktadır (Hair vd., 2014; Doğan, 2019). PLS-SEM yönteminin avantajları; (Doğan, 2019).

- i. Normal dağılıma sahip olmayan verileri analiz edebiliyor olması
- ii. Formatif değişkenler içeren modelleri de test ediyor olması
- iii. Kompleks modelleri analiz ediyor olması
- iv. Tek veya iki indikatörlü değişkenleri de analize dahil ediyor olması
- v. Uyum indeksi konusunda fazla duyarlı olmaması
- vi. Modelinde bir veya daha fazla moderatör değişkeni entegre ederek analizlerin sorunsuz bir şekilde çalışmasına olanak sağlaması

Çalışmada YEM'in varyansa dayalı bir uygulaması olan PLS-SEM yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilmesinin nedenlerinden birincisi değişken sayısının fazla, örneklem büyüklüğünün (n=167) küçük olmasından dolayı CB-SEM (AMOS) yazılım programının kullanılamaması. İkincisi RMSEA uyum indeksi değerinin örneklem büyüklüğüne duyarlı olmasıdır. RMSEA için beklenen değer 0,08'in altında olmasıdır. Ancak örneklem büyüklüğü küçük olduğundan dolayı uyum indeksine duyarlı olmayan PLS-SEM modeli kullanılmıştır.

Üçüncüsü örnekleme test edip doğrulayarak açılımlayıcı araştırma modellerinde oldukça uygulanabilen ve tahmin odaklı araştırma için güçlü bir istatistik aracı olması (Velayutham vd., 2012: 1354; Kandemir, 2016: 311), dördüncüsü CB-SEM'de moderatör değişkenlerin analizlerini gerçekleştirilmede bir takım sınırlamalar olmasına rağmen, PLS-SEM modelinde bir veya daha fazla moderatör değişkeni entegre ederek analizlerin sorunsuz bir şekilde çalışmasına olanak sağlaması (Ringle vd., 2018: 3), beşincisi kompleks modelleri analiz edebilir olmasıdır (Doğan, 2019: 22). Altıncısı araştırma kapsamında yer alan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinden etkilenmemesidir. Yedincisi ise araştırmanın amacının yeni bir teori geliştiriyor olmasıdır. PLS-SEM yeni geliştirilen teorilerde tercih edilen bir yöntemdir. PLS-SEM nedensel tahmin analizinin yapılabilmesi için güçlü bir araştırma aracıdır. CB-SEM kovaryans tabanlı çalışırken, PLS-SEM varyans tabanlı çalışmaktadır. Buda ilişkili teorik belirsizlik sorunları ile tahmin sorunlarının üstesinden gelmesine imkan sağlamaktadır (Velayutham vd., 2012: 1354; Kandemir, 2016: 311).

Moderatör kesişim unsurlarının elde edilmesinde farklı yöntemler kullanılabilir. Bu yöntemler; indikatör çarpım yaklaşımı, dikgenleştirme yaklaşımı ve iki basamak yaklaşımıdır (Doğan 2019: 126). Bu yaklaşımlardan Hair vd. (2018)'in ifade ettiği gibi, iki basamak yaklaşımı her türlü değişkende kullanılıyor olması ve istatistik gücünün yüksek olması nedeniyle araştırmada iki basamak yaklaşımı kullanılmıştır. Çünkü araştırma kapsamında yer alan değişkenler arasında birim farkı mevcuttur.



BEŞİNCİ BÖLÜM

5. ANALİZ VE BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler açıklandıktan sonra sırasıyla açıklayıcı faktör analizi, ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analiz ile doğrulayıcı faktör analizi sonuçları verilmiştir.

5.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmanın yapıldığı işletme ve işletme yöneticilerine ait demografik bilgiler Tablo 7’de, değişkenlere ait ortalama, standart sapma ve ortalama varyans değerleri ise Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcılara Ait Genel Özellikler

Değişken	Kategori	f (n=167)	%	Değişken	Kategori	f (n=167)	%
Cinsiyet	Kadın	57	34,1	Çalışan Sayısı	50-100	24	14,4
	Erkek	110	65,9		101-150	24	14,4
İşletmedeki Pozisyon	Sahibi/Ortağı	9	5,4		151-200	23	13,8
	Başkan (CEO/COO)	14	8,4		201-250	18	10,7
	Departman Müdürü	130	77,8	251 ve üzeri	78	46,7	
	Diğer	14	8,4	Uluslararası Deneyim	1-5	16	9,6
Endüstri Tipi	Üretim	162	97		6-10	28	16,8
	Hizmet	5	3		11-20	56	33,5
Firma Yaşı	6-10	5	3		21-50	54	32,3
	11-20	41	24,6	51 ve üzeri	13	7,8	
	21-50	96	57,5				
	51 ve üzeri	25	14,9				

Tablo 7 incelendiğinde, araştırmaya katılan 167 yöneticiden 57'si (%34,1) kadın, 110'nu (%65,9) erkek katılımcıdır. Katılımcıların işletmedeki pozisyonları incelendiğinde, 9'u (%5,4) işletme sahip ve/veya ortağı, 14'ü (%8,4) başkan (CEO/COO), 130'u (%77,8) departman müdürü ve 14'ü (%8,4) ise diğer pozisyonda (AR-GE biriminde görevli idareci pozisyonunda) yöneticilerden olduğu görülmektedir. Katılımcıların endüstri tipine bakıldığında tamamına yakını 162 firma (%97) ile üretim işletmelerinin oluşturduğu, geriye kalan 5 (%3) firma ise hizmet firması olduğu görülmektedir. Katılımcı firmaların yaşlarına bakıldığında, 5 firmanın (%3) 6-10 yaş arasında, 41 firmanın (%24,6) 11-20 yaş arasında, 96 firmanın (%57,5) 21-50 yaş arasında ve 25 firmanın da (% 14,9) 51 ve üzeri yaşta olduğu görülmektedir. Katılımcı işletmelerde çalışan personel sayıları incelendiğinde, 24 firmada (%14,4) 50 ile 100 arasında, 24 firmada (%14,4) 101 ile 150 arasında, 23 firmada (%13,8) 151 ile 200 arasında, 18 firmada (%10,7) 201 ile 250 arasında ve 78 firmada da (%46,7) 251 ve üzeri kişinin çalıştığı görülmektedir. Katılımcı işletmelerin ihracat ve ithalat gibi uluslararası deneyimi incelendiğinde ise, 16 firmanın (%9,6) 1 ile 5, 28 firmanın (%16,8) 6 ile 10, 56 firmanın (%33,5) 11 ile 20, 54 firmanın (%32,3) 21 ile 50 yıl arasında ve 13 firmanın da (%7,8) 51 veya daha uzun süredir uluslararası deneyime sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Değişkenlerin Ortalama, Standart Sapma ve Varyans Değeri

DEĞİŞKEN	ALT BOYUT	ORTALAMA DEĞER (Mean)	STANDART SAPMA DEĞERİ (Std.Deviation)	ORTALAMA VARYANS (Mean Variance)
İnovasyon Kapasitesi	ARGEK	4,034	3,189	0,652
İnovasyon Kapasitesi	PK	3,945	0,953	0,940
İnovasyon Kapasitesi	ÜK	4,096	0,818	0,671
İnovasyon Kapasitesi	ÖK	4,073	0,723	0,523
İnovasyon Kapasitesi	YK	3,792	0,937	0,881
İnovasyon Kapasitesi	KKK	3,796	0,868	0,754
İnovasyon Kapasitesi	SK	3,856	0,936	0,877
Girişimcilik Yönelimi	Y	3,984	0,814	0,664
Girişimcilik Yönelimi	P	3,671	0,997	0,995
Girişimcilik Yönelimi	R	3,401	0,928	0,864

Tablo 8. (Devamı)				
DEĞİŞKEN	ALT BOYUT	ORTALAMA DEĞER (Mean)	STANDART SAPMA DEĞERİ (Std.Deviation)	ORTALAMA VARYANS (Mean Variance)
Çevresel Faktörler	ÇR	4,334	0,711	0,505
Finansal Performans	FP	3,599	0,648	0,420
Sermaye Yapısı	SY	3,064	0,826	0,683
Nakit Tutumu	NT	3,469	0,668	0,447

Tablo 8 incelendiğinde, inovasyon kapasitesi alt bileşenlerinden ARGEK'nin ortalama değeri, 4,034, standart sapması, 3,189 ve varyansının ise 0,652 olduğu görülmektedir. Aynı şekilde inovasyon kapasitesi alt boyutlarından PK'nin ortalama değeri, 3,945, standart sapması, 0,953 ve varyansı 0,940; ÜK'nin ortalama değeri, 4,096, standart sapması, 0,953 ve varyansı 0,671; ÖK'nin ortalama değeri, 4,073, standart sapması, 0,723 ve varyansı 0,523; YK'nin ortalama değeri, 3,792, standart sapması, 0,937 ve varyansı 0,881; KKK'nin ortalama değeri, 3,796, standart sapması, 0,868 ve varyansı 0,754 ve SK'nin ortalama değeri, 3,856, standart sapması, 0,936 ve varyansının ise 0,877 olduğu görülmektedir. Girişimcilik yönelimi boyutlarından, yenilikçilik boyutunun ortalama değeri, 3,984, standart sapması, 0,814, varyansı 0,664; prokatiflik boyutunun ortalama değeri, 3,671, standart sapması, 0,997, varyansı 0,995 ve risk alma boyutunun ortalama değeri, 3,401, standart sapması, 0,928 ve varyansının ise 0,864 olduğu görülmektedir. Çevresel faktörlerden çevresel dinamizmin ortalama değeri, 3,895, standart sapması, 0,906, varyansı 0,824 ve çevresel rekabet gücünün ortalama değeri, 4,334, standart sapması, 0,711 ve varyansının ise 0,505 olduğu görülmektedir. Finansal performansın ortalama değeri, 3,599, standart sapması, 0,648 ve varyansının ise 0,420; sermaye yapısının ortalama değeri, 3,064, standart sapması, 0,826, varyansı, 0,683 ve nakit tutumunun ortalama değeri, 3,469, standart sapması, 0,668 ve varyansının ise 0,447 olduğu görülmektedir.

5.2. Açıklayıcı Faktör Analizi

Araştırma kapsamında yer alan ölçeklere ait faktör analizleri ölçeği geliştiren araştırmacılar tarafından yapılmış ve faktörleri belirlenmiştir. Ancak kendi çalışma grubumuzun özellikleri gereği araştırma kapsamındaki değişkenlere ait temel faktörleri

belirlemek ve ölçeğin güvenilirliğini sınamak için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda ilk önce temel bileşenler yöntemi kullanılarak varimax rotasyonlu açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda; ÜK1: “Firmamız ürün veya üretim kalitesinde tutarlıdır”, ÜK2: “Firmamız AR-GE çalışmaları ile tasarlanan ürünler üretmektedir”, ÜK3: “Firmamız ürünleri, üretim ve üretim teslim süreleri ile uyumludur” ve ÜK4: “Firmamız uluslararası rakiplerimize göre üretimde ileri teknolojiler kullanmaktadır” maddelerinin başka faktörler altında olduğu tespit edilmiştir. Bu maddeler üretim kapasitesi boyutunu sağlıklı bir şekilde ölçemeyeceğinden dolayı ölçekten çıkartılmıştır. Yine aynı şekilde aşağıda bilgileri verilen maddeler başka faktörler altında olduğu tespit edildiği için ait oldukları değişkeni sağlıklı bir şekilde ölçemeyeceğinden dolayı ölçekten çıkartılmıştır. Bu maddeler; yenilikçi kapasite altında yer alan YK2: “Firmamız yöneticilere inovasyon (yenilik) sürecinde önemli ölçüde özerklik sunmaktadır” ve YK4: “Şirketimiz, rutinleri ve iş uygulamalarını geliştirmek ve şirket içinde bilgi ve beceri kullanımını kolaylaştırmak için yeni yönetim teknikleri uygulamaktadır”, kaynak kullanım kapasitesi altında yer alan KKK1: “Şirketimiz dahili ve harici olarak geliştirilmiş teknolojileri (Örneğin, iş ortakları tarafından geliştirilen teknolojiler) birleştirir”, pazarlama kapasitesi altında yer alan PK4: “Şirketimiz yurtdışında yeni satış kanalları kullanıyor” ve PK5: “Firmamız yurtdışında ürünlerini tanıtmak için yeni teknikler uygulamaktadır”, AR-GE kapasitesi altında yer alan ARGEK4: “Firmamız ürün geliştirmede, ülkedeki en nitelikli endüstri uzmanlarından bazılarını istihdam etmektedir” ve finansal performans altında yer F1: “Yatırım Kârlılığı (kâr / toplam aktifler)” ölçekten çıkarılmasına karar verilen 11 madde çıkartıldıktan sonra kalan 48 madde için yeniden faktör analizi yapılmıştır.

Faktör analiz sonuçları, AR-GE kapasitesi ve öğrenme kapasitesi dışındaki diğer boyutları (yönetim kapasitesi, pazarlama kapasitesi, kaynak kullanım kapasitesi, stratejik kapasite) aynı alt faktör altında birleştirilerek inovasyon kapasitesini üç alt faktör altında oluşturduğu tespit edilmiştir. AR-GE kapasitesi ve öğrenme kapasitesi dışındaki aynı faktör altında birleşen değişkenler işletmenin karakteristik özelliklerini oluşturduğundan dolayı işletme karakteristik özellikleri olarak yeniden adlandırılmıştır. Aynı şekilde analiz sonuçları çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücü değişkenlerini

aynı faktör altında oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu değişkenlerde çevresel faktörler olarak yeniden adlandırılmış ve analiz sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Yüklere	İşletme Karekteristik Özellikleri	AR-GE Kapasitesi	Öğrenme Kapasitesi	Yenilikçilik	Proaktiflik	Risk Alma	Çevresel Dinamizm	Çevresel Rekabet	Finansal Performans	Sermaye Yapısı	Nakit Tutumu	Faktörlerin Güvenirliği (Cronbach α)
PK1	,553											$\alpha= 0,939$
PK2	,710											
PK3	,564											
YK1	,582											
YK3	,734											
YK5	,667											
KKK2	,689											
KKK3	,633											
KKK4	,754											
KKK5	,768											
SK1	,675											
SK2	,716											
SK3	,690											
SK4	,762											
ARGEK1		,627										$\alpha= 0,816$
ARGEK2		,904										
ARGEK3		,576										
ÖK1			,684									$\alpha= 0,918$
ÖK2			,831									
ÖK3			,886									
ÖK4			,748									
Y1				,830								$\alpha= 0,916$
Y2				,782								
Y3				,774								
P1					,753							$\alpha= 0,823$
P2					,843							
P3					,830							

Tablo 9. (Devamı)												
Faktör Yüklere	İşletme Karakteristik Özellikleri	AR-GE Kapasitesi	Öğrenme Kapasitesi	Yenilikçilik	Proaktiflik	Risk Alma	Çevresel Dinamizm	Çevresel Rekabet	Finansal Performans	Sermaye Yapısı	Nakit Tutumu	Faktörlerin Güvenilirliği (Cronbach α)
R1						,916						$\alpha= 0,919$
R2						,870						
R3						,820						
ÇD1							,676					$\alpha= 0,830$
ÇD2							,636					
ÇD3							,744					
ÇD4							,747					
ÇD5							,660					
ÇR1								,581				$\alpha= 0,827$
ÇR2								,709				
ÇR3								,788				
ÇR4								,710				
FP2									,785			$\alpha= 0,888$
FP3									,822			
FP4									,864			
SY1										,787		$\alpha= 0,910$
SY2										,899		
SY3										,918		
NT1											,919	$\alpha= 0,920$
NT2											,867	
NT3											,833	
Açıklanan Toplam Varyans: 71,313												
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO): ,815; Bartlett's Test (Küresellik Derecesi): 6507,861; Sig. (p)= ,000												

Tablo 9'a göre araştırma kapsamında yer alan 48 maddelik ölçekteki hiçbir maddenin faktör yükünün ,410'un altında olmadığı ve toplam 11 faktöre yüklendiği görülmektedir. Faktör analizi sonucu elde edilen 11 faktör toplam varyansın %71,313'ünü açıklamaktadır. Örneklem yeterliliğini ölçerek örneklemin büyüklüğünü açıklayan KMO değeri ,815 ve araştırma verilerinden anlamlı faktörler çıkabileceğini gösteren Bartlett's Testi değeri 6507,861, $p= ,000$ yeterli düzeydedir. Araştırma kapsamında yer alan ölçeklerin güvenilirliğini gösteren Cronbach Alpha değeri;

işletmenin karakteristik özellikleri faktörü için ($\alpha=0,939$), ARGE kapasitesi için ($\alpha=0,816$), öğrenme kapasitesi için ($\alpha=0,918$), yenilikçilik için ($\alpha=0,916$), proaktiflik için ($\alpha=0,823$), risk alma için ($\alpha=0,919$), çevresel faktörler den çevresel dinamizm için ($\alpha=0,830$), çevresel rekabet gücü için ($\alpha=0,827$), finansal performans için ($\alpha=0,888$), sermaye yapısı için ($\alpha=0,910$) ve nakit tutumu içinde ($\alpha=0,920$) olduğu görülmektedir. Bu oranlar her bir faktör için ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

5.3. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilikleri

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analiz sonuçları açıklanmıştır.

5.3.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, anketlerde yer alan her bir indikatörün birbirleriyle olan tutarlıklarını ve aynı şekilde kullanılan ölçeğin sorunu ne derecede yansıttığını ifade etmesi açısından gerekli olan bir analizdir. Bu nedenle çalışmanın devamı açısından araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ilişkin güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Değişken Adı	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
ARGEK	0,821	0,862	0,892
Finansal Performans	0,889	0,893	0,931
Nakit Tutumu	0,922	0,979	0,950
Proaktiflik	0,823	0,847	0,895
Risk Alma	0,921	0,952	0,949
Sermaye Yapısı	0,910	0,914	0,943
Yenilikçilik	0,917	0,918	0,948
Öğrenme Kapasitesi	0,918	0,923	0,942

Tablo 10. (Devamı)			
Değişken Adı	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	0,940	0,948	0,947
Çev. Din. Moderatör Etki ÖK	0,956	1,000	0,953
Çev. Din. Moderatör Etki ARGEK	0,907	1,000	0,899
Çev. Din. Moderatör Etki İKÖK	1,000	1,000	1,000
Çev. Rek. Moderatör Etki ARGE	0,883	1,000	0,883
Çev. Rek. Moderatör Etki ÖK	0,926	1,000	0,932
Çev. Rek. Moderatör Etki İKÖK	0,956	1,000	0,951
Çevresel Dinamizm	0,833	0,902	0,876
Çevresel Rekabet	0,827	0,848	0,883

Cronbach Alfa, güvenilirliği olması gerekenden daha az hesaplaması ve indikatörler arasındaki güvenilirliği eşit kabul etmesi gibi sorunlardan dolayı Cronbach Alfa değerinin yanında Hair vd. (2014) birleşik güvenilirlik (Composite Reliability/CR) değerini, Henseler vd. (2016) rho_A değerini alternatif değer olarak sunmaktadır. SmartPLS3 programı bu üç değeri birlikte hesaplayabildiği için (Doğan, 2019: 44) burada üç değerde birlikte verilmiştir.

Literatür incelendiğinde ölçeğin kabul edilebilir olması için Cronbach Alfa değerinin (Nunnally, 1967) ve rho_A değerinin 0,70'e eşit veya üzerinde ($\rho_A \geq 0,70$) (Henseler vd. 2016; Doğan, 2019), Composite Reliability değerinin (CR) ise 0,70 ile 0,95 arasında (Hair vd. 2014: 112; Sartestedt vd. 2017: 16) olması ifade edilmektedir. Bu doğrultuda Tablo 10 incelendiğinde, Cronbach Alfa, rho_A ve composite reliability değerlerinin araştırma kapsamında yer alan bütün değişkenler için literatürde ifade edilen kritik güvenilirlik değerlerinin üzerinde olması bu değişkenlerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Çevresel faktörlerin moderatör etkileri incelendiğinde ise, "Çevresel Dinamizm Moderator Etki İKÖK'nin (1,000) ve Çevresel Dinamizm Moderatör Etki ÖK'nin

(0,953) olduğu ve bu değerlerin Composite Reliability değeri için literatürde kabul edilebilir kritik değerlerin (0,70 ile 0,95) üzerinde olduğu görülmektedir. Ancak Hair vd. (2018)'ne göre, farklı değişkenlerin indikatörlerinin çarpımı sonucu oluşan moderatör etki indikatörlerinin güvenilirlik ve geçerlik açısından değerlendirilmesi anlamlı olmadığı gibi, bu değişkenlerin ayrışma geçerliliğini sağlaması da beklenmemektedir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında yer alan moderatör etki indikatörlerinden moderatör etki İKÖK ve moderatör etki ÖK dışındaki diğer tüm değişkenelerin kritik değer üzerinde olması değişkenlere ait ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

5.3.2. Geçerlilik Analizi

Araştırma kapsamındaki değişkenlere ait ölçeklerin temel faktörlerini belirlemek ve ölçeğin geçerliliğini test etmek için birleşme geçerliliği (convergent validity) ve ayrışma geçerliliği (discriminant validity) analizleri yapılmıştır.

5.3.2.1. Birleşme Geçerliliği (Convergent Validity) Analizi

Birleşme geçerliliği, belirli bir yapının hangi göstergelerinin ortak bir şekilde varyans oranını birleştirdiği veya paylaştığını gösteren kavramdır (Hair vd., 2010: 601). Başka bir ifadeyle birleşme geçerliliği, belirli bir yapıdaki gizli değişken göstergelerinin ortak varyanslarının yüksek olması birleşme geçerliliği olarak adlandırılmaktadır (Doğan, 2019: 44). Birleşme geçerliliğinin sağlanıp sağlanmadığı faktör yükleri ve convergent validity (AVE) değerlerine bakılarak değerlendirilmektedir (Doğan, 2019: 44). Bu doğrultuda araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ilişkin birleşme geçerliliği sonuçları Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Birleşme Geçerliliği (Convergent Validity) Analizi

Değişken Adı		Faktör Yükleri	Average Variance Extracted (AVE) (Açıklanan Ortalama Varyans)
Y1	Yenilikçilik	0,940	0,857
Y2	Yenilikçilik	0,920	
Y3	Yenilikçilik	0,917	

Tablo 11. (Devamı)			
Değişken Adı		Faktör Yükleri	Average Variance Extracted (AVE) (Açıklanan Ortalama Varyans)
P1	Proaktiflik	0,908	0,741
P2	Proaktiflik	0,908	
P3	Proaktiflik	0,757	
R1	Risk Alma	0,920	0,862
R2	Risk Alma	0,939	
R3	Risk Alma	0,925	
FP2	Finansal Performans	0,901	0,818
FP3	Finansal Performans	0,899	
FP4	Finansal Performans	0,912	
ÇD1	Çevresel Dinamiz	0,793	0,589
ÇD2	Çevresel Dinamiz	0,752	
ÇD3	Çevresel Dinamiz	0,899	
ÇD4	Çevresel Dinamiz	0,676	
ÇD5	Çevresel Dinamiz	0,695	
ÇR1	Çevresel Rekabet	0,807	0,654
ÇR2	Çevresel Rekabet	0,768	
ÇR3	Çevresel Rekabet	0,801	
ÇR4	Çevresel Rekabet	0,856	
SY1	Sermaye Yapısı	0,902	0,847
SY2	Sermaye Yapısı	0,930	
SY3	Sermaye Yapısı	0,928	
NT1	Nakit Tutumu	0,962	0,864
NT2	Nakit Tutumu	0,943	
NT3	Nakit Tutumu	0,881	
Çev.Din. Moderatör Etki ARGEK		Çevresel Dinamizm	0,403
Çev.Din. Moderatör Etki İKÖK		Çevresel Dinamizm	1,000
ÇevDin. Moderatör Etki ÖK		Çevresel Dinamizm	0,520

Tablo 11. (Devamı)		
Değişken Adı	Faktör Yükleri	Average Variance Extracted (AVE) (Açıklanan Ortalama Varyans)
Çev.Rek. Moderatör Etki ARGEK	Çevresel Rekabet	0,401
Çev.Rek. Moderatör Etki ÖK	Çevresel Rekabet	0,464
Çev.Rek. Moderatör Etki İKK	Çevresel Rekabet	0,279
ÖK1	İnovasyon Kapasitesi	0,891
ÖK2	İnovasyon Kapasitesi	0,899
ÖK3	İnovasyon Kapasitesi	0,914
ÖK4	İnovasyon Kapasitesi	0,880
ARGEK1	İnovasyon Kapasitesi	0,888
ARGEK2	İnovasyon Kapasitesi	0,920
ARGEK3	İnovasyon Kapasitesi	0,757
PK1	İnovasyon Kapasitesi	0,625
PK2	İnovasyon Kapasitesi	0,702
PK3	İnovasyon Kapasitesi	0,633
YK1	İnovasyon Kapasitesi	0,693
YK3	İnovasyon Kapasitesi	0,789
YK5	İnovasyon Kapasitesi	0,778
SK1	İnovasyon Kapasitesi	0,786
SK2	İnovasyon Kapasitesi	0,807
SK3	İnovasyon Kapasitesi	0,768
SK4	İnovasyon Kapasitesi	0,827
KKK2	İnovasyon Kapasitesi	0,755
KKK3	İnovasyon Kapasitesi	0,691
KKK4	İnovasyon Kapasitesi	0,792
KKK5	İnovasyon Kapasitesi	0,810

Tablo 11 incelendiğinde PLS-SEM’de yapının geçerliliğini ölçen Average Variance Extracted (AVE) değerinin bir başka ifade ile açıklanan ortalama varyans değerinin endojen değişken olan finansal performans için ,818 olduğu, aracı değişken

olan inovasyon kapasitesi alt bileşenlerinden ARGEK için ,732, işletme karakteristik özellikler kapasitesi için 0,562 ve öğrenme kapasitesi içinde ,803 olduğu görülmektedir. Aynı şekilde egzojen değişken olan girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik için ,857, proaktiflik için ,741 ve risk alma için de ,862, olduğu görülmektedir. Moderatör değişken olan çevresel dinamizm için ,589, çevresel rekabet için de ,654 olduğu, kontrol değişken olan sermaye yapısı için ,847, nakit tutumu için ,864, işletme yaşı ve uluslararası deneyim için de 1,000 olduğu görülmektedir. Literatürde AVE değeri için kabul edilebilir eşik değer 0,50 veya üzeridir (Sartstedt vd. 2017: 17). Faktör yükleri için Hair vd. (2014)'nin ifade ettiği gibi ,40 ile ,70 arasında değer alan indikatörleri direk atmak yerine değişkenin tanımlanmasındaki önemini dikkate alınması (Hair vd., 2014) gerekmektedir şeklindeki ifadesine istinaden, faktör yükleri ,40 ile ,70 arasında yer alan indikatörler önemine binaen araştırma kapsamında çıkarılmamıştır. Sonuç olarak gerek AVE değerinin gerekse faktör yüklerinin literatürde belirtilen kritik değerlerin üzerinde olması, araştırma kapsamında yer alan değişkenlere ait ölçüklerin geçerli olduğunu göstermektedir.

Çevresel faktörlerin moderatör etkileri incelendiğinde ise, AVE değerleri; “Çevresel Dinamizm Moderator Etki ARGEK için (0,403), Çevresel Dinamizm Moderator Etki İKÖK için (1,000), Çevresel Dinamizm Moderator Etki ÖK için (0,520), Çevresel Rekabet Moderator Etki ARGEK için (0,401), Çevresel Rekabet Moderator Etki ÖK için (0,464) ve Çevresel Rekabet Moderator Etki İKÖK içinde (0,279) olduğu görülmektedir. Hair vd. (2018)'ne göre, farklı değişkenlerin indikatörlerinin çarpımı sonucu oluşan moderatör etki indikatörlerinin güvenilirlik ve geçerlik açısından değerlendirilmesi anlamlı olmadığı gibi, bu değişkenlerin ayrışma geçerliliğini sağlaması da beklenmemektedir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında yer alan moderatör etki indikatörleri dışındaki diğer değişkenlerin kritik değer üzerinde olması değişkenlere ait ölçüklerin geçerli olduğunu göstermektedir.

5.3.2.2. Ayrışma Geçerliliği (Discriminant Validity) Analizi

Ayrışma geçerliliği, bir yapının hem diğer yapılarla ne kadar ilişkili olduğunu hem de belirgin bir şekilde ölçülen değişkenlerinden gerçekten ne kadar farklı olduklarını gösterir (Hair vd. 2010: 601). Ayrışma geçerliliğini test etmek için üç farklı değer kullanılmaktadır. Bu değerlerden birincisi çapraz yükleme (Cross Loadings)

kriteri, ikincisi Fornell-Larcker kriteri ve üçüncüsü de HTMT kriteridir (Doğan, 2019: 46). Bu kriterlere ilişkin analiz sonuçları Tablo 12,13 ve 14’de verilmiştir.



Tablo 12. Cross Loadings Ayırışma Geçerliliği

	ARGEK	Finansal Per.	İşletme Yaşı	Nakit Tutumu	Proaktiflik	Risk Alma	Sermaye Yapısı	Uluslararası Deneyim	Yenilikçilik	Çevresel Din.	Çevresel Rek.	Öğrenme Kapasitesi	İşletme Karakteristik Özellikleri Kap.	İşletme Büyük.
ARGEK1	0,888	0,148	0,035	0,092	0,313	0,100	0,166	0,068	0,277	-0,024	-0,029	0,395	0,438	-0,004
ARGEK2	0,920	0,214	-0,123	0,054	0,265	0,174	0,169	0,036	0,312	0,083	0,008	0,415	0,470	-0,085
ARGEK3	0,757	0,027	0,011	0,065	0,269	0,081	0,203	0,074	0,153	0,120	0,073	0,301	0,275	-0,073
FP2	0,176	0,899	0,065	0,181	-0,092	-0,092	0,148	0,256	0,134	-0,180	-0,215	0,250	0,096	0,072
FP3	0,136	0,901	0,067	0,270	-0,012	0,035	0,181	0,165	0,091	-0,167	-0,208	0,214	0,147	0,131
FP4	0,132	0,913	0,157	0,208	-0,032	-0,012	0,219	0,197	0,011	-0,147	-0,199	0,201	0,094	0,098
İşletme Yaşı	-0,035	0,104	1,000	0,180	-0,014	-0,023	0,169	0,522	-0,033	-0,031	0,123	-0,019	0,006	0,313
NT1	0,070	0,268	0,194	0,962	0,076	-0,001	0,146	0,231	0,125	-0,127	0,057	0,206	0,268	0,204
NT2	0,079	0,226	0,140	0,943	0,080	0,084	-0,018	0,177	0,111	-0,133	0,090	0,239	0,311	0,175
NT3	0,083	0,157	0,165	0,881	0,172	0,065	-0,041	0,192	0,109	0,091	0,226	0,212	0,251	0,135
P1	0,339	0,029	-0,028	0,105	0,908	0,341	-0,073	0,132	0,272	0,046	-0,011	0,296	0,406	-0,015
P2	0,296	-0,066	0,102	0,096	0,908	0,273	0,076	0,204	0,193	-0,043	-0,046	0,305	0,390	0,018
P3	0,193	-0,115	-0,140	0,073	0,757	0,613	0,005	-0,010	0,157	0,121	0,124	0,169	0,366	-0,029
R1	0,118	-0,044	-0,091	-0,014	0,393	0,920	-0,092	-0,070	0,187	0,196	0,091	0,073	0,224	0,013
R2	0,144	-0,013	-0,025	0,117	0,461	0,939	-0,076	-0,038	0,207	0,139	0,114	0,180	0,328	0,077
R3	0,129	-0,026	0,032	0,008	0,395	0,926	-0,093	0,009	0,256	0,186	0,139	0,155	0,318	0,061

Tablo 12. (Devamı)

	ARGEK	Finansal Per.	İşletme Yaşı	Nakit Tutumu	Proaktiflik	Risk Alma	Sermaye Yapısı	Uluslararası Deneyim	Yenilikçilik	Çevresel Din.	Çevresel Rek.	Öğrenme Kapasitesi	İşletme Karakteristik Özellikleri Kap.	İşletme Büyük.
SY1	0,159	0,200	0,150	-0,035	-0,004	-0,051	0,902	0,177	0,044	-0,042	-0,061	0,024	0,108	0,017
SY2	0,152	0,176	0,138	0,099	-0,031	-0,114	0,930	0,082	-0,110	-0,051	-0,085	0,019	0,032	-0,029
SY3	0,253	0,172	0,179	0,079	0,041	-0,094	0,927	0,167	0,001	-0,042	-0,009	0,084	0,139	-0,005
Uluslararası Deneyim	0,066	0,229	0,522	0,217	0,137	-0,031	0,156	1,000	-0,012	-0,131	0,057	0,067	0,187	0,221
Y1	0,309	0,103	-0,086	0,054	0,285	0,267	0,008	-0,042	0,940	0,192	0,130	0,346	0,507	0,127
Y2	0,268	0,151	0,043	0,164	0,153	0,182	0,023	0,078	0,920	0,165	0,231	0,332	0,510	0,183
Y3	0,254	-0,007	-0,047	0,128	0,241	0,207	-0,091	-0,069	0,918	0,192	0,230	0,361	0,499	0,181
ÇD1	0,065	-0,144	-0,064	-0,025	0,124	0,157	-0,064	-0,100	0,248	0,793	0,397	0,086	0,224	0,030
ÇD2	0,074	-0,082	-0,081	-0,017	0,094	0,180	-0,224	-0,021	0,238	0,752	0,418	0,066	0,265	0,095
ÇD3	0,040	-0,201	-0,035	-0,086	-0,028	0,119	-0,072	-0,176	0,190	0,899	0,446	-0,105	0,072	-0,060
ÇD4	0,056	-0,037	-0,082	-0,089	0,070	0,157	0,054	-0,136	0,061	0,676	0,137	-0,002	0,014	-0,087
ÇD5	0,022	-0,133	0,085	-0,098	-0,024	0,149	0,127	-0,042	-0,013	0,695	0,211	-0,072	-0,119	-0,064
ÇR1	-0,002	-0,201	0,093	0,083	0,081	0,207	-0,148	0,000	0,207	0,525	0,807	0,127	0,190	0,133
ÇR2	0,048	-0,165	0,028	0,160	0,070	0,147	0,032	0,074	0,195	0,305	0,768	0,040	0,228	0,063
ÇR3	-0,060	-0,131	0,158	0,128	-0,108	0,055	-0,023	0,084	0,151	0,267	0,801	0,083	0,049	0,222
ÇR4	0,032	-0,223	0,124	0,038	-0,019	0,003	-0,026	0,046	0,136	0,329	0,856	0,136	0,092	0,116

Tablo 12. (Devamı)

	ARGEK	Finansal Per.	İşletme Yaşı	Nakit Tutumu	Proaktiflik	Risk Alma	Sermaye Yapısı	Uluslararası Deneyim	Yenilikçilik	Çevresel Din.	Çevresel Rek.	Öğrenme Kapasitesi	İşletme Karakteristik Özellikleri Kap.	İşletme Büyük.
ÖK1	0,430	0,223	-0,028	0,217	0,371	0,198	0,063	0,144	0,351	-0,064	0,117	0,891	0,488	0,111
ÖK2	0,363	0,162	-0,052	0,202	0,214	0,074	0,007	-0,015	0,361	-0,015	0,125	0,899	0,415	0,142
ÖK3	0,379	0,224	-0,051	0,169	0,211	0,123	-0,010	0,009	0,350	0,026	0,119	0,914	0,424	0,204
ÖK4	0,386	0,271	0,062	0,248	0,278	0,145	0,094	0,084	0,277	-0,039	0,089	0,880	0,452	0,150
SK1	0,435	0,039	-0,065	0,163	0,379	0,389	0,061	0,066	0,559	0,237	0,174	0,338	0,786	-0,047
SK2	0,415	0,171	0,001	0,250	0,461	0,340	0,054	0,189	0,426	0,043	0,068	0,355	0,807	0,088
SK3	0,362	0,063	0,093	0,218	0,417	0,353	0,125	0,106	0,389	0,110	0,087	0,295	0,768	0,068
SK4	0,363	0,059	0,044	0,316	0,438	0,311	-0,029	0,105	0,474	0,135	0,215	0,354	0,827	0,103
PK1	0,416	-0,095	0,095	0,134	0,323	0,264	0,164	0,167	0,322	0,107	0,239	0,191	0,625	0,050
PK2	0,327	0,101	0,008	0,096	0,205	0,131	0,096	0,118	0,301	0,135	0,132	0,197	0,702	0,060
PK3	0,334	0,087	-0,091	0,033	0,280	0,148	0,207	0,163	0,346	0,070	0,009	0,302	0,633	0,037
KKK2	0,345	0,120	0,022	0,300	0,430	0,144	0,023	0,162	0,286	-0,010	0,063	0,532	0,755	0,169
KKK3	0,228	0,153	0,176	0,428	0,208	0,174	0,001	0,257	0,261	0,002	0,198	0,504	0,691	0,234
KKK4	0,370	0,180	-0,034	0,276	0,250	0,175	0,080	0,171	0,404	-0,010	0,121	0,456	0,792	0,148
KKK5	0,369	0,232	0,007	0,264	0,217	0,240	0,103	0,102	0,472	0,071	0,123	0,434	0,810	0,125
YK1	0,402	0,104	-0,068	0,230	0,201	0,146	0,120	0,064	0,443	0,120	0,175	0,458	0,693	0,003

Tablo 12. (Devamı)

	ARGEK	Finansal Per.	İşletme Yaşı	Nakit Tutumu	Proaktiflik	Risk Alma	Sermaye Yapısı	Uluslararası Deneyim	Yenilikçilik	Çevresel Din.	Çevresel Rek.	Öğrenme Kapasitesi	İşletme Karakteristik Özellikleri Kap.	İşletme Büyük.
YK3	0,288	0,099	0,045	0,285	0,321	0,104	0,140	0,214	0,382	-0,058	0,129	0,456	0,789	0,036
YK5	0,282	0,018	-0,086	0,160	0,437	0,285	-0,004	0,153	0,508	0,143	0,137	0,397	0,778	0,176
İşletme Büyüklüğü	-0,060	0,111	0,313	0,189	-0,008	0,059	-0,005	0,221	0,176	-0,025	0,157	0,168	0,115	1,000

Çapraz yükleme kriterine göre bir indikatörün ilgili olduğu değişkendeki faktör yükü diğer değişkenlerin faktör yükünden yüksek olmalıdır. Tablo 12 incelendiğinde, koyu renkle gösterilen değerler ilgili olduğu değişkendeki faktör yüklerinin diğer faktör yüklerinden yüksek olduğunu göstermektedir. ARGEK ölçeğine ilişkin indikatörlerin faktör yüklerinin ilgili olduğu diğer değişkenlerin faktör yüklerinden yüksek olduğu görülmektedir. Aynı şekilde FP ölçeğine ilişkin indikatörlerin faktör yüklerinin ilgili olduğu diğer değişkenlerin faktör yüklerinden, KKK, PK, SK, YK ölçeklerine ilişkin indikatörlerin faktör yüklerinin ilgili olduğu diğer değişkenlerin faktör yüklerinden, ÖK ölçeğine ilişkin indikatörlerin faktör yüklerinin ilgili olduğu diğer değişkenlerin faktör yüklerinden, P, Y ve R ölçeklerine ilişkin indikatörleri faktör yüklerinin ilgili olduğu diğer değişkenlerin faktör yüklerinden ve ÇD, ÇR faktör yüklerinin ilgili olduğu diğer değişkenlerin faktör yüklerinden yüksek olduğu görülmektedir. Aynı şekilde kontrol değişken olarak adlandırılan NT, SY, UD, İB ve İY değişkenlerinin faktör yüklerinde ilgili olduğu diğer değişkenlerin faktör yüklerinden yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, modele dahil tüm değişkenlere ait ölçeklerin geçerli olduğunu gösterir. Ayrıca Hair vd.'nin (2018) belirttiği gibi moderatör etki indikatörlerinin güvenilirlik ve geçerlik açısından değerlendirilmesi anlamlı olmadığı gibi, bu değişkenlerin ayırma geçerliliğini sağlamasında beklenmemesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu doğrultuda moderatör indikatörlerine ait veriler Tablo 12'de verilmemiştir.

Cross Loadings Ayırma Geçerliliği yapıldıktan sonra, yapının geçerliliğini ölçen bir diğer değer olan Fornell-Larcker Ayırma Geçerliliği ve Korelasyon Değerleri Tablo 13'de verilmiştir.

Tablo 13. Fornell-Larcker Ayrışma Geçerliliği ve Korelasyon Değerleri

	ARG EK	Fin. Per.	İşlet. Yaşı	Nakit Tut.	Pro.	Risk Alma	Ser. Yap.	Ulus. Den.	Yenil.	Çev. Din. Mod. Etki ÖK	Çev.D Mod. Etki ARG EK	Çev.D Mod. Etki İKÖK	Çev.R Mod. Etki ARG EK	Çev.R Mod. Etki ÖK	Çev.R Mod. Etki İKÖK	Çev. Din.	Çev. Rek.	ÖK	İşl. Büy.	İKÖK
ARGEK	0,858																			
Finansal Performans	0,165	0,904																		
İşletme Yaşı	-0,035	0,104	1,000																	
Nakit Tutumu	0,082	0,242	0,180	0,929																
Proaktiflik	0,327	-0,052	-0,014	0,108	0,861															
Risk Alma	0,142	-0,028	-0,023	0,048	0,452	0,928														
Sermaye Yapısı	0,203	0,200	0,169	0,047	0,001	-0,092	0,920													
Uluslararası Deneyim	0,066	0,229	0,522	0,217	0,137	-0,031	0,156	1,000												
Yenilikçilik	0,299	0,090	-0,033	0,124	0,245	0,236	-0,021	-0,012	0,926											
Çev. Din. Moderatör Etki ÖK	-0,197	-0,171	0,026	-0,196	-0,289	-0,179	-0,135	0,015	-0,301	0,721										
Çev. Din. Moderatör Etki ARGEK	-0,005	-0,198	0,231	-0,107	-0,054	-0,117	-0,114	0,158	-0,108	0,225	0,633									
Çev. Din. Moderatör Etki İKÖK	-0,143	-0,173	0,216	-0,049	-0,104	-0,189	-0,159	0,172	-0,165	0,365	0,593	0,681								
Çev. Rek. Moderatör Etki ARGE	-0,116	-0,198	0,121	0,035	-0,076	-0,191	-0,174	0,059	-0,184	0,438	0,579	0,495	0,529							
Çev. Rek. Moderatör Etki ÖK	0,052	-0,211	0,030	-0,223	-0,107	-0,142	-0,042	0,003	-0,127	0,598	0,451	0,232	0,429	0,635						
Çev. Rek. Moderatör Etki İKÖK	-0,082	-0,110	0,065	-0,111	-0,194	-0,169	-0,161	-0,002	-0,230	0,594	0,297	0,255	0,521	0,464	1,000					
Çevresel Dinamizm	0,060	-0,183	-0,031	-0,081	0,041	0,183	-0,049	-0,131	0,198	0,185	0,192	0,122	0,219	0,299	0,208	0,767				
Çevresel Rekabet	0,012	-0,230	0,123	0,117	0,016	0,126	-0,057	0,057	0,212	0,072	0,267	0,151	0,183	0,177	0,121	0,452	0,809			
Öğrenme Kapasitesi	0,437	0,247	-0,019	0,234	0,305	0,155	0,045	0,067	0,374	-0,365	-0,190	-0,257	-0,300	-0,233	-0,245	-0,027	0,126	0,896		
İşletme Büyüklüğü	-0,060	0,111	0,313	0,189	-0,008	0,059	-0,005	0,221	0,176	-0,125	0,000	0,101	0,035	-0,090	0,009	-0,025	0,157	0,168	1,000	
İşletme Kar. Özl.Kap.	0,472	0,124	0,006	0,298	0,449	0,321	0,101	0,187	0,546	-0,303	-0,092	-0,229	-0,087	-0,089	-0,280	0,112	0,176	0,499	0,115	0,750

Fornell-Larcker kriterine göre her bir değişkenin açıklanan ortalama varyansının (AVE) karekökünün, değişkenin diğer değişkenlerle olan korelasyonundan büyük olması gerekmektedir (Doğan, 2019: 46). Bir başka ifadeyle koyu renkle gösterilen değerler ilgili değişkenin AVE değerinin karekökleri olup her bir değer bağlı olduğu sütündeki korelasyon değerlerinden yüksek olmak durumundadır. Tablo 13 incelendiğinde inovasyon kapasitesi alt bileşenlerinden, ARGE kapasitesi değişkenin (0,858), öğrenme kapasitesi değişkenin (0,896) ve işletme karakteristik özellikleri kapasitesi değişkenin (0,750) her biri bağlı olduğu sütündeki diğer değişkenlerin korelasyon değerlerinden yüksek olduğu görülmektedir. Girişimcilik yönelimi alt boyutlarından, yenilikçilik değişkenin (0,926), proaktiflik değişkenin (0,861) ve risk alma değişkenin (0,928) her biri bağlı olduğu sütündeki diğer değişkenlerin korelasyon değerlerinden yüksek olduğu görülmektedir. Aynı şekilde endojen değişken olan finansal performans değişkeninin (0,904), moderatör değişken olan çevresel dinamizm değişkeninin (0,767) ve çevresel rekabet değişkenin (0,809) olduğu, kontrol değişkenlerinden sermaye yapısının (0,920), nakit tutumunun (0,929), uluslararası deneyim, işletme yaşı ile işletme büyüklüğünün ise (1,000) olduğu ve her biri bağlı olduğu sütündeki diğer değişkenlerin korelasyon değerlerinden yüksek olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamındaki moderatör etki değişkenlerinden çevresel dinamizm moderatör etki ARGEK, çevresel dinamizm moderatör etki öğrenme kapasitesi, çevresel dinamizm moderatör etki işletme karakteristik özellikleri kapasitesi her biri bağlı olduğu sütündeki diğer değişkenlerin korelasyon değerlerinden yüksek olduğu görülmektedir. Aynı şekilde çevresel rekabet moderatör etki ARGEK, çevresel rekabet moderatör etki öğrenme kapasitesi, çevresel rekabet moderatör etki işletme karakteristik özellikleri kapasitesi (1,000) her biri bağlı olduğu sütündeki diğer değişkenlerin korelasyon değerlerinden yüksek olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamındaki korelasyon değerlerinin ise -,004 ile 1,000 arasında değerler aldığı görülmektedir. Bu durum araştırma kapsamında yer alan değişkenler ölçeğinin geçerli olduğunu göstermektedir.

Cross Loadings ve Fornell-Larcker Ayrışma Geçerliliği yapıldıktan sonra, yapının geçerliliğini ölçen bir diğer değer olan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Ayrışma Geçerliliği testi sonuçları Tablo 14’de verilmiştir.

Tablo 14. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) Ayrışma Geçerliliği

	ARGEK	Fin. Per.	İşlet. Yaşı	Nakit Tut.	Pro.	Risk Alma	Ser. Yap.	Ulus. Den.	Yenil.	Çev. D Mod. Etki ÖK	Çev.D Mod. Etki ARGEK	Çev.D Mod. Etki İKÖK	Çev.R Mod. Etki ARGEK	Çev.R Mod. Etki ÖK	Çev.R Mod. Etki İKÖK	Çev. Din.	Çev. Rek.	ÖK	İşl. Büy.	İKÖ K
ARGEK																				
Finansal Performans	0,181																			
İşletme Yaşı	0,072	0,113																		
Nakit Tutumu	0,096	0,258	0,186																	
Proaktiflik	0,393	0,100	0,115	0,134																
Risk Alma	0,156	0,060	0,055	0,076	0,543															
Sermaye Yapısı	0,243	0,223	0,177	0,100	0,080	0,104														
Uluslararası Deneyim	0,076	0,242	0,522	0,224	0,147	0,044	0,162													
Yenilikçilik	0,331	0,118	0,066	0,135	0,277	0,253	0,091	0,071												
Çev. Din. Moderatör Etki ÖK	0,224	0,151	0,066	0,208	0,345	0,173	0,156	0,056	0,247											
Çev. Din. Moderatör Etki ARGEK	0,170	0,163	0,232	0,126	0,215	0,168	0,233	0,182	0,158	0,300										
Çev. Din. Moderatör Etki İKÖK	0,230	0,152	0,223	0,118	0,242	0,237	0,198	0,184	0,209	0,444	0,676									
Çev. Rek. Moderatör Etki ARGEK	0,195	0,143	0,136	0,159	0,254	0,254	0,221	0,095	0,227	0,423	0,641	0,597								
Çev. Rek. Moderatör Etki ÖK	0,129	0,175	0,102	0,204	0,203	0,175	0,199	0,073	0,155	0,685	0,531	0,326	0,454							
Çev. Rek. Moderatör Etki İKÖK	0,114	0,117	0,065	0,110	0,218	0,173	0,169	0,002	0,241	0,603	0,349	0,320	0,571	0,514						
Çevresel Dinamizm	0,112	0,178	0,098	0,146	0,136	0,228	0,160	0,135	0,227	0,293	0,217	0,144	0,210	0,339	0,221					
Çevresel Rekabet	0,077	0,258	0,137	0,166	0,139	0,150	0,099	0,069	0,245	0,124	0,339	0,172	0,235	0,207	0,126	0,486				
Öğrenme Kapasitesi	0,494	0,270	0,056	0,255	0,337	0,156	0,061	0,073	0,407	0,345	0,246	0,307	0,292	0,267	0,255	0,107	0,137			
İşletme Büyüklüğü	0,070	0,118	0,313	0,192	0,027	0,056	0,019	0,221	0,185	0,135	0,088	0,109	0,094	0,094	0,009	0,095	0,181	0,177		
İşletme Kar. Özl.Kap.	0,521	0,162	0,082	0,322	0,497	0,319	0,132	0,201	0,573	0,289	0,202	0,286	0,277	0,194	0,293	0,235	0,217	0,538	0,132	

HTMT modeldeki tüm değişkenlere ait indikatörlerin korelasyonlarının ortalamasının aynı değişkene ait indikatörlerin korelasyonlarının geometrik ortalamasına oranını ifade etmektedir (Doğan, 2019: 47). HTMT'nin kesin eşik seviyesi tartışmalı bir konu olup, bazı yazarlar 0,85'lik bir eşik (Clark ve Watson, 1995; Kline, 2011) bazıları ise 0,90'lık bir eşik değeri önermektedir (Gold vd. 2001; Teo vd. 2008; Henseler vd. 2015). Tablo 14 incelendiğinde tüm değerlerin literatürde verilen eşik değerlerden (0,85-0,90) düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, araştırma kapsamında yer alan değişkenler ölçeğinin geçerli olduğunu göstermektedir.

5.4. Hipotezlerin Testi ve Sonuçları

Çalışmanın bu bölümünde, teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel olarak geliştirilen hipotezlerin test edilmesi ve test sonuçları ayrıntılı bir şekilde verilmiştir.

5.4.1. Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Ölçeklerine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), araştırma kapsamındaki veri setinin daha önce kullanılmış olan (orijinal) yapıya uygun olup olmadığını göstermek için yapılır. Analizin amacı değişkenlerin faktör yapısını test etmektir (Meydan ve Şeşen, 2015: 57).

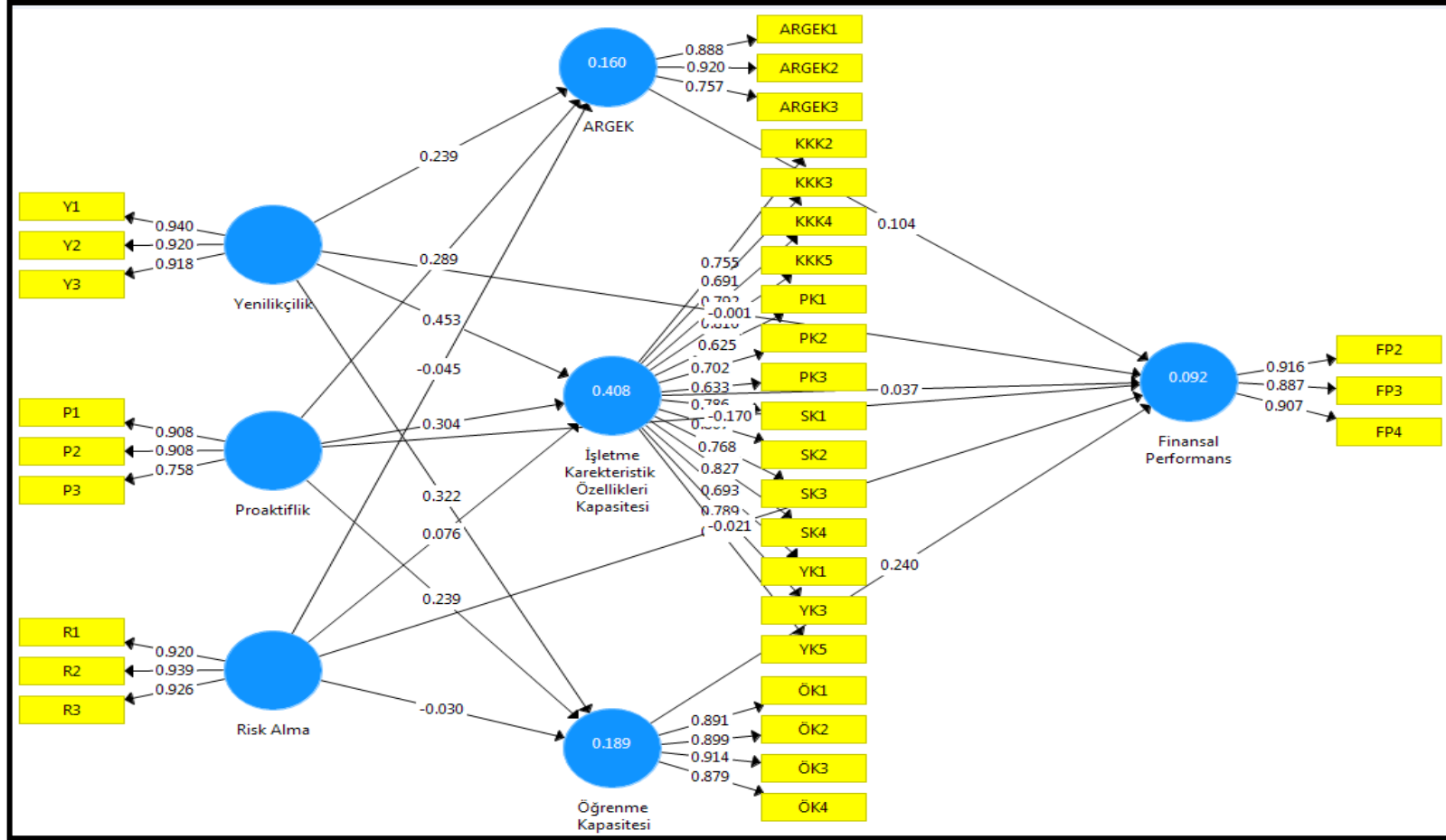
Şekil 9'da araştırma modeli, girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasındaki ilişkide inovasyon kapasitesinin aracı rolünü test etmek için tasarlanmıştır. Bu tür ilişkilerin analizinde en çok kullanılan yöntem Baron ve Kenny (1986) yöntemidir. Baron ve Kenny (1986) mediatör değişkeni, bir tahminci ve bir bağımlı değişken arasındaki ilişkinin sebebini açıklayan değişken olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre ilk olarak basit bir endirekt etkinin (mediation) ortaya çıkabilmesi için bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin bir başka değişken üzerinden tanımlanması gerekmektedir (Okan vd., 2014).

Baron ve Kenny (1986) yöntemine göre inovasyon kapasitesinin aracı değişken olabilmesi için dört koşulu sağlaması gerekmektedir. Bu koşullardan birincisi, girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasındaki ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmasıdır. Ancak bu koşul son yıllarda bir çok araştırmacı (Preacher ve Hayes, 2008; Zhao vd., 2010; Hayes, 2013) tarafından eleştirilmekte ve zorunlu bir adım olarak

görülmemektedir (Doğan, 2019: 104). İkinci adım, girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasındaki ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmasıdır. Üçüncü adım ise inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmasıdır. Dördüncü adım ise girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesinin finansal performans üzerindeki etkisi aynı modelde test edildiğinde, girişimcilik yöneliminin finansal performans üzerindeki etkisinin anlamsız veya azalması gerekmektedir.

Son yıllarda, Baron ve Kenny tarafından ileri sürülen nedensel adımlar yaklaşımı ciddi bir şekilde eleştirilmektedir. Aracılık modellerinin analizi için daha geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edilmesini sağlayan çağdaş yaklaşım ileri sürülmüştür (Gürbüz vd., 2018). Bu çağdaş yaklaşım teorisinde önemli olan dolaylı etki değerlerinin hesaplanması ve hesaplanan değerlerden çıkarımlar yapılmasıdır. Çağdaş yaklaşımda Baron ve Kenny tarafından ileri sürülen nedensel adımların gerçekleşmesine gerek olmadığı, bu adımlar gerçekleşmeden de aracı etkinin olabileceği ileri sürülmektedir. Bu yaklaşımda önemli olan dolaylı etkinin anlamlı olup olmadığıdır. Son yıllarda özellikle etki faktörü yüksek dergilerde yayımlanan araştırmaların önemli bir kısmında çağdaş yöntemin varsayımları kullanıldığı gözlemlenmektedir (Gürbüz, 2019: 55-57).

Şekil 9. Girişimcilik Yönelimi İle Finansal Performans Arasındaki İlişkide İnovasyon Kapasitesinin Aracı Rolü Ölçeğine İlişkin PSL-SEM Yapısal Eşitlik Modeli Diyagramı (Yol Analizi)



Şekil 9 incelendiğinde gerek girişimcilik yönelimi boyutlarına ilişkin değişkenlerin (Yenilikçilik, Proaktiflik, Risk Alma) gerek inovasyon kapasitesine ilişkin değişkenlerin (ARGEK, İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi, Öğrenme Kapasitesi) gerekse finansal performans değişkenlerine ilişkin faktör yükleri ,625 ile ,940 arasında değişmektedir. Modeldeki faktör yükleri (regresyon değerleri) incelendiğinde, tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,40'dan yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum ölçekten herhangi bir maddenin çıkarılmasına gerek olmadığını gösterir.

PLS yapısal eşitlik modeli, istatistiki çıkarımlar açısından veri tabanlı bir simülasyon methodu olan bootstrapping yöntemini kullanmaktadır. Bootstrapping yöntemi, mevcut veri seti içerisinde (n) defa tesadüfi veri çekerek bunların yerini değiştirmekte, örnekleme tekrarlamakta ve böylece ana kütledeki dağılımın bilinmediği durumlarda örnekleme çoğaltılarak standart hatayı daha iyi kestirebilmektedir (Varian, 2005, Sözüer, 2016). Bu doğrultuda standart hatayı daha iyi kestirebilmek için yeniden örnekleme 5000 türev örnekleme ile gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçları Tablo 15'de verilmiştir.

Tablo 15. Ölçüm Modeline Ait Path Coefficients T-İstatistik Değerleri

	Orijinal Örnekleme	Örnekleme Ortalaması	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	P Değeri
Proaktiflik -> ARGEK	0,289	0,291	0,080	3,618	0,000*
Proaktiflik -> Öğrenme Kapasitesi	0,239	0,236	0,086	2,775	0,006*
Proaktiflik -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	0,304	0,306	0,074	4,105	0,000*
Proaktiflik -> Finansal Performans	-0,170	-0,170	0,102	1,660	0,097
Risk Alma -> ARGEK	-0,045	-0,048	0,084	0,541	0,589
Risk Alma -> Finansal Performans	-0,030	-0,032	0,090	0,334	0,739
Risk Alma -> Öğrenme Kapasitesi	-0,030	-0,032	0,090	0,334	0,739
Risk Alma -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	0,076	0,078	0,063	1,209	0,227
Yenilikçilik -> ARGEK	0,239	0,242	0,084	2,856	0,004*

Tablo 15. (Devamı)					
	Örijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	P Değeri
Yenilikçilik -> Öğrenme Kapasitesi	0,322	0,321	0,085	3,781	0,000*
Yenilikçilik -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	0,453	0,454	0,069	6,608	0,000*
Yenilikçilik -> Finansal Performans	-0,001	-0,006	0,087	0,007	0,994
ARGEK -> Finansal Performans	0,104	0,113	0,079	1,311	0,190
Öğrenme Kapasitesi -> Finansal Performans	0,240	0,245	0,083	2,900	0,004*
İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi -> Finansal Performans	0,037	0,035	0,108	0,342	0,732

Not: (*) 0,01 önem düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 15 incelendiğinde, girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile yenilikçilik boyutlarının inovasyon kapasitesi üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile ARGE kapasitesi, ($t=3,618$, $p=0,000$), öğrenme kapasitesi, ($t=2,775$, $p=0,006$) ve işletme karakteristik özellikleri kapasitesi, ($t=4,105$, $p=0,000$) arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu görülmektedir. Girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile ARGE kapasitesi, ($t=2,856$, $p=0,004$), öğrenme kapasitesi, ($t=3,781$, $p=0,000$) ve işletme karakteristik özellikleri kapasitesi, ($t=6,608$, $p=0,000$) arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu görülmektedir. Proaktiflik ve yenilikçilik ile inovasyon kapasitesi değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 2,58'den büyük olduğu görülmektedir. Bu durum, girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ve yenilikçilik boyutlarının inovasyon kapasitesi üzerindeki etkisinin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H1a: Yenilikçilik boyutu ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmiştir. Bu durum inovasyon eylemlerinin girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik yönelimi tarafından yönlendirildiğini göstermektedir.

H1b: Proaktiflik boyutu ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmiştir. Bu durum inovasyon kapasitesi eylemlerinin girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik eylemince yönlendirildiğini göstermektedir.

Girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma ile inovasyon kapasitesi boyutları arasında ise herhangi bir anlamlı ilişki olmadığı görülmektedir. Risk alma ile inovasyon kapasitesi değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 1,65'den küçük olduğu ve bu durum iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H1c: Risk alma boyutu ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir. Bu durum inovasyon kapasitesi eylemlerinin girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma eylemince yönlendirilmediğini göstermektedir.

Literatürde var olan girişimcilik yönelimi tanımı, bir örgüt içerisinde girişimcilik yöneliminin var olabilmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından bir ya da bir kaçının varlığını yeterli görmektedir (Solmaztürk ve Dündar, 2018: 81). Bu bağlamda genel bir değerlendirme yapıldığında girişimcilik yönelimini oluşturan üç boyuttan ikisinin istatistiki olarak anlamlı ve pozitif, birisinin ise istatistiki olarak anlamlı olmaması girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu gösterir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H1: Girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmiştir. Bu durum inovasyon kapasitesi eylemlerinin girişimcilik yönelimince yönlendirildiğini göstermektedir. Çünkü uluslararası rekabette firmaların yerlerini belirleyen unsurların başında inovasyon kapasitesi gelmektedir.

Tablo 15 incelendiğinde, girişimcilik yönelimi boyutlarından hiçbirinin finansal performans üzerinde direkt etkisinin olmadığı görülmektedir. Bu durumda girişimcilik yöneliminin finansal performans üzerinde direkt etkisi olmadığını söyleyebiliriz. Aynı şekilde Tablo 15 incelendiğinde, inovasyon kapasitesi alt boyutlarından ARGE kapasitesi ($p=0,190$) ve işletme karakteristik özellikleri kapasitesi ($p=0,732$) ile finansal

performans arasında istatistiki olarak anlamlı herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir. ARGE kapasitesi ve işletme karakteristik özellikleri kapasitesi ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 1,65'den küçük olduğu ve bu durum değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. İnovasyon kapasitesi bileşenlerinden öğrenme kapasitesi ile finansal performans arasında ise istatistiki olarak anlamlı ($p=0,004$) ve pozitif ($t=2,900$) yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Öğrenme kapasitesi ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 2,58'den büyük olduğu görülmektedir. Bu durum, öğrenme kapasitesinin finansal performans üzerindeki etkisinin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak genel bir değerlendirme yapıldığında, inovasyon kapasitesini oluşturan üç alt boyuttan ikisinin istatistiki olarak anlamsız birisinin ise anlamlı olması, inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmadığını gösterir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H4: İnovasyon kapasitesi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 16. Ölçüm Modeline Ait Dolaylı Etki (Indirect Effects) Path Coefficients T-İstatistik Değerleri

	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	P Değeri
Proaktiflik -> ARGEK -> Finansal Performans	0,030	0,032	0,025	1,215	0,224
Risk Alma -> ARGEK -> Finansal Performans	-0,005	-0,005	0,012	0,375	0,708
Yenilikçilik -> ARGEK -> Finansal Performans	0,025	0,029	0,024	1,026	0,305
Proaktiflik -> Öğrenme Kapasitesi -> Finansal Performans	0,058	0,058	0,029	1,954	0,051
Risk Alma -> Öğrenme Kapasitesi -> Finansal Performans	-0,007	-0,008	0,024	0,301	0,763
Yenilikçilik -> Öğrenme Kapasitesi -> Finansal Performans	0,077	0,079	0,035	2,195	0,028*
Proaktiflik -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi -> Finansal Performans	0,011	0,010	0,034	0,329	0,742

Tablo 16. (Devamı)					
	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	P Değeri
Risk Alma -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi -> Finansal Performans	0,003	0,001	0,011	0,264	0,792
Yenilikçilik -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi -> Finansal Performans	0,017	0,018	0,051	0,331	0,741

Not: (*) 0,05 önem düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 16 incelendiğinde, girişimcilik yönelimi boyutlarından sadece yenilikçilik boyutunun inovasyon kapasitesi boyutlarından öğrenme kapasitesi üzerinden finansal performansı etkilediği, diğer boyutların inovasyon kapasitesi üzerinden finansal performansı etkilemediği görülmektedir. Girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik boyutunun inovasyon kapasitesi alt boyutları ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerinden sadece (Yenilikçilik -> Öğrenme Kapasitesi -> Finansal Performans) arasındaki ilişkinin t değeri 1,96'dan büyük diğerlerinin t değerleri ise 1,96'dan küçük olduğu ve bu durum değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığını gösterir. Aynı şekilde risk alma ve yenilikçilik boyutları ile inovasyon kapasitesi alt boyutları ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 1,96'dan küçük olduğu ve bu durum değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olmadığını gösterir.

Sonuç olarak genel bir değerlendirme yapıldığında, girişimcilik yönelimi boyutlarından sadece yenilikçilik boyutunun inovasyon kapasitesi üç alt boyutundan bir tanesi olan öğrenme kapasitesi üzerinden finansal performansı etkilediği, prokatiflik ve risk alma boyutunun ise etkilemediği görülmektedir. Bu durum, girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında inovasyon kapasitesi üzerinden dolaylı bir etkinin olmadığını gösterir. Başka bir ifadeyle girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında inovasyon kapasitesinin aracı rolünün olmadığı söylenebilir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

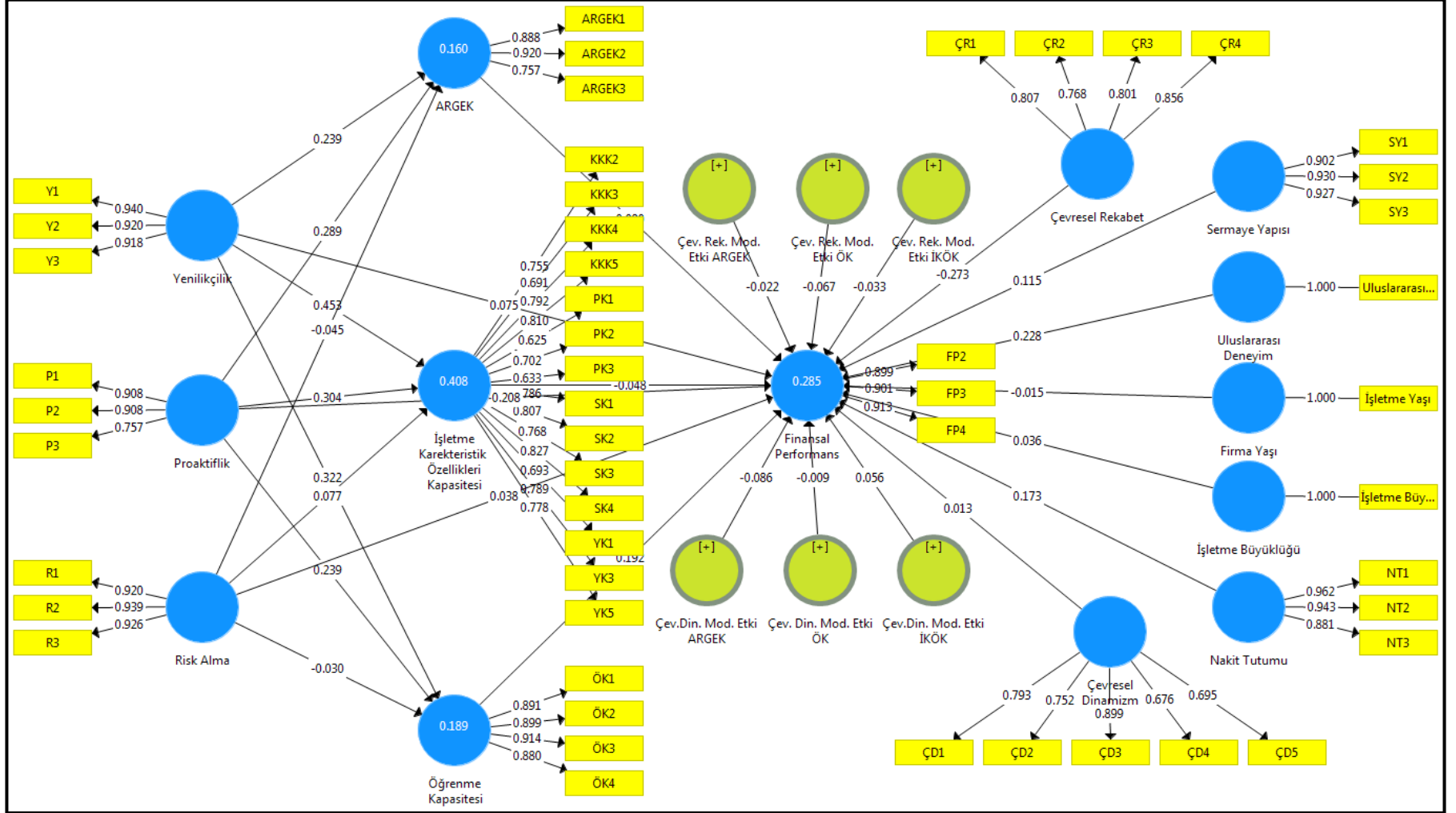
H3: Girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında inovasyon kapasitesi aracılığıyla anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir.

5.4.2. Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkilerine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), araştırma kapsamındaki veri setinin daha önce kullanılmış olan (orijinal) yapıya uygun olup olmadığını göstermek için yapılır. Analizin amacı değişkenlerin faktör yapısını test etmektir (Meydan ve Şeşen, 2015: 57).



Şekil 10. Genel Modele İlişkin PSL-SEM Yapısal Eşitlik Modeli Diyagramı (Yol Analizi)



Şekil 10 incelendiğinde gerek girişimcilik yönelimi boyutlarına ilişkin değişkenlerin (Yenilikçilik, Proaktiflik, Risk Alma) gerek inovasyon kapasitesine ilişkin değişkenlerin (ARGEK, İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi, Öğrenme Kapasitesi) gerek finansal performans değişkenlerinin gerek çevresel faktörlere ait değişkenlerin (Çevresel Dinamizm, Çevresel Rekabet Gücü) gerekse kontrol değişkenlerinin (Sermaye Yapısı, Nakit Tutumu, İşletme Yaşı ve Uluslararası Deneyim) faktör yükleri ,625 ile ,962 arasında değişmektedir. Modeldeki faktör yükleri (regresyon değerleri) incelendiğinde, tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,40'dan yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum ölçekten herhangi bir maddenin çıkarılmasına gerek olmadığını gösterir.

PLS yapısal eşitlik modeli istatistiksel çıkarımlar açısından veri tabanlı bir simülasyon methodu olan bootstrapping yöntemini kullanmaktadır. Bootstrapping yöntemi, mevcut veri seti içerisinde (n) defa tesdüfi veri çekerek bunların yerini değiştirmekte, örnekleme tekrarlamakta ve böylece ana kütledeki dağılımın bilinmediği durumlarda örnekleme çoğaltılarak standart hatayı daha iyi kestirebilmektedir (Varian, 2005; Sözüer, 2016). Bu doğrultuda standart hatayı daha iyi kestirebilmek için yeniden örnekleme 5000 türev örnekleme ile gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçları Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17. Ölçüm Modeline Ait Path Coefficients T-İstatistik Değerleri

	Örijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	P Değeri
ARGEK -> Finansal Performans	0,090	0,109	0,086	1,050	0,294
Firma Yaşı -> Finansal Performans	-0,015	0,014	0,091	0,162	0,872
Nakit Tutumu -> Finansal Performans	0,173	0,157	0,087	1,976	0,048**
Proaktiflik -> ARGEK	0,289	0,292	0,081	3,580	0,000*
Proaktiflik -> Finansal Performans	-0,208	-0,169	0,101	2,057	0,040**
Proaktiflik -> Öğrenme Kapasitesi	0,239	0,241	0,085	2,809	0,005*
Proaktiflik -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	0,304	0,306	0,075	4,034	0,000*
Risk Alma -> ARGEK	-0,045	-0,047	0,083	0,543	0,587
Risk Alma -> Finansal Performans	0,038	0,024	0,083	0,457	0,648

Tablo 17. (Devamı)					
	Orijinal Örneklem	Örneklem Ortalaması	Standart Sapma	T İstatistik Değeri	P Değeri
Risk Alma -> Öğrenme Kapasitesi	-0,030	-0,032	0,090	0,332	0,740
Risk Alma -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	0,077	0,078	0,062	1,227	0,220
Sermaye Yapısı -> Finansal Performans	0,115	0,112	0,067	1,708	0,088
Uluslararası_Deneyim -> Finansal Performans	0,228	0,202	0,097	2,345	0,019*
Yenilikçilik -> ARGEK	0,239	0,243	0,085	2,826	0,005*
Yenilikçilik -> Finansal_Performans	0,075	0,054	0,084	0,883	0,377
Yenilikçilik -> Öğrenme Kapasitesi	0,322	0,322	0,084	3,840	0,000*
Yenilikçilik -> İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	0,453	0,455	0,069	6,564	0,000*
Çev. Din. Mod. Etki ÖK -> Finansal Performans	-0,009	-0,040	0,140	0,063	0,950
Çev. Rek. Mod. Etki ARGEK -> Finansal Performans	-0,022	0,003	0,140	0,156	0,876
Çev. Rek. Mod. Etki ÖK -> Finansal Performans	-0,067	-0,062	0,136	0,487	0,626
Çev. Rek. Mod. Etki İKÖK -> Finansal Performans	-0,033	-0,093	0,189	0,176	0,860
Çev.Din. Mod. Etki ARGEK -> Finansal Performans	-0,086	-0,096	0,166	0,516	0,606
Çev.Din. Mod. Etki İKÖK -> Finansal Performans	0,056	0,075	0,145	0,383	0,701
Çevresel Dinamizm -> Finansal Performans	0,013	-0,004	0,098	0,128	0,898
Çevresel Rekabet -> Finansal Performans	-0,273	-0,228	0,101	2,711	0,007*
Öğrenme Kapasitesi -> Finansal Performans	0,192	0,185	0,097	1,986	0,047**
İşletme Büyüklüğü -> Finansal Performans	0,036	0,018	0,087	0,420	0,675
İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi -> Finansal Performans	-0,048	-0,049	0,118	0,404	0,687

Not: (*) 0,01 ve (**) 0,05 önem düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 17 incelendiğinde, girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ($p=0,377$) herhangi bir ilişki olmadığı görülmektedir. Yenilikçilik boyutu ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 1,95'den küçük olduğu bu durum girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçiliğin finansal performans üzerindeki etkisinin anlamlı

olmadığını göstermektedir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H2a: Yenilikçilik boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir. Bu hipotezin desteklenmemesinin nedenlerinden biri, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların AR-GE yatırımları için yapmış olduğu harcama tutarlarıdır. Tablo 18’de 2015-2016 ve 2017 yıllarında Avrupa Birliği ülkeleri ile diğer bazı ülkelere ait AR-GE harcama tutarları verilmiştir.

Tablo 18. Avrupa Birliği ve Diğer Bazı Ülkelere Ait 2015-2016 ve 2017 AR-GE Harcamaları

ÜLKE (*Geçici, **Tahmin)	Million Euro		
	2015	2016	2017
Avrupa Birliği- 28 ülke	302,095.869	305,479.661	317,084.223*
Belçika	10,118.2	10,809.131**	11,336.4*
Bulgaristan	434.838	375.434	388.707
Çekya	3,250.243	2,963.274	3,433.337
Danimarka	8,340.596	8,756.111	8,918.614*
Almanya	88,781.819	92,173.556	99,052.15**
Estonya	302.82	270.34	304.32
İrlanda	3,133	3,243	3,091.3
Yunanistan	1,703.82	1,754.18	2,038.52*
İspanya	13,172	13,260	14,052*
Fransa	49,839.13*	50,099.33*	50,158.869**
Hırvatistan	374.809	402.357	423.517
İtalya	22,157	23,171.612	23,355.245*
Kıbrıs	85.286	98.815	108.7*
Letonya	152.2	110.4	137.9
Litvanya	389.67	327.612	373.575
Lüksemburg	662.3	690.4	694.6*
Macaristan	1,510.935	1,371.667	1,672.945
Malta	71.491	58.702	61.114
Hollanda	13,695.788	14,144.403	14,675.5*
Avusturya	10,499.146	11,133.23**	11,679.31*
Polonya	4,316.508	4,112.349	4,834.038

Tablo 18. (Devamı)			
ÜLKE (*Geçici, **Tahmin)	Million Euro		
	2015	2016	2017
Portekiz	2,234.37	2,388.467	2,585.1
Romanya	782.142	818.444	944.906
Slovenya	853.067	811.953	801.133*
Slovakya	927.272	640.835	748.955
Finlandiya	6,070.9	5,926.1	6,173.2
İsveç	14,662.533	15,141.358*	16,142.126
İngiltere	43,573.987	40,426.602**	38,898.141*
İzlanda	344.556	396.732	456.79
Norveç	6,727.586	6,818.16	7,416.747
Makedonya	40.292	42.088	35.575
Sırbistan	289.819	308.292	342.279
Türkiye	6,813.832	7,370.338	7,245.42
ABD	446,235.241	466,396.242*	480,878.994
Çin	203,201.994	213,225.272	230,778.995
Japonya	129,819.462	140,694.992	138,207.411
Güney Kore	52,492.855	54,046.574	61,711.223

Kaynak: Eurostat, 2019.

Tablo 18 incelendiğinde, Türkiye'deki özel sektör, kamu sektörü ile üniversitelerin yıllık toplam AR-GE harcamaları tutarının; 2015 yılı için, 6.813.832 milyon Euro, 2016 yılı için 7.370.338 milyon Euro ve 2017 yılı içinde 7.245.420 milyon Euro olduğu görülmektedir. Bu rakamlar birçok Avrupa birliği ülkesinin çok gerisinde kaldığını göstermektedir. Aynı şekilde ABD'nin AR-GE harcamaları Türkiye'nin AR-GE harcamalarının yaklaşık 66 katı, Çin'in AR-GE harcamaları Türkiye'nin AR-GE harcamalarının yaklaşık 30 katı, Japonya'nın AR-GE harcamaları Türkiye'nin AR-GE harcamalarının yaklaşık 19 katı ve Güney Kore'nin AR-GE harcamaları ise Türkiye'nin yaklaşık 8 katı olduğu görülmektedir. Bu durumda, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların AR-GE faaliyetleri için yeterli düzeyde zaman ve fon ayırmadığı söylenebilir. Sonuç olarak, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firma yöneticilerinin AR-GE harcamaları konusunda rakiplerine göre daha tutucu olmaları bu hipotezin desteklenmemesinin nedenlerinden biri olabilir.

Girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutu ile finansal performans arasında ise istatistiki olarak anlamlı ($p=0,040$) ancak negatif ($-0,208$) yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Proaktiflik ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde bu değerlerin 1,96'dan büyük olduğu, bu durum girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktifliğin finansal performans üzerindeki etkisinin 0,05 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H2b: Proaktiflik boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir.

Girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutu ile finansal performans arasında da istatistiki olarak anlamlı ($p= 0,648$) herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Risk alma ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde bu değerlerin 1,95'den küçük olduğu, bu durum girişimcilik yönelimi boyutlarından risk almanın finansal performans üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığını göstermektedir. . Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H2c: Risk alma boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir.

Literatürde var olan girişimcilik yönelimi tanımı, bir örgüt içerisinde girişimcilik yöneliminin var olabilmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından bir ya da bir kaçının varlığını yeterli görmektedir (Solmaztürk ve Dünder, 2018: 81). Bu bağlamda genel bir değerlendirme yapıldığında girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile risk almanın finansal performans üzerinde anlamlı herhangi bir etkisinin olmaması, prokatiflik ile finansal performans arasında ise anlamlı ve negatif ilişkinin olması girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğunu gösterir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden;

H2: Girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezini desteklenmemiştir.

Çevresel faktörlerden çevresel dinamizm ile finansal performans arasındaki ilişkide istatistiki olarak anlamlı herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Çevresel dinamizm ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde bu

değerlerin 1,95'den küçük olduğu, bu durum çevresel dinamizmin finansal performans üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle araştırma kapsamındaki firmaların faaliyet göstermiş oldukları çevrelerinde yaşanan hareketlilik finansal performanslarını etkilememektedir.

Çevresel faktörlerden çevresel rekabet gücü ile finansal performans arasındaki ilişkide istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çevresel rekabet gücü ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde bu değerlerin 2,58'den büyük olduğu, bu durum çevresel rekabet gücünün finansal performans üzerindeki etkisinin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle araştırma kapsamındaki firmaların faaliyet göstermiş oldukları çevrelerinde yaşanan rekabet onların finansal performanslarını etkilemektedir.

Tablo 18 incelendiğinde, kontrol değişkenlerinden uluslararası deneyim ve nakit tutumu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmişken, sermaye yapısı, işletme yaşı ve işletme büyüklüğü ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Uluslararası deneyim ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde bu değerlerin 2,58'den büyük olduğu, bu durum uluslararası deneyimin finansal performans üzerindeki etkisinin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Nakit tutumu ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde 1,96'dan büyük olduğu, bu durum nakit tutumunun finansal performans üzerindeki etkisinin 0,05 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle araştırma kapsamındaki firmaların ihracat ve ithalat gibi uluslararası faaliyetleri ile benimsemiş oldukları nakit tutumu finansal performanslarını etkilemektedir. Sermaye yapısı, işletme yaşı ve işletme büyüklüğü ile finansal performans değişkenlerinin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 1,95'den küçük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, sermaye yapısı, işletme yaşı ve işletme büyüklüğünün finansal performans üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığını göstermektedir.

Girişimcilik yöneliminin finansal performans üzerindeki etkisi ve bu ilişkide çevresel faktörlerin oynayacağı rolleri analiz etmek için geliştirilen “moderated mediation” model (Muller vd., 2005; Preacher vd., 2007, Okan vd., 2014) Şekil 10'da verilmiştir. Moderated mediation hipotezinin doğrulanabilmesi için ilk önce, bağımsız değişken (Girişimcilik Yönelimi) ile bağımlı değişken (Finansal Performans) arasında

aracı değişken (İnovasyon Kapasitesi) üzerinden tanımlanan endirekt bir etkinin ortaya çıkması ve bu endirekt etkinin gücü ve büyüklüğünün ise moderatör değişkenin farklı değerlerine bağlı olarak değişmesi gerekmektedir (Muller vd., 2005; Preacher vd., 2007, Okan vd., 2014). Bu bilgiler ışığında ilke önce endirekt etkinin olup olmadığını test etmek için mediatör analiz uygulanmıştır ve sonrasında da bu endirekt etkinin moderatör değişkenlere bağlı olarak değişip değişmediğini test etmek içinde moderated mediation analizi yapılmıştır. Bu kapsamda ilk önce endirekt etkinin olup olmadığını test etmek için Şekil 9’da gösterildiği gibi bir model oluşturulmuş ve analiz sonuçları girişimcilik yöneliminin finansal performans üzerinde inovasyon kapasitesinin herhangi bir endirekt etkisi olmadığını ortaya koymuştur. Bu defa Şekil 10’da da gösterildiği gibi endirekt etkinin olmamasında moderatör değişken olan çevresel faktörlerin etkili olup olmadığı test edilmiştir. Tablo 18’de verilen analiz sonuçlarında da görüldüğü üzere endirekt etkinin olmamasında moderatör değişkenlerin hiçbir etkisinin olmadığını, bir başka ifadeyle girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasında çevresel faktörlerin moderatör etkilerinin olmadığını ortaya koymuştur. Sonuçların aynı olması nedeniyle modeller ayrı ayrı değil Şekil 10’da olduğu gibi tek modelde verilmiştir.

Tablo 18 incelendiğinde, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünün moderatör etkileri olmadığı görülmektedir. Bu değişkenlerin t değerleri incelendiğinde, bu değerlerin 1,95’den küçük olduğu görülmektedir. Bu durum, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkilerinin anlamlı olmadığını göstermektedir. Bu doğrultuda daha önce geliştirilen hipotezlerden;

H5: Çevresel dinamizm girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkiler ve böylece dinamizm ne kadar yüksek olursa, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki de o kadar güçlü olur hipotezi desteklenmemiştir.

H6: Çevresel rekabet gücü girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkiler ve böylece rekabet gücü ne kadar yüksek olursa, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki de o kadar güçlü olur hipotezi desteklenmemiştir.

5.4.3. Doğrusallık Testi

PLS-SEM analiz yöntemi çok sayıda regresyonu birlikte hesapladığından dolayı her bir endojen değişkenin kendi egzogen değişkenleri arasında doğrusallık olup olmadığı önem arz etmektedir (Doğan, 2019: 89). Bu doğrultuda araştırma kapsamında yer alan değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olup olmadığı varyans artırıcı faktör (VIF) ile test edilmiş ve test sonuçları Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Değişkenlerin Varyans Artırıcı Faktör (VIF) Testi Sonuçları

DEĞİŞKENLER	ARGEK	Öğrenme Kapasitesi	İşletme Karakteristik Özelliği Kapasitesi	Finansal Performans
	İnovasyon Kapasitesi			Sonuç Değişkeni
ARGEK				1,640
Finansal Performans				
Nakit Tutumu				1,310
Proaktiflik	1,290	1,290	1,290	1,648
Risk Alma	1,284	1,284	1,284	1,525
Sermaye Yapısı				1,224
Uluslararası Deneyim				1,618
Yenilikçilik	1,087	1,087	1,087	1,673
Öğrenme Kapasitesi				1,775
İşletme Karakteristik Özelliği Kapasitesi				2,470
Çev.Din.Mod. Etki ARGEK				2,282
Çev. Din. Mod. Etki ÖK				2,735
Çev. Din. Mod. Etki İKÖK				2,001
Çev. Rek. Mod. Etki ARGEK				2,579
Çev. Rek. Mod. Etki ÖK				2,093
Çev. Rek. Mod. Etki İKÖK				2,391
Çevresel Dinamizm				1,540
Çevresel Rekabet				1,488
İşletme Büyüklüğü				1,323
İşletme Yaşı				1,607

Araştırma kapsamında yer alan değişkenler arasında doğrusallık probleminin olup olmadığı VIF değerlerine göre tespit edilmektedir. Değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmaması için VIF değerinin 5'ten küçük olması gerekmektedir (Hair vd., 2014). Tablo 19 incelendiğinde, tüm değişkenlere ait VIF değerlerinin eşik değer olan 5 değerinden küçük olduğu görülmektedir. Bu durum modele dahil olan değişkenler arasında doğrusallık problemi olmadığını göstermektedir.

5.4.4. Etki Büyüklüğü (f^2) ve R^2 Değerleri

Etki büyüklüğü f^2 değerleri ile tespit edilmektedir. f^2 değeri her bir egzogen değişken için hesaplanmakta olup, egzogen değişkenin endojen değişkeni açıklama oranındaki payını gösterir (Doğan, 2019: 51). f^2 değeri ile ilgili yapılan değerlendirme 0,02 düşük, 0,15 orta ve 0,35 ise yüksek olarak kabul edilmektedir (Cohen, 1988; Doğan, 2019). R^2 değeri ise, egzogen değişkenin endojen değişkenin yüzde kaçını açıkladığını gösterir değerdir. Bu değer 0,25 ise zayıf, 0,50 ise orta ve 0,75 ise güçlü kabul edilmektedir (Henseler vd., 2009; Hair vd., 2011). Araştırma kapsamında yer alan değişkenler arasındaki etki büyüklüğü ve R^2 sonuçları Tablo 20 ve 21'de verilmiştir.

Tablo 20. R^2 Değeri Sonuçları

DEĞİŞKENLER	R^2	R^2 Adjusted
ARGEK	0,160	0,144
Finansal Performans	0,285	0,193
Öğrenme Kapasitesi	0,189	0,174
İşletme Karakteristik Özelliği Kapasitesi	0,408	0,397

Tablo 20'de verilen modele ait R^2 değerleri incelendiğinde, ARGEK'nin %16, finansal performansın %28,5, öğrenme kapasitesinin %18,9 ve işletme karakteristik özellikleri kapasitesinin ise %40,8 oranında açıklandığı tespit edilmiştir. Bu bulgular ışığında araştırmanın endojen değişkenlerine ilişkin R^2 değerlerinin %50'nin altında olması, endojen değişkenlerin düşük seviyede açıklanma oranına sahip olduğu söylenebilir. R^2 adjusted değeri, modele eklenecek her egzogen değişken endojen değişkenle düşük bir korelasyona sahip olsalar bile R^2 değerini artırma eğiliminde olacaktır. Bu tür sapmalardan kaçınmak için R^2 adjusted değeri kullanılmaktadır (Garson, 2016, 82).

Tablo 21. Etki Büyüklüğü (f²) Sonuçları

DEĞİŞKENLER	ARGEK	Öğrenme Kapasitesi	İşletme Karakteristik Özellikleri Kapasitesi	Finansal Performans
Egzojen Değişkenler	İnovasyon Kapasitesi			Sonuç Değişkeni
	Endojen Değişkenler			
ARGEK				0,007
Finansal Performans				
Öğrenme Kapasitesi				0,029
İşletme Kar. Özelliği Kapasitesi				0,001
Nakit Tutumu				0,032
Proaktiflik	0,077	0,055	0,121	0,037
Risk Alma	0,002	0,001	0,008	0,004
Sermaye Yapısı				0,015
Uluslararası Deneyim				0,045
Yenilikçilik	0,063	0,118	0,319	0,005
Çev. Din. Mod. Etki ÖK				0,000
Çev. Din. Mod. Etki İKÖK				0,003
Çev. Rek. Mod. Etki ARGEK				0,000
Çev. Rek. Mod. Etki ÖK				0,003
Çev. Rek. Mod. Etki İKÖK				0,001
Çev. Din. Mod. Etki ARGEK				0,004
Çevresel Dinamizm				0,000
Çevresel Rekabet				0,070
İşletme Büyüklüğü				0,001
İşletme Yaşı				0,000

Tablo 21’de verilen modele ait f² değerleri incelendiğinde, Sarstedt vd. (2017)’nin ifade ettiği gibi öğrenme kapasitesi, nakit tutumu, proaktiflik, çevresel rekabet, sermaye yapısı ve uluslararası deneyim dışındaki diğer değişkenlerin f² değerleri 0,02’nin altında kaldığından dolayı herhangi bir etkiden söz edilemez. Yenilikçilik değişkeni içinde sonuç değişkeni olan finansal performans dışındaki diğer endojen değişkenlerden ARGEK’ni 0,063 ile düşük, öğrenme kapasitesini 0,118 ile düşük ve işletme karakteristlik özellikleri kapasitesini ise 0,319 ile orta seviyede

etkilediği görülmektedir. Öğrenme kapasitesi finansal performansı 0,029 ile düşük, nakit tutumu finansal performansı 0,032 ile düşük, proaktiflik finansal performansı 0,037 ile düşük, çevresel rekabet finansal performansı 0,070 ile düşük, sermaye yapısı finansal performansı 0,015 ile düşük ve uluslararası deneyim finansal performansı 0,045 ile düşük seviyede etkilediği görülmektedir. Ayrıca proaktiflik değişkeni inovasyon kapasitesi alt bileşeni olan ARGEK’ni 0,077 ile düşük, öğrenme kapasitesini 0,055 ile düşük ve işletme işletme karakteristik özellikleri kapasitesini ise 0,121 ile düşük seviyede etkilediği görülmektedir.

5.4.5. Tahmin Gücü Analizi (Q²)

Tahmin gücü (Q²) değeri, ilişki katsayılarının gözlenen bir endojen değişkeni ne kadar iyi tahmin edebildiğini gösterir değerdir (Doğan, 2019: 95). Hair vd., (2014)’ne göre Q² değerleri için yapılacak değerlendirmede 0,02 düşük, 0,15 orta ve 0,35 yüksek olarak değerlendirilmektedir. Çalışma kapsamında yer alan endojen değişkenlere ait tahmin gücü sonuçları Tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22. Tahmin Gücü Analiz (Q²) Sonuçları

DEĞİŞKENLER	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
ARGEK	501,000	448,699	0,104
Finansal Performans	501,000	416,120	0,169
Nakit Tutumu	501,000	501,000	
Proaktiflik	501,000	501,000	
Risk Alma	501,000	501,000	
Sermaye Yapısı	501,000	501,000	
Uluslararası Deneyim	167,000	167,000	
Yenilikçilik	501,000	501,000	
Çev. Din. Mod. Etki ÖK	3.340,000	3.340,000	
Çev. Din. Mod. Etki İKÖK	167,000	167,000	
Çev. Rek. Mod. Etki ARGEK	2.004,000	2.004,000	
Çev. Rek. Mod. Etki ÖK	2.672,000	2.672,000	
Çev. Rek. Mod. Etki İKÖK	9.352,000	9.352,000	
Çev.Din.Mod. Etki ARGEK	2.505,000	2.505,000	

Tablo 22. (Devamı)			
DEĞİŞKENLER	SSO	SSE	Q² (=1-SSE/SSO)
Çevresel Dinamizm	835,000	835,000	
Çevresel Rekabet	668,000	668,000	
Öğrenme Kapasitesi	668,000	579,284	0,133
İşletme Büyüklüğü	167,000	167,000	
İşletme Karakteristik Özelliği Kapasitesi	2.338,000	1.864,002	0,203
İşletme Yaşı	167,000	167,000	

Tablo 22 incelendiğinde, sonuç değişkeni olan finansal performans değişkeninin Q² değerinin 0,169 olduğu görülmektedir. Bu durum araştırma modelinin finansal performans değişkenini orta düzeyde tahmin etme gücüne sahip olduğunu gösterir. Aynı şekilde aracı değişken olan inovasyon kapasitesi alt bileşenlerinden ARGEK'nin Q² değeri 0,104, öğrenme kapasitesinin 0,133 ve işletme karakteristik özellikleri kapasitesinin ise 0,203 olduğu görülmektedir. Bu durum araştırma modelinin aracı değişken olan inovasyon kapasitesi endojen değişkenini orta düzeyde tahmin etme gücüne sahip olduğunu gösterir.

Yapılan tüm bu analizlerin ardından teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerin sonuçları Tablo 23'de verilmiştir.

Tablo 23. Hipotez Test Sonuçları

İLİŞKİLER		BULGULAR			ALT HİPOTEZ	YORUM	HİPOTEZ	YORUM
GY → İK	Y → ARGEK	$\beta=,239$	$t=2,861$	$p=,004$	H1a	Desteklendi	H1	Desteklendi
	Y → ÖK	$\beta=,322$	$t=3,823$	$p=,000$				
	Y → İKÖK	$\beta=,452$	$t=6,613$	$p=,000$				
	P → ARGEK	$\beta=,288$	$t=3,582$	$p=,000$	H1b	Desteklendi		
	P → ÖK	$\beta=,241$	$t=2,803$	$p=,005$				
	P → İKÖK	$\beta=,305$	$t=4,183$	$p=,000$				
	R → ARGEK	$\beta=,043$	$t=0,531$	$p=,595$	H1c	Desteklenmedi		
	R → ÖK	$\beta=,029$	$t=0,323$	$p=,747$				
	R → İKÖK	$\beta=,080$	$t=1,310$	$p=,190$				
GY → FP	Y → FP	$\beta=,075$	$t=0,883$	$p=,377$	H2a	Desteklenmedi	H2	Desteklenmedi
	P → FP	$\beta=,208$	$t=2,057$	$p=,040$	H2b	Desteklenmedi		
	R → FP	$\beta=,038$	$t=0,457$	$p=,648$	H2c	Desteklenmedi		

Tablo 23. (Devamı)

	İLİŞKİLER	BULGULAR			ALT HİPOTEZ	YORUM	HİPOTEZ	YORUM
GY → İK → FP	Y → ARGEK → FP	$\beta=,025$	t=1,026	p=,305			H3	Desteklenmedi
	Y → İKÖK → FP	$\beta=,017$	t=0,331	p=,741				
	Y → ÖK → FP	$\beta=,077$	t=2,195	p=,028				
	P → ARGEK → FP	$\beta=,030$	t=1,215	p=,224				
	P → İKÖK → FP	$\beta=,011$	t=0,329	p=,742				
	P → ÖK → FP	$\beta=,058$	t=1,954	p=,051				
	R → ARGEK → FP	$\beta=-,005$	t=0,375	p=,708				
	R → İKÖK → FP	$\beta=,003$	t=0,264	p=,792				
	R → ÖK → FP	$\beta=-,007$	t=0,301	p=,763				
İK → FP	ARGEK → FP	$\beta=,081$	t=1,007	p=,314			H4	Desteklenmedi
	ÖK → FP	$\beta=,227$	t=2,624	p=,009				
	İKÖK → FP	$\beta=-,028$	t=0,305	p=,760				
GY → İK → FP	ÇDMEAGEK → FP	$\beta=-,086$	t=0,516	p=,606			H5	Desteklenmedi
	ÇDMEÖK → FP	$\beta=-,009$	t=0,063	p=,950				
	ÇDMEİKÖK → FP	$\beta=,056$	t=0,383	p=,701				
GY → İK → FP	ÇRMEAGEK → FP	$\beta=-,022$	t=0,156	p=,876			H6	Desteklenmedi
	ÇRMEÖK → FP	$\beta=-,067$	t=0,487	p=,626				
	ÇRMEİKÖK → FP	$\beta=-,033$	t=0,176	p=,860				

Tablo 23 incelendiğinde, girişimcilik yöneliminin inovasyon kapasitesi üzerinde etkili olduğu, başka bir ifadeyle H1 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Aynı şekilde girişimcilik yönelimi alt boyutlarından yenilikçilik ve proaktifliğin inovasyon kapasitesi üzerinde etkili olduğu, başka bir ifadeyle H1a ve H1b hipotezlerinin desteklendiği görülmektedir. Girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma boyutunun ise inovasyon kapasitesi üzerinde etkili olmadığı, bir başka ifadeyle H1c hipotezinin gerçekleşmediği görülmektedir. Girişimcilik yönelimi alt boyutlarından proaktifliğin finansal performans üzerinde istatistiki olarak anlamlı ve negatif yönde etkili olduğu, başka bir ifadeyle H2b hipotezinin desteklenmediği görülmektedir. Girişimcilik yönelimi alt boyutlarından yenilikçilik ile risk almanın ise finansal performans üzerinde etkili olmadığı, başka bir ifadeyle H2a ve H2c hipotezlerinin gerçekleşmediği görülmektedir. Bu bağlamda girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik boyutunun finansal performans üzerinde etkisinin anlamlı ancak negatif olması, yenilikçilik ile risk almanın ise finansal performans üzerinde herhangi bir etkisinin olmaması, H2 hipotezinin desteklenmediğini gösterir. Aynı şekilde girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasındaki ilişkide inovasyon kapasitesinin aracı rolünün olmadığı bir başka ifadeyle H3 hipotezinin gerçekleşmediği görülmektedir. İnovasyon kapasitesi ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki olmadığı, başka bir ifadeyle H4 hipotezinin gerçekleşmediği görülmektedir. Girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkilerine bakıldığında, moderatör etkilerinde olmadığı, başka bir ifadeyle H5 ve H6 hipotezlerinin gerçekleşmediği görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmanın amacı; girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi gibi girişimcilik konuları ile çevresel dinamizm ve rekabet gücü gibi çevresel faktörleri bir araya getirerek, bu girişimcilik değişkenleri ile finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda ilk önce çalışmanın evreni belirlenmiştir. Çalışmanın evrenini İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 50 ve üzeri çalışanı ile aynı zamanda AR-GE merkezi olan firmalar oluşturmuştur. Bu firmaların tercih edilmesinin nedenlerinden biri, literatürde var olan çalışmaların tamamına yakınının KOBİ'ler ile ilgili olması, orta ve büyük ölçekli işletmeler ile ilgili çalışmaların eksik kalması. İkincisi ise çalışmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz edebilmek için değişkenlerinden biri olan inovasyon kapasitesinin ölçülebilmesi adına AR-GE faaliyetleri uygulayan işletmelerin olması. Çünkü AR-GE faaliyetleri inovasyon sürecinin ayrılmaz bir parçası ve ön koşuldur. Evrende örneklem seçiminde kasıtlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın evreni belirlendikten sonra, İstanbul ve Kocaeli sanayi odasına kayıtlı 50 ve üzeri çalışanı olan firmalar tespit edilmiştir. Daha sonra Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı AR-GE Teşvikleri Genel Müdürlüğünden AR-GE merkezi olan firmalar temin edilerek sanayi odasına kayıtlı firmalar içerisinde AR-GE merkezi olanlar tespit edilmiştir. Bu şekilde tespit edilen 210 firma (İstanbul 179, Kocaeli 31) araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

Yapılan geniş kapsamlı bir literatür çalışması sonucunda araştırmanın teorik alt yapısı oluşturulmuştur. Araştırmanın teorik kısmında ilk olarak inovasyon süreci ele alınmış olup, bu süreçte inovasyon kavramı, inovasyon ile ilişkili kavramlar, inovasyon türleri, inovasyon stratejileri, inovasyon modelleri ve inovasyona yönelik yaklaşımlar ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. İkinci olarak girişimcilik yönelimi, girişimcilik yöneliminin boyutları, inovasyon kapasitesi ve finansal performans kavramları açıklanmıştır. Üçüncü olarak çevresel faktörler ve moderatör değişken kavramları ayrıntılı bir şekilde açıklandıktan sonra, girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkisi ile ilgili öne

çıkan çalışmalar incelenerek araştırma modelinin bir bütün olarak alt yapısı oluşturulmuştur. Modelin alt yapısı oluşturulduktan sonra teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda hipotezler geliştirilmiştir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak standart veri elde etme ve buna bağlı üstün veri analizi sunma özelliklerinden dolayı anket tekniği kullanılmıştır. Anket altı farklı ölçeğin birleştirilmesi ve bunların Türkçeye uyarlanması sonucunda toplam yedi bölüm şeklinde tasarlanmış ve 59 sorudan oluşmuştur. Anket soruları literatürde en fazla kullanılan ve geçerliliği uzmanlar ve akademisyenler tarafından test edilmiş sorulardan oluşmuştur. Bu kapsamda anket çalışması evrende belirlenen işletmelere 2018 Ağustos ve 2019 Haziran ayları arasında en az AR-GE departman müdürü seviyesinde olmak üzere her işletmeden bir yöneticiyle gerek yüz yüze gerek telefonla görüşerek gerekse mail aracılığıyla anket formları doldurtulmuştur. Bu anketlerden elde edilen verilerin analizinde istatistik paket programı SPSS ve SmartPLS programlarından yararlanılmıştır.

SmartPLS programının kullanılmasının nedenlerinden birincisi, değişken sayısının fazla örneklem büyüklüğünün ($n=167$) küçük olmasından dolayı CB-SEM (AMOS) yazılım programının kullanılamaması. İkincisi örnekleme test edip doğrulayarak açıklayıcı araştırma modellerinde oldukça uygulanabilen ve tahmin odaklı araştırma için güçlü bir istatistik aracı olması (Velayutham vd., 2012: 1354; Kandemir, 2016: 311). Üçüncüsü CB-SEM’de moderatör değişkenlerin analizlerini gerçekleştirmede bir takım sınırlamalar olmasına rağmen PLS-SEM modelinde bir veya daha fazla moderatör değişkeni entegre ederek analizlerin sorunsuz bir şekilde çalışmasına olanak sağlaması (Ringle vd., 2018: 3). Dördüncüsü ise kompleks modelleri analiz edebilir olması (Doğan, 2019: 22) ve beşincisi ise RMSEA uyum indeksi değerinin örneklem büyüklüğüne duyarlı olmasıdır. Literatürde RMSEA değeri için beklenen kritik eşik değerin 0,08’in altında olmasıdır. Anacak örneklem büyüklüğü küçük olduğundan RMSEA uyum indeks değeri literatürde ifade edilen değerin üzerinde olabilmektedir. Bundan dolayı uyum indekslerine duyarlı olmayan PLS-SEM modeli kullanılmıştır.

Verilerin analizinde; güvenilirlik testi, geçerlilik testi, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, frekans dağılımı ve yapısal eşitlik modeli gibi analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırma modelini analiz etmeden önce araştırma kapsamında yer alan

değişkenlere ait güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Güvenilirlik analizi kapsamında; iç tutarlılık güvenilirliği için “Cronbach’s Alpha değeri ve bu değer ile birlikte smart-PLS programının birlikte hesaplamış olduğu rho_A ve birleşik güvenilirlik (Composite Reliability)” değerleri kullanılmıştır. Geçerlilik analizi kapsamında ise “faktör yükleri ile açıklanan ortalama varyans (AVE=Average Variance Extracted)” değerleri kullanılmıştır. SmartPLS3 istatistik programından yararlanarak modele ilişkin doğrusallık, yol katsayıları, R² ve etki büyüklüğü (f²) değerlerini hesaplamak için PLS algoritması, tahmin gücünü (Q²) hesaplamak içinde Blindfolding analizleri çalıştırılmıştır. PLS yol katsayılarının anlamlılık derecelerini değerlendirmek içinde yeniden örnekleme (Bootstrapping) ile örneklemden 5000 alt örneklem alarak t-istatistik değerleri hesaplanmıştır.

Yeniden örnekleme yöntemi (Bootstrapping), var olan örneklemin çok sayıda benzerinin elde edilmesidir. PLS-SEM, örneklemin normal dağılımı ile ilgili varsayımına sahip olmadığı için yeniden örnekleme yöntemi kullanılmaktadır. Yeniden örnekleme yöntemi az sayıdaki örneklemden her defasında çekilen ve geri bırakılan örneklem sayısı kadar rastgele çekim yapılmakta ve yeniden örneklem oluşturulmaktadır. Bu işlem binlerce defa tekrar ederek çok sayıda yeniden örneklemin binlerce türevi oluşturulmaktadır. Her bir türev örneklem için ilişki katsayıları hesaplanmakta ve daha sonra bu ilişkilerin dağılımı gerçekleştirilmektedir. Böylece küçük örneklemin söz konusu olduğu durumlarda normaliteden sapma endişesi ortadan kaldırılmış olmaktadır. PLS-SEM analiz yöntemi normal dağılım varsayımına dayanmadığı için parametrik olmayan (Non-parametrik) bir yöntemdir (Doğan, 2019: 18).

Araştırma sonuçları, girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bu durum inovasyon eylemlerinin girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik yönelimi tarafından yönlendirildiğini göstermektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda H1a alt hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca araştırma sonucu; Omar vd. (2016), Noor ve Aljanabin (2015) ve Etriya vd.’nin (2012) yapmış olduğu çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Şaşırtıcı bir şekilde önceki çalışmalar finansal performans için girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçiliğin önemini vurgulamış olsa da, çalışmadaki veriler

bu hipotezi desteklememiştir. Başka bir ifadeyle, yenilikçilik boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir. Bu hipotezin desteklenmemesinin nedenlerinden biri olarak, Kemelgor'un (2002) ifade ettiği gibi ülkelerin kültür ve girişimcilik yönünden farklı olmasıdır. Araştırma kapsamındaki girişimcilik yönelimi ile ilgili ölçek soruları, Li vd. (2017) tarafından stratejik ittifak yapan 197 Çinli firma için geliştirilen ölçek baz alınarak geliştirilmiştir. Bu durum araştırma kapsamındaki firma yöneticilerinin yenilikçilik konusundaki düşünce ve görüşleri ile kültür yapılarının farklı olması, aynı sorulara farklı cevaplar verilmesine neden olmuş olabilir.

İkinci nedeni ise 2016 yılında Türkiye'de yaşanan 15 Temmuz darbe girişiminin ekonomi üzerinde yarattığı olumsuz hava ile 2018 Ağustos ayında yaşanan döviz krizi ile birlikte Türkiye ekonomisinde yaşanan daralma, başka bir ifadeyle stagflasyon riskinin etkili olduğu söylenebilir. Aynı şekilde ekonomik durgunluk dönemlerinde firmalar AR-GE harcamaları için yeterli düzeyde haracama yapmayarak yeni ürünleri ortaya koyma ve tanıtımında gecikmeler yaşayacak olmalarında bir diğer nedeni olabilir. Bu sonuçlar doğrultusunda H2a alt hipotezi kabul edilmemiştir. Ayrıca araştırma sonuçları, Petrović vd. (2015), Kraus vd. (2012) ve Hughes ve Morgan'ın (2007) yapmış olduğu çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları, girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bu durum inovasyon eylemlerinin girişimcilik yönelimi boyutlarından proaktiflik yönelimi tarafından yönlendirildiğini göstermektedir. Bu doğrultuda, geleceğe odaklanabilen, düşünce yaratabilen, sorumluluklar üstlene bilen, problemleri öngören ve bunları önleye bilen firmaların, bu eylemleri yerine getiremeyen firmalara göre daha yenilikçi yeteneğe sahip oldukları söylenebilir. Bu sonuçlar doğrultusunda H1b alt hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca araştırma sonuçları, Ribau vd. (2017), Omar vd. (2016), Noor ve Aljanabi (2015) ve Etriya vd.'nin (2012) yapmış olduğu çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Daha önceki çalışmalarda proaktivitenin önemi ve finansal performans üzerindeki etkisi, hem teorik tartışmalarda hem de ampirik araştırmalarda vurgulanmıştır. Örneğin; Rezaei ve Ortt (2018), Fadda (2018), Mason (2015), Muzaffar (2011), Özer (2011) ve Alpkan vd. (2005) çalışmalarında proaktifliğin finansal

performans üzerinde etkili olduğunu, bu etkinin pozitif yönde olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çalışmaların aksine araştırma sonuçları proaktiflik boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ancak negatif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırma sonuçları, girişimcilik yönelimi boyutlarından risk alma ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu hipotezini ve risk alma ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu hipotezini desteklememiştir. Daha önceki çalışmalarda risk almanın önemi ve finansal performans üzerindeki etkisi hem teorik tartışmalarda hem de ampirik araştırmalarda vurgulanmıştır. Örneğin; Rezaei ve Ortt, (2018), Magaji (2017), Aminu (2016), Filser ve Eggers (2014), Altutaş ve Dönmez (2010), Rauch vd. (2009), ve Rauch vd. (2004) çalışmalarında risk almanın finansal performans üzerinde etkili olduğunu, Mason vd. (2015), Koe (2013) ve Kroeger'de (2007) bu etkinin pozitif yönde olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çalışmaların aksine araştırma sonuçları risk alma boyutu ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı herhangi bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur.

Bu hipotezlerin desteklenmemesinin nedenlerinden biri olarak, yine Kemelgor (2002)'un ifade ettiği gibi ülkelerin kültür ve girişimcilik yönünden farklı olmasıdır. İkinci nedeni, 2016 yılında Türkiye'de yaşanan 15 Temmuz darbe girişiminin ekonomi üzerinde yarattığı olumsuz hava ile 2018 Ağustos ayında yaşanan döviz krizi ile birlikte Türkiye ekonomisinde yaşanan daralma, başka bir ifadeyle stagflasyon riskinin etkili olduğu söylenebilir. Üçüncü nedeni ise, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların AR-GE yatırımları için yapmış olduğu harcama tutarlarıdır. Daha önce Tablo 18'de verilen rakamlar incelendiğinde, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların AR-GE faaliyetleri için yeterli düzeyde zaman ve fon ayırmadığı söylenebilir. AR-GE faaliyetleri için yeterli fon ayrılmadığı zaman yeni ürünlerin ortaya konulması ve bunların tanıtılmasında gecikecektir. Aynı şekilde AR-GE faaliyetleri sonucu ortaya çıkan yeni ürün ve hizmetler ticarileştirilmediği zaman bir anlam ifade etmeyecektir. Bunun için bu yeni ürün ve hizmetlerin ortaya konulması kadar bunların ticarileştirilmesinin de en az gerçekleştirilmesi kadar önemli olduğu bilinmelidir. Şayet inovasyon başarılı bir şekilde ticarileştirilmez ise ondan yeterince sosyal ve ekonomik katma değer elde edilemez, bunun sonucunda hem rekabet açısından hem de

kaynakların etkin kullanımı açısından dezavantajlı bir durum ortaya çıkabilir (Efor Patent, 2019). Araştırma kapsamındaki firma yöneticileri hem bu dezavantaj endişesinden dolayı risk almaktan çekiniyor olmaları, hemde yukarıda sayılan nedenlerden dolayı bu hipotez desteklenmemiş olabilir. Bu sonuçlar doğrultusunda hem H1c alt hipotezi hemde H2c alt hipotezi kabul edilmemiştir. Ayrıca araştırma sonuçları, Bulut ve Yılmaz'ın (2008) çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları, girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Başka bir ifadeyle, girişimcilik yönelimi ile inovasyon kapasitesi arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda H1 temel hipotezi kabul edilmiştir. Bu durum inovasyon eylemlerinin girişimcilik yönelimi tarafından yönlendirildiğini göstermektedir. Ayrıca araştırma sonuçları; Ribau vd. (2017), Omar vd. (2016), Noor ve Aljanabi (2015) ve Etriya vd.'nin (2012) yapmış olduğu çalışmaların sonuçlarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır hipotezi desteklenmemiştir. Literatürde var olan girişimcilik yönelimi tanımı, bir örgüt içerisinde girişimcilik yöneliminin var olabilmesi için girişimcilik yönelimi boyutlarından bir ya da bir kaçının varlığını yeterli görmektedir (Solmaztürk ve Dündar, 2018: 81). Bu bağlamda genel bir değerlendirme yapıldığında girişimcilik yönelimi boyutlarından yenilikçilik ile risk almanın finansal performans üzerinde anlamlı herhangi bir etkisinin olmaması, prokatiflik ile finansal performans arasında ise anlamlı ve negatif ilişkinin olması girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğunu gösterir. Bu doğrultuda daha önce teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda literatüre paralel bir şekilde geliştirilen hipotezlerden; H2 hipotezi kabul edilmemiştir. Girişimcilik yönelimi ile finansal performans arasındaki ilişkide inovasyon kapasitesinin aracılık etkisi vardır hipotezi ise desteklenmemiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda H3 temel hipotezleri kabul edilmemiştir. Ayrıca araştırma sonuçları Efe (2018)'nin çalışmalarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları, inovasyon kapasitesi ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu hipotezini desteklememiştir. Bu hipotezin desteklenmemesinin nedenlerinden biri, Kemelgor'un (2002) ifade ettiği gibi ülkelerin kültür ve girişimcilik yönünden farklı olmasıdır. Araştırma kapsamındaki inovasyon kapasitesi ile ilgili ölçek soruları, Oura vd.'nin (2016) Brezilya'daki KOBİ'ler için geliştirmiş olduğu ölçek baz alınarak geliştirilmiştir. Bu durum araştırma kapsamındaki firma yöneticilerinin inovasyon kapasitesi konusundaki düşünce ve görüşleri, kültür yapıları ve ülkelerin ekonomik alt yapı ve güçlerinin farklı olması aynı sorulara farklı cevaplar verilmesine neden olmuş olabilir.

İkinci nedeni, 2016 yılında Türkiye'de yaşanan 15 Temmuz darbe girişiminin ekonomi üzerinde yarattığı olumsuz hava ile 2018 Ağustos ayında yaşanan döviz krizi ile birlikte Türkiye ekonomisinde yaşanan daralma, başka bir ifadeyle stagflasyon riskinin etkili olduğu söylenebilir. Çünkü Koellinger'inde (2008) ifade ettiği gibi, inovasyon kapasitesinin başarısı veya başarısızlığı firmaların teknolojik alt yapısına bağlıdır. Bir firmanın teknolojik alt yapısının güçlü olması ise içinde yaşadığı ekonomik duruma bağlıdır. İçinde yaşadığı ekonomik durum istikrarlı ve güçlü ise firmanın teknolojik alt yapısı da o denli güçlü ve istikrarlı olacaktır. Tam tersi durumunda ise firma varlığını devam ettirme kaygısı içerisinde olacağından yeni teknolojiler edinme yerine pazardaki mevcut konumunu korumaya çalışacaktır.

Üçüncü nedeni, Wang vd.'nin (2008) ifade ettiği gibi, firmaların teknoloji temelli çekirdek yetenekler açısından farklı güçlü ve zayıf yönleri sahip olmaları olabilir. Dördüncü nedeni ise firmaların AR-GE yatırımları için yapmış olduğu harcama tutarlarıdır. Daha önce Tablo 18'de verilen rakamlar incelendiğinde, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların AR-GE faaliyetleri için yeterli düzeyde zaman ve fon ayırmadığı söylenebilir. Uluslararası rekabette temel belirleyici unsur olan AR-GE ve inovasyon payının Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmalarda daha az olması, bu firmaların yeni ürünleri ortaya koyabilme ve tanıtabilme konusunda gecikmeler yaşamasına neden olacaktır. Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firma yöneticilerinin AR-GE harcamaları konusunda rakiplerine göre daha tutucu olmaları bu hipotezin desteklenmemesinin nedenlerinden bir diğeri olabilir. Bu sonuçlar doğrultusunda H4 temel hipotezi kabul edilmemiştir. Ayrıca araştırma sonuçları,

Kafetzopoulos ve Psomas'ın (2015) çalışmalarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları, çevresel dinamizm; girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkiler ve böylece dinamizm ne kadar yüksek olursa girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki de o kadar güçlü olur hipotezi desteklenmemiştir. Bu hipotezin desteklenmemesinin nedenlerinden biri Zahra ve Garvis'in (2000) ifade ettiği gibi, çevresel dinamizm arttıkça firma güçlü bir pazar konumu oluşturmak, marka bilinirliğini sağlamak ve müşteri sadakatini geliştirmek için daha fazla çalışmak zorunda kalacağından dolayı bu durum firmaların karlarında azalmaya neden olabilir. Aynı şekilde yoğun çevresel dinamizm firmalara ek pazar kazandırmayı zorlaştıranın yanında, firmaların mevcut pazar paylarını korumaları için maliyetli yenilikler yapmayı, reklam ve pazarlama ile uğraşmayı zorunlu kılacağından (Grant, 1995) dolayı karın azalmasına neden olabilir. Yoğun çevresel dinamizmin yaşandığı ortamlarda firmaların hayatlarını devam ettirebilmeleri için sürekli olarak beceri ve kaynak temellerini yeniden yapılandırmak durumdadırlar. Tüm bu nedenlerden dolayı firmalar azalan ve negatif getiriler gerçekleştirebilirler. Bu nedenlerden dolayı bu hipotez desteklenmemiş olabilir. Bu sonuçlar doğrultusunda H5 temel hipotezi kabul edilmemiştir. Ayrıca araştırma sonuçları, Jiao vd.'nin (2011) yapmış olduğu çalışma sonuçlarını destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları, çevresel rekabet gücü; girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkiler ve böylece rekabet gücü ne kadar yüksek olursa girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişki de o kadar güçlü olur hipotezi desteklenmemiştir. Bu hipotezin desteklenmemesinin nedenlerinden biri olarak, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların, AR-GE yatırımları konusunda yeterli harcama yapmadıkları söylenebilir. Daha önce Tablo 18'de verilen rakamlar incelendiğinde, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların AR-GE faaliyetleri konusunda rakiplerinden çok daha az fon ayırdıkları görülmektedir. Son yirmi yılda teknoloji ve iletişimde yaşanan hızlı gelişim ve değişim paralelinde uluslararası bazda yoğun rekabetlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu yoğun rekabet ortamında firmalarının hayatlarını devam ettirebilmelerinin temel parametrelerinin başında inovasyon

kapasitesi ve yenilikçilik performansı gelmektedir. Uluslararası rekabette temel belirleyici unsur olan inovasyon kapasitesinin temel boyutu olan AR-GE ve inovasyon payının Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmalarda daha az olması, rakiplerine karşı yeni ürünleri ortaya koyabilme ve tanıtabilme konusunda gecikmeler yaşamasına neden olmaktadır. Bu gecikmelerde firmaların rakipleri karşısında pazar paylarını koruyamamalarına ve piyasadan çekilmelerine neden olabilmektedir. Sonuç olarak, Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firma yöneticilerinin AR-GE harcamaları konusunda rakiplerine kıyasla daha tutucu olmaları bu firmaların uluslararası rekabet gücünü zayıflatacağından dolayı bu hipotez desteklenmemiş olabilir. Bu sonuçlar doğrultusunda H6 temel hipotezi kabul edilmemiştir.

Araştırma sonuçları, kontrol değişkenlerden nakit tutumu ile uluslararası deneyimin finansal performans üzerinde istatistiki olarak anlamlı ve pozitif ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur. Başka bir ifadeyle işletmelerin nakit tutumu konusundaki düşünce ve faaliyetleri finansal performanslarını etkilemektedir. Aynı şekilde beklendiği gibi, firmaların ihracat ve ithalat gibi uluslararası deneyimleri de finansal performanslarını etkilemektedir. Ancak işletme büyüklüğü, işletme yaşı ve sermaye yapısı ile finansal performans arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Başka bir ifadeyle, araştırma kapsamındaki işletmelerin orta ve büyük ölçekli olmalarının finansal performansa etkisi olmadığı söylenebilir. Aynı şekilde işletmelerin yaşlarının da finansal performans üzerinde etkisi olmadığı, bunun nedeninin ise eski işletmelerin yenilikçilik konusunda yeni işletmelere göre daha tutucu olmaları söylenebilir.

Çalışmanın literatüre katkısı, girişimcilik yönelimi ile inovasyonun farklı alanları ile ilgili çok sayıda çalışma olmasına rağmen girişimcilik yönelimi ve inovasyon kapasitesi arasında dinamik çevrenin ve rekabet gücünün finansal performansı etkilemedeki moderatör rolü ile ilgili çalışmalara rastlanılmamış olması bu ilişkinin ampirik olarak araştırılmasında bu eksiklikler önemli bir araştırma boşluğudur. Çalışmanın literatürdeki bu boşluğu dolduracak olması önem arz etmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülke Türkiye için bu boşluğun doldurulmasına yardımcı olması ve ilgili literatüre bu anlamda katkı sağlaması beklenmektedir. Bu çerçevede araştırma teorik kuramın temel argümanları doğrultusunda oluşturulan şu sorulara yanıt aramayı amaçlamaktadır:

- i. Girişimcilik yönelimi direkt olarak finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?
- ii. Girişimcilik yönelimi inovasyon kapasitesi üzerinden dolaylı olarak finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?
- iii. Girişimcilik yönelimi inovasyon kapasitesi üzerinde ne derece etkilidir?
- iv. İnovasyon kapasitesi finansal performans üzerinde ne derece etkilidir?
- v. Çevresel rekabet gücü girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi ne yönde etkilemektedir?
- vi. Çevresel dinamizm girişimcilik yönelimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkiyi ne yönde etkilemektedir?

Çalışma, alanında ilk olması ve bu boşluğun doldurulmasına yardımcı olması nedeniyle bu anlamda literatüre katkı sağlaması açısından özgün bir çalışma olacaktır.

Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların uzun dönemde değişimi yakalamak, rekabet üstünlüğünü korumak ve yaşamını devam ettirebilmek için inovasyonu stratejik bir hedef haline getirmelidirler. Bu stratejik hedefin gerçekleşmesinin yolu ise AR-GE çalışmalarından geçmektedir. Bunun için firmalar AR-GE faaliyetlerini bu stratejik hedeflerinin odak noktasına oturtmalıdırlar. Türkiye'nin hali hazırdaki AR-GE ve inovasyon stratejilerini yeniden gözden geçirmesinde fayda olacağı düşünülmektedir. Çünkü, AR-GE harcamaları geçmiş yıllara nazaran artmış olsada, yinede bu oran 2017 yılında GSYİH'nın %0,96'sı kadardır. Gelişmiş ülkelerde bu oran yaklaşık %3-4 civarlarındadır. Bu durum Türkiye'nin AR-GE harcamaları konusunda gelişmiş ülkelerin çok gerisinde kaldığını göstermektedir. Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren firmaların, özellikle özel sektörün uluslararası arenada rakipleri ile rekabet edebilmesi için teknolojiyi yakalayıp, AR-GE zeminini sağlamlaştırması gerekmektedir. Aynı şekilde Türkiye'nin doğru yerde ve doğru zamanda yarışa dahil olabilmesi için, stratejik öneme sahip inovasyon alanlarına yönelik analiz çalışmaları yapıp bu alanlardan hangisi ile yarışa katılabileceğini belirlemesi gerekmektedir.

Çalışma bulgularının özellikle çalışmaya katılan işletme yöneticileri ile paylaşımı, firmaların yeniliğe odaklanmalarını ve gerekli önemi vermelerini sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı şekilde çalışma bulgularının politika yapıcılar, devlet yöneticileri ve karar vericiler ile paylaşımının gerçekleştirilecek olması, firmaların

inovasyon konusunda teşvik edilmesi noktasında teşvik programlarının bunlara göre değerlendirilmesini sağlayacağı düşünülmektedir. Böylece şirket yöneticilerinin, politika yapıcılarının yararlanması ile birlikte inovasyonun verimlilik artışı, ihracat artışı, büyüme ve kalkınmaya sağlayacağı faydalar göz önüne alındığında; politika yapıcılara, siyasi otoriteye inovasyona daha fazla ağırlık verilmesini ön plana çıkarmaktadır. İnovasyona ağırlık verilmesi durumunda ekonominin temel problemi olan cari açığın düşürülmesi, dış şoklara bağımlılığın azalması, dış borcun azalması, sürdürülebilir hızlı ekonomik büyümenin sağlanmasını da beraberinde getirecektir.

Bu çalışma alanında ilk olması nedeniyle gelecekteki çalışmalara yol göstermesi açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırmacılara aşağıdaki öneriler verilebilir.

i. Araştırma İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 50 ve üzeri çalışanı ve AR-GE merkezi olan işletmelere uygulanmıştır. Bu nedenle çalışma sonuçlarının genellenebilmesi için araştırmanın farklı illerde uygulanması önerilmektedir.

ii. Araştırma İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli işletme yöneticileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu yüzden araştırmanın KOBİ'ler üzerinde yapılması önerilmektedir.

iii. Araştırmanın evrensel olabilmesi için gelişim düzeyi farklı ülkeler ile kıyaslanarak yapılması önerilmektedir.

iv. Araştırmanın daha kapsamlı değerlendirilebilmesi için başka değişkenlerin dahil edilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adnan, Z., Abdullah, H.S. ve Ahmad, J. (2016). Assessing the moderating effect of competition intensity on HRM practices and organizational performance link: The experience of malaysian R&D companies. *Procedia Economics and Finance*, 35, 462-467. doi: 10.1016 / S2212-5671 (16) 00057-5
- Ağca, V. ve Kandemir, T. (2008). Aile işletmelerinde iç girişimcilik finansal performans ilişkisi: Afyonkarahisar’da Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, X(3), 210-230.
- Aini, E.K., Shen, D.C.L., Musdaieq, M.A. ve Handayani, S.R. (2013). The role of innovation capability on business performance at small medium enterprises. *Jurnal Profit*, 7(1), 101-112.
- Akgül, A.E., Keskin, H. ve Byrne, J.C. (2008). The moderating role of environmental dynamism between firm emotional capability and performance. *Journal of Organizational Change Management*, 21(2), 230-252. doi:10.1108/09534810810856453
- Akgül, A. ve Çevik, O. (2005). İstatistiksel analiz teknikleri, SPSS’te işletme yönetimi uygulamaları (2. bs.). Ankara: Emek Ofset.
- Akhlagh, E. M., Moradi, M., Mehdizade, M. ve Ahmadi, N.D. (2013). Innovation strategies, performance diversity and development: An empirical analysis in Iran construction and Housing industry. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 6(2), 31-60. doi: 10.22059 / ijms.2013.32063
- Akman, G. ve Yılmaz, C. (2008). Innovative capability, innovation strategy and market orientation: An empirical analysis in Turkish software industry. *International Journal of Innovation Management*, 12(1), 69-111. doi: 10.1142/S1363919608001923
- Alam, S.S., Arumugam, V., Nor, N.G.M., Kaliappan, P. ve Fang, L.S. (2013). Relationships between innovation capabilities, business performance, marketing performance and financial performance: A literature review. *Business and Management Horizons*, 1(1), 59-73. doi: 10.5296 / bmh.v1i1.3415

- Albayrak, A.S. (2005). Çoklu doğrusal bağlantı halinde enküçük kareler tekniğinin alternatifini yanlı tahmin teknikleri ve bir uygulama. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1), 105-126.
- Aldemir, B. (2011). Küçük ve orta boy inşaat firmalarının girişimcilik yönelimi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Ali, Y.S.A. (2017). Entrepreneur orientation and firms performance: The moderating role of environmental dynamizm. International Journal of Economics, Business and Management Research, 1(5), 425-447.
- Allred, B.B. ve Swan, K.S. (2005). The mediating role of innovation on the influence of industry structure and national context on firm performance. Journal of International Management, 11, 229-252. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2005.03.011>
- Alpaslan Danışman, S. (2015). Yenilik (Innovation) ve icat (Invention) kavramları arasındaki İlişki: Metaforlarla keşfedici vir araştırma. Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 3(2), 143-164.
- Alpkan, L., Ergün, E., Bulut, Ç. ve Yılmaz, C. (2005). Şirket girişimciliğinin şirket performansına etkileri. Doğu Üniversitesi Dergisi, 6(2), 175-189.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 39(1), 50-74.
- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. ve Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. The Academy of Management Journal, 39 (5), 1154–1184. <https://doi.org/10.5465/256995>
- Aminu, M.İ. (2016). Entrepreneurial orientation and financial performance of simple firms in Nigeria. Sokoto Journal of Management Studies, 10(1), 1-15.
- Amit, R. ve Schoemaker, P.J.H. 1993). Strategic assets and organizational rent. Strategic Management Journal, 14(1), 33-46.
- Ansal, H. (2004). Geçmiş ve gelecekte ekonomik gelişmede teknolojinin rolü, Teknoloji Türkiye Mühendis ve Mimar Odaları Birliği 50. Yıl Yayınları. Ankara: Kozan Ofset.

- Antonelli, C. (2009). The economics of innovation: From the classical legacies to the economics of complexity. *Economics of Innovation and New Technology*, 18(7), 611-646. doi:10.1080 / 10438590802564543
- Aras, G., Tezcan, N., Kutlu Furtuna, Ö. ve Aybars, A. (2014). Firmaların AR-GE ve inovasyon performanslarının stratejik analizi. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 2014-10.
- Arrow, K.J. (1962). Economic welfare and the allocation of resources for invention, üniversiteler-naslon büro komite için ekononik araştırma, komite için ekononik büyüme için sosyol bilimsel araştırma konseyi. Princeton University Press. 17 Ocak 2019 tarihinde <https://www.nber.org/books/univ62-1>, adresinden erişildi.
- Aslan, İ. (2018). Girişimcilik ile inovasyon stratejilerinin kobilerin sürdürülebilirliği ve performansına etkileri üzerine bir araştırma. Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Atalay, M., Anafarta, N. ve Sarvan, F. (2013). The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 226-235. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- Ayaydın, H. ve Karaaslan, İ. (2016). Girişimcilik eğilimleri ile firma büyümesi arasındaki ilişkiye KOBİ'lerin sermaye yapısının ve maddi olmayan varlıklarının etkisinin incelenmesi: TR90 Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICAFR 16 Özel Sayısı, 506-518.
- Aygen, S. (2006). İşletmelerde yenilik yönetimi sürecinde örgüt yapılarında ve hizmet tasarımlarında yaşanan dönüşümler: Antalya ili beş yıldızlı konaklama işletmelerinde ampirik bir araştırma ve hizmet tasarımı önerisi, Yayımlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Bağcı Kılıç, G., Yardımcı, E. ve Metin, D. (2009). Fen öğretiminde değişkenler nasıl adlandırılabilir? *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 13-26.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baron, R. M. ve Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical

- considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
doi: 10.1037//0022-3514.51.6.1173
- Barringer, B.R. ve Bluedorn, A.C. (1999). The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management (Journal Strat. Mgmt. J.)*, 20, 421-444.
- Barut, A. (2018). Firmaların araştırma ve geliştirme yatırımlarının belirleyicileri ve finansal performans üzerindeki etkisi: Türkiye imalat sanayi örneği. Yayınlanmamış doktora tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Bateman, T.S. ve Crant, J.M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 103-118. doi: 10.1002 / iş.4030140202
- Bergeron, F. Raymond, L. Ve Rivard, S. (2001). Fit in strategic information technology management research: an empirical comparison of perspectives. *Omega The International Journal of Management Science*, 29 (2001), 125-142.
[https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00034-7](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00034-7)
- Beyhan Yaşar, N. (2017). Modelling relations between innovation and continuous improvement and their impact on firm performance, Yayınlanmamış doktora tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Gebze.
- Biegas, S. (2018). Marketing Innovation Capacity and Firm Performance in Brazilian Clothing Industries. *REBRAE, Curitiba*, 11(3), 343-355. doi: 10.7213 / rebrae.11.003.A003
- Birkinshaw, J. (1997). Entrepreneurship in multinational corporations: The role of subsidiary initiative. *Strategic Management Journal*, 18(3), 207-229.
[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199703\)18:3<207::AID-SMJ864>3.0.CO;2-Q](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199703)18:3<207::AID-SMJ864>3.0.CO;2-Q)
- Brennan, A. ve Dooley, L. (2005). Networked creativity: A structured management framework for stimulating innovation. *Technovation*, 25(12), 1388-1399. doi: 10.1016 / j.technovation.2004.08.001
- Breyman, A. ve Cramer, D. (2011), *Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 & 19: A Guide For Social Scientists*. (1st Edition), United Kingdom: Routledge.

- Brüderl, J. ve Preisendörfer, P. (2000). Fast-growing businesses empirical evidence from a German study. *International Journal of Sociology*, 30(3), 45-70. doi: 10.1080 / 15579336.2000.11770218
- Bulut, Ç. Ve Yılmaz, C. (2008). Innovative performance impacts of corporate entrepreneurship: An empirical research in Turkey, *Proceedings of Academy of Innovation and Entrepreneurship Conference*, Beijing, China.
- Bulut, Ç. Fiş, A.M., Aktan, B. ve Yılmaz S. (2008). Kurumsal girişimcilik: Kavramsal yapı üzerine bir tartışma. *Journal of Yaşar University*, 3(10), 1389-1416. 17 Ağustos 2019 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jyasar /issue/19122 /202921> adresinden erişildi.
- Bulut, Ç., Yılmaz, C. ve Alpkan, L. (2009). Pazar oryantasyonu boyutlarının firma performansına etkileri. *Ege Akademik Bakış/Ege Academic Review*, 9(2), 513-538. doi: 10.21121/eab.2009219712
- Burns, T. ve Stalker, G.M. (1961). *The management of innovation*, Tavistock, London.
- Business Week (1994), *The Information Revolution*, (Special Issue), May.
- Byrne, B. M. (1998). *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic concepts, applications and programming*. London: New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Carton, R.B. (2004). *Measuring organizational performance: An exploratory study*. Fulfillment of the requirements for the degree doctor of philosophy Athens, A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of The University of Georgia in Partial, Georgia.
- Casillas, J.C., Moreno, A.M. ve Barbero, J.L. (2010). A configurational approach of the relationship between entrepreneurial orientation and growth of family firms. *Family Business Review*, 23(1), 27- 44. <https://doi.org/ 10.1177/ 0894486509345159>
- Chadee, D. Ve Roxas, B. (2013). Institutional environment, innovation capacity and firm performance in Russia. *Critical perspectives on international business*, 9(1/2), 19-39. <https://doi.org/10.1108/17422041311299923>
- Chandy, R.K. ve Tellis, G.J. (1997). *Organizing for radical product innovation*. 24 Kasım 2018 tarihinde <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.2928&rep =rep1&type=pdf> adresinden erişildi.

- Chen, Y. (2006). Marketing innovation. *Journal of Economics & Management Strategy*, 15(1), 101-123. doi. 10.1111 / j.1530-9134.2006.00093.x
- Chiesa, V., Coughlan, P. ve Voss, C.A. (1996). Development of a technical innovation audit. *Journal of Product Innovation Management*, 13(2), 105-136. [https://doi.org/10.1016/0737-6782\(95\)00109-3](https://doi.org/10.1016/0737-6782(95)00109-3)
- Chin, W.W. (1998a). Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), vii-xvi.
- Chin, W.W. (1998b). The Partial least squares approach to structural equation modeling, Ed.Marcoulides George A., *Modern methods for business research*. London: Lawrence Erlbaum, Mahway, New Jersey.
- Choi, S.B ve Williams, C. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: mediating effects of technology and marketing action across industry types. *Industry and Innovation*, 23(8), 673-693. doi:10.1080 / 13662716.2016.1208552
- Clark, J. ve Guy, K. (1998). Innovation and competitiveness: a review. *Technology Analysis & Strategic Management*, 10(3), 363-395. doi:10.1080/09537329808524322
- Clark, L.A. ve Watson, D. (1995). Constructing validity: Basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7(3), 309-319. doi: 10.1037 / 1040-3590.7.3.309
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Second Edition, Lawrence Erlbaum.
- Covin, J.G. ve Miles, M.P. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 47-63.
- Covin, J.G. ve Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 7-25.
- Covin, J.G. ve Slevin, D.P. (1988). The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of Management Studies*, 25 (3), 217-234. doi: 10.1111 / j.1467-6486.1988.tb00033.x
- Covin, J.G. ve Walles, W.J. (2012). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 677-702. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00432.x>

- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda ölçme - güvenilirlik – geçerlilik. TAF Preventive Medicine Bulletin, 11(3), 339-344. doi: :10.5455/pmb.1-1322486024
- Çiftçi, H. (2004). Türkiye'nin bilim ve teknoloji stratejisi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(1), 57-73.
- Çivi, E. (2001). Rekabet gücü: Literatür araştırması. Yönetim ve Ekonomi, 8(2), 21-38.
- Çoklu, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2014). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları. (3. bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Crossan, M.M. ve Apaydın, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. Journal of Management Studies, 47(6), 1154-1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- Dadfar, H., Dahlgard, J.J., Brege, S. ve Alamirhoor, A. (2013). Linkage between organizational innovation capability, product platform development and performance-The case of pharmaceutical SMEs in Iran. Total Quality Management and Business Excellence, 24(7-8), 819-834.
- Damanpour, F. Ve Schneider, M. (2008). Characteristics of innovation and innovation adoption in public organizations: Assessing the role of managers. JPART, 19, 495–522. doi: 10.1093/jopart/mun021
- Davis, J.L., Bell, R.G., Payne, G.T. ve Kreiser, P.M. (2010). Entrepreneurial orientation and firm performance: The moderating role of managerial power. American Journal of Business, 25(2), 41-54. doi: 10.1108/19355181201000009
- Davis, D., Morris, M. ve Allen, J. (1991). Perceived environmental turbulence and its effect on selected entrepreneurship, Marketing, and organizational characteristics in industrial firms. Journal of the Academy of Marketing Science, 19, 43-51. <https://doi.org/10.1007/BF02723423>
- Demir, H. ve Okan, T. (2008). Etkileşimsel ve dönüşümsel liderlik: Bir ölçek geliştirme denemesi, Yönetim, 19(61), 72-90.
- Demir, H. ve Okan, T. (2009). Teknoloji, örgüt yapısı ve performans arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma, Doğu Üniversitesi Dergisi, 10(1), 57-72.
- Deniz, M. (2011). KOBİ'lerde yenilik, yenilik stratejileri ve bir uygulama. SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11(22), 141-176.

- Dess, G.G.ve Beard, D.W. (1984). Dimensions of organizational task environments. *Administrative Science Quarterly*, 29(1), 52-73. doi: 10.2307/2393080
- Dissanayake, DM. ve Semasinghe, DM. (2016). Entrepreneurial orientation and growth: The moderating role of national culture. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 5(1), 1-9. doi: 10.4172/ 2169-026X.1000168
- Dobni C.B. (2010). Achieving synergy between strategy and innovation: The key to value creation. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 5(1), 48-58.
- Doğan, D. (2019). SmartPLS ile veri analizi (2. bs.). Ankara: ZET Yayınları.
- Dosi, G. (1988). Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. *Journal of Economic Literature*, 26(3), 1120-1171.
- Droge, C., Calantone, R. ve Harmancıoğlu, N. (2008). New product success: Is it really controllable by managers in highly turbulent environments? *The Journal of Product Innovation Management (J Prod Innov Manag)*, 25, 272–286. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2008.00300.x>
- Drucker, P.F. (2002). The discipline of innovation, *Harvard Business Review*, August. 08 Ağustos 2018 tarihinde <https://hbr.org/2002/08/the-discipline-of-innovation> adresinden erişildi.
- Drucker, P.F. (1999). Management challenges for the 21st Century, *Kirkus Review*. 10 Kasım 2018 tarihinde <http://libgen.io/book/index.php?md5=FAE82E4269C55A00091475DC55CC75D1> adresinden erişildi.
- Duran, C. ve Saraçoğlu, M. (2009). Yeniliğin yaratıcılıkla olan ilişkisi ve yeniliği geliştirme süreci. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(1), 57-71.
- Durna, U. (2002). Yenilik yönetimi (1. Bs.). Ankara: Nobel Yayınları.
- Dwyer, L. Ve Mellor, R. (1993). Product innovation strategies and performance of Australian firms. *Australian Journal of Management*, 18(2), 159-180. <https://doi.org/10.1177/031289629301800202>
- Ecevit Satı, Z. Ve Işık, Ö. (2011). İnovasyon ve stratejik yönetim sinerjisi: Stratejik İnovasyon. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 538-559.
- Edquist, C. ve Hommen, L. (1999). Systems of innovation: Theory and policy for the demand side. *Technology in Society*, 21(1), 63-79. [https://doi.org/10.1016/S0160-791X\(98\)00037-2](https://doi.org/10.1016/S0160-791X(98)00037-2)

- Edmond, V.P. ve Winklund, J. (2010). The historic roots of entrepreneurial orientation research. In *Historical Foundations of Entrepreneurship Research*, 142-160. Edward Elgar Publishing Ltd. <https://doi.org/10.4337/9781849806947.00015>
- Efe, M.N. (2018). Girişimsel yönelimin firma performansına etkileri. *Iğd Üniv Sos Bil Der.*, 14, 498-516.
- Efor Patent. 11 Eylül 2019 tarihinde <https://www.eforpatent.com.tr/ar-ge-harcamalar-dunya-kiyas/> adresinden erişildi.
- Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD). (2005). Oslo kılavuzu: Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için ilkeler. (TÜBİTAK, Çev.). (3. bs.). OECD ve Eurostat ortak yayımı, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Avrupa Birliği İstatistik Ofisi, 7 Temmuz 2018 tarihinde, http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Oslo_3_TR.pdf, adresinden erişildi.
- Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD). (2015). Frascati manual guidelines for collecting and reporting data on research and experimental development, The measurement of scientific, Technological and Innovation Activities. Paris: OECD Publishing.
- Elçi, Ş., Karataylı, İ. Ve Karaata, S. (2008). Bölgesel inovasyon merkezleri: Türkiye için bir model önerisi. TÜSİAD, İstanbul: Graphis Matbaa.
- Eraslan, H., Bulu, M. ve Bakan, İ. (2008). Kümelenmeler ve inovasyona etkisi: Turizm sektöründe uygulamalar, *SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (3), 15-50.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans ilişkisine kültürel yaklaşım. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 1(2), 43-61.
- Ersarı, G. (2018). Stratejik girişimcilik: Girişimci düşünme biçimi ve girişimci liderliğin işletme performansına etkisinde rekabet stratejilerinin rolü. Yayınlanmamış doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Etriya, E., Scholten, V., Wubben, E. ve Omta, O. (2012). Exploring factors related to entrepreneurial orientation and innovation capacity of farm-firms: A lesson from vegetable farmers in West Java, Indonesia. 09 Nisan 2019 tarihinde

<https://pdfs.semanticscholar.org/b036/b2baa4d8c838060cf6624e6d433f06347d24.pdf>, adresinden erişildi.

Europe Commission. (1995). Green Paper on Innovation, December. 13 Ekim 2018 tarihinde http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_end.pdf adresinden erişildi.

Eurostat. 11 Eylül 2019 tarihinde <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> adresinden erişildi.

Fadda, N. (2018). The effects of entrepreneurial orientation dimensions on performance in the tourism sector. *New England Journal of Entrepreneurship*, 21(1), 22-44. doi: 10.1108/NEJE-03-2018-0004

Farja, Y., Gimmon, E. ve Greenberg, Z. (2016). The effect of entrepreneurial orientation on SMEs growth and export in Israeli Peripheral Regions. *New England Journal of Entrepreneurship*, 19 (2), Art. 3, 25-39. <https://doi.org/10.1108/NEJE-19-02-2016-B003>

Filser, M. ve Eggers, F. (2014). Entrepreneurial orientation and firm performance: A comparative study of Austria, Liechtenstein and Switzerland. *South African Journal of Business Management*, 45(1), 55-65. doi: 10.4102 / sajbm.v45i1.117

Fiş, A.M. ve Wasti, S.A. (2009). Örgüt kültürü ve girişimcilik yönelimi ilişkisi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 35 (Özel Sayı), 127-164.

Filatotchev, I., Liu, X., Trevor, B. ve Wright, M. (2009). The export orientation and export performance of high-technology SMEs in emerging markets: The effects of knowledge transfer by returnee entrepreneurs. *Journal of International Business Studies*, 40, 1005-1021. <https://doi.org/10.1057/jibs.2008.105>

Fleury, A., Fleury, M.T. ve Borini, F.M. (2013). The Brazilian multinationals' approaches to innovation. *Journal of International Management*, 19(3), 260-275. doi: 10.1016/j.intman.2013.03.003

Forest, J., Choulier, D., Coatanea, E., Francois, C. ve Bakhouya, M. (2014). Creativity from design and innovation perspectives. *Encyclopedia on creativity, invention, innovation and entrepreneurship*, Springer, 2800. doi: 10.1007/ 978-1-4614-3858-8.

- Forsman, H. (2011). Innovation capacity and innovation development in small enterprises. A comparison between the manufacturing and service sectors. *Research Policy*, 40, 739-750. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.02.003>
- Fu, G. ve Zeng, P. (2015). The relationship between corporate social performance and corporate financial performance: a literature review of twenty years. Dawei Zheng (Der.), *Education Management and Management Science*. Tianjin, China.
- Garson, G.D. (2016). Partial least squares regression & Structural equation models, statistical associates. 29 Eylül 2019 tarihinde https://www.smartpls.com/resources/ebook_on_pls-sem.pdf. adresinden erişildi.
- Gilbert, J.T. (1994). Choosing an innovation strategy: Theory and practice. *Business Horizons*, Nov/Dec, 337(6), 16–21. [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(05\)80240-X](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(05)80240-X)
- Godin, B. (2010). National innovation system: A note on the origins of a concept. 385 rue Sherbrooke Est Montreal, Quebec Canada H2X 1E3. Project on the Intellectual History of Innovation, Working Papers, 1-8.
- Gold, A.H., Malhotra, A. ve Segars, A.H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
- Gödeş, M. (2017), (Düzenleyici) Moderatör değişken nedir. 20 Mayıs 2019 tarihinde <https://www.guncelpsikoloji.net/arastirma-yontemleri/duzenleyici-moderator-degisken-nedir-h6322.html>, adresinden erişildi.
- Göztepe, H. (2009). Öğrenen organizasyon dinamiklerinin Toplam kalite yönetimi, inovasyon ve organizasyon performansına etkileri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- Grande, J., Madsen, E.L. ve Borch, O.J. (2011). The relationship between resources, entrepreneurial orientation and performance in farm-based ventures. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 89-111. <https://doi.org/10.1080/08985620903183710>
- Grant, R.M. (1995). *Contemporary strategy analysis: Concepts, techniques, applications*, Second Edition, Cambridge, MA: Blackwell Publishers Inc.

- Graves, A. (1987). Comparative trends in automotive research and development, DRC Discussion Paper No. 54, Science Policy Research Unit, Sussex University, Brighton: Sussex.
- Guan, J. ve Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23, 737-747. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00013-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00013-5)
- Günday, G., Ulusoy, G., Kılıç, K. ve Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *Int. J. Production Economics*, 133, 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Gupta, A., Chen, J. ve Gupta, V.K. (2016). Does management’s attention to different facets of entrepreneurial orientation create value for the firm? A longitudinal study of large retailer. *New England Journal of Entrepreneurship*, 19(2), 54-71.
- Gupta, V., Macmillanb, I.C. ve Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19, 241-260. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00040-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00040-5)
- Guzman, G.M., Martinez Serna, M.D.C. ve Garica Perez de Lema, D. (2012), The relationship between knowledge management and innovation level in Mexican SMEs: Empirical evidence. 20 Ekim 2018 tarihinde <https://www.researchgate.net/publication/289161653>, adresinden erişildi.
- Güleş, H.K. ve Bülbül, H. (2004). Yenilikçilik-işletmeler için stratejik rekabet aracı (1. bs.), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Gürbüz, S. (2019). Sosyal bilimlerde aracı, düzenleyici ve durumsal etki analizleri (1. bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S., Maraşlı, F. ve Costigan, R. (2018). Kişilik ve duygusal bağlılık arasındaki mekanizmayı keşfetmek: Temel benlik değerlendirmesi ve duygusallığın durumsal aracılık rolü. 6. Örgütsel Davranış Kongresi, 1-4 Kasım, Isparta.
- Gürçaylılar Yenidoğan, T. ve Aksoy, Ş. (2016). The impact of innovation capacity on firm performance: Evidence from the Turkish industrial clusters. *Proceedings of the Annual Vietnam Academic Research Conference on Global Business, Economics, Finance & Social Sciences (AP16Vietnam Conference)*, 7-9 August, Hanoi-Vietnam.

- Gürkan, N. ve Gürkan, S. (2017). Yenilikçilik kavramının işletmelerin finansal performansı üzerindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, 213-226.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J ve Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis*, 7 th Edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M ve Sarstedt, M. (2014). *A Primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, Second Edition, Los Angeles: Sage Publication.
- Hair, J.F., Ringle, C.M. ve Sarstedt, M. (2011). PLS-Sem: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-151. doi:10.2753 / MTP1069-6679190202
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. ve Mena, J.A. (2012). An assessment of the Use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433. doi: 10.1007 / s11747-011-0261-6
- Hameed, I. Ve Ali, B. (2011). Impact of entrepreneurial orientation, entrepreneurial management and environmental dynamism on firm's financial performance. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 3(2), 101-114.
- Han, J.K., Kim, N. ve Srivastava, R.K. (1998). Market orientation and organizational performance: Is innovation a missing link? *Journal of Marketing*, 62(4), 30-45. doi: 10.2307 / 1252285
- Hartog, D.N., Muijen, J.J.V. ve Koopman, P.L. (1997). Transactional versus transformational leadership: An analysis of the MLQ. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, 19-34.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A Regression-Based Approach*, London: The Guilford Press.
- Heiman, G.W. (2013). *Basic statistics for the behavioral sciences (7th Edition)*, USA, Belmont: CA Wadsworth/Cengage Learning.
- Hensler, J., Dijkstra, T.K., Sarstedt, M., Ringle, C.M., Diamantopoulos, A., Straub, D.W., Ketchen, D.J., Hair, J.F., Hult, G.T.M. ve Caltone, R.J. (2014). Common beliefs and reality about PLS: Comments on Rönkkö and Evermann (2013).

- Organizational Research Methods, 17(2), 182-209. doi: 10.1177/1094428114526928
- Hensler, J., Hubona, G. ve Ray, P.A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20. doi: 10.1108/IMDS-09-2015-0382
- Hensler, J., Ringle, C.M. ve Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135. doi: 10.1007/s11747-014-0403-8
- Hensler, J., Ringle, C.M. ve Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. Sinkovics, R. and Ghauri, P. (Ed.) *New Challenges to International Marketing (Advances in International Marketing*, (20), Emerald, Bingley, 277-319. doi:10.1108/S1474-7979(2009)0000020014
- Hsiao, S.W. ve Chou, J.R. (2004). A creativity-based design process for innovative product design. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 34, 421-443. <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2004.05.005>
- Hindle, K. (2009). The relationship between innovation and entrepreneurship: Easy definition, Hard Policy. *AGSE*, 75-91.
- Hughes, M. ve Morgan, R.E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36, 651-661. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.04.003>
- İğci, E. (2008). Stratejik esneklik ve firma performansı arasındaki ilişki ve çevresel dinamizmin bu ilişkiye etkisine yönelik bir araştırma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- İstanbul Sanayi Odası; Üye hizmetleri ve işbirlikleri şubesi, 13 Ağustos 2018 tarihinde uyehizmetleri@iso.org.tr, sekretery@itosb.org.tr adresinden erişildi.
- İşcan, Ö.F. ve Kaygın, E. (2011). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 443-462.

- Işık, N., Işık, H.Bayram ve Kılınc, E.C. (2015). Girişimcilik ve inovasyon ilişkisi: Teorik bir değerlendirme. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi (JEBPIR)*, 1 (2). 20.06.2019 tarihinde, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kkujebpir/issue/33248/370143> adresinden erişildi.
- İnce, A.R. ve Topçu, M.K. (2017). Girişimcilik yöneliminin işe bağlanma üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin rolü. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 27(2), 1-27.
- Jabeen, R., Aliyu, M.S. ve Mahmood, R. (2016). The moderating effect of external environment on the relationship between market orientation and business performance: A quantitative approach. *IPBJ*, 8(1), 16-25.
- Jackson, D.L. (2003). Revisiting sample size and number of parameter estimates: Some support for the N:q hypothesis. *Structural Equation Modeling*, 10(1), 128-141. https://doi.org/10.1207/S15328007SEM1001_6
- Jankowska, K.W. (2015). Relationship between knowledge management and innovation. *Social Sciences*, 4(90), 55-66. doi.org/10.5755/j01.ss.90.4.14260
- Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., ve Kylaheiko, K. (2005). Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 3(3), 223-243. doi: 10.1007/s10843-005-1133-2
- Jaworski, B.J. ve Kohli, A.K. (1993). Market orientation: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), 53–70. doi: 10.2307/1251854
- Jayaram, J., Oke, A. ve Prajogo, D. (2014). The antecedents and consequences of product and process innovation strategy implementation in Australian manufacturing firms. *International Journal of Production Research*, 52(15), 4424-4439. <https://doi.org/10.1080/00207543.2013.849363>
- Jiang, W., Chai, H., Shao, J. ve Feng, T. (2018). Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance: A dynamic capability perspective. *Journal of Cleaner Production*, 198, 1311-1323. doi: 10.1016 / j.jclepro.2018.07.104
- Jiang, X., Liu, H., Fey, C. ve Jiang, F. (2018). Entrepreneurial orientation, network resource acquisition, and firm performance: A network approach. *Journal of Business Research*, 87, 46-57. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.02.021>

- Jiao, H., Alon, I. ve Cui, Y. (2011). Environmental dynamism, innovation, and dynamic capabilities: the case of China. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5(2), 131-144.
- Johannessen, J.A., Olsen, B. ve Lumpkin, G.T. (2001). Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom? *European Journal of Innovation Management*, 4(1), 20-31.
- Johne, A. (1999). Successful market innovation. *European Journal of Innovation Management*, 2(1), 6-11. <https://doi.org/10.1108/14601069910248838>
- Kafetzopoulos, D. Ve Psomas, E. (2015). The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies: The Greek Case. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(1), 104-130. doi: 10.1108/JMTM-12-2012-0117
- Kalay, F. ve Kızıldere, C. (2015). Türk işletmelerinin inovasyon performansını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *OÜSBAD*, 5(11), 36-63.
- Kalaycı, Ş. (Ed.). (2016). *SPSS Uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. (7. bs.). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı çok değişkenli istatistik uygulamaları*. (5. bs.). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kamatra, N. ve Kartikaningdyah, E. (2015). Effect corporate social responsibility on financial performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(Special Issue), 157-164.
- Kandampully, J. ve Duddy, R. (1999). Competitive advantage through anticipation, innovation and relationships. *Management Decision*, 37(1), 51-56. doi:10.1108 / 00251749910252021
- Kandemir, H. (2016). Ulusal kültürün iş tatminine etkisinde, örgüt kültürünün aracılık etkisini kısmi en küçük kareler yol analizi ile ölçülmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(32), 310-326. <https://doi.org/10.16992/ASOS.1343>
- Karabult, A.T. (2015). Effects of innovation types on performance of manufacturing firms in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355-1364. doi: 10.1016 / j.sbspro.2015.06.322
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS ve AMOS23 Uygulamalı istatistiksel analizler*. (1. bs.). Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Karaöz, M. ve Albeni, M. (2003). Ekonomik kalkınma ve modern yenilik teorisi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 8(3), 27-48.
- Kee, D.M.H. ve Rahman, N.A. (2017). Entrepreneurial orientation, innovation and SME performance: A study of SME in Malaysia using PLS-SEM. 3rd International Conference on Advanced Research in Business and Social Sciences, 29th to 30th March, Malaysia.
- Kemelgor, B.H. (2002). A comparative analysis of corporate entrepreneurial orientation between selected firms in the Netherlands and the USA. *Entrepreneurship Regional Development*, 14(1), 67-87. doi: 10.1080 / 08985620110087023
- Kenfac, G.S., Nekoumanesh, S. ve Yang, M. (2013). Process innovation: Impacts on organization's performance, A qualitative study of four Swedish municipalities, Linnaeus University. School of Busines and Economics published Bachelor Thesis. 28.04.2019 tarihinde, [http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:635885/ FULLTEXT 01](http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:635885/FULLTEXT01) adresinden erişildi.
- Kirner, E., Kinkel, S. ve Jaeger, A. (2009). Innovation paths and the innovation performance of low-technology firms-An empirical analysis of German industry. *Research Policy*, 38, 447-458. doi: 10.1016 / j.respol.2008.10.011
- Kliner, R.B. (2011). Principles and pratitce of structural equation modeling Third Edition. New York, London: The Guilford Press.
- Knight, G.A. ve Kim, D. (2009). International business competence and the contemporary firm. *Journal of International Business Studies*, 40, 255-273. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400397>
- Knight, K.E. (1967). A descriptive model of the intra-firm innovation process. *The Journal of Business*, 40(4), 478-496.
- Kocaeli Sanayi Odası. 08 Ekim 2018 tarihinde, https://odaborsaebys.tobb.org.tr/so-kocaeli-envision/Validate_Doc.aspx?V=BELc5LRL adresinden erişildi.
- Koç, T. ve Ceylan, C. (2007). Factors impacting the innovative capacity in large-scale companies. *Technovation*, 27(3),105-114. doi:10.1016/j.technovation.2005.10.002
- Koe, W.L. (2013). Entrepreneurial orientation (EO) and performance of government-linked companies (GLCs). *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 9(3), 21-41. <https://doi.org/10.7341/2013932>

- Koellinger, P. (2008). The relationship between technology, innovation, and firm performance-Empirical evidence from e-business in Europe. *Research Policy*, 37, 1317-1328. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.04.024>
- Kolaric, B. ve Mitrovica, S. (2013). Relationship between organizational design and innovation processes Serbian public companies. (*JPMNT*) *Journal of Process Management – New Technologies, International*, 1(2), 102-109. doi: 10.5937 / JPMNT1302102K
- Kolko, J. (2007). The Tenuous relationship between design and innovation. *Artifact*, I(3), 224–231. doi: 10.1080/17493460701812129
- Kraus, S., Rigtering, J.P.C., Hughes, M. ve Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Rev Manag Sci*, 6, 161-182. doi. 10.1007/s11846-011-0062-9
- Kraus, S. (2011). The role of entrepreneurial orientation in service firms: empirical evidence from Austria. *The Service Industries Journal*, 33(5), 1-18. doi: 10.1080/02642069.2011.622373
- Kroeger, J.W. (2007). Firm performance as a function of entrepreneurial orientation and strategic planning practices, bachelor of business administration cleveland state university, doctor of business administration at the Cleveland State University.
- Kurz, H. D. (2008). Innovations and profits Schumpeter and the classical heritage. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 67, 263-278. doi: 10.1016 / j.jebo.2007.08.003
- Lado, A.A. ve Wilson, M.C. (1994). Human resource systems and sustained competitive advantage: a competency- based perspective. *Academy of Management Review*, 19(4), 699-72. doi: 10.2307/258742
- Lakhwani, V.M., Tiwari, S. ve Jauhari, S. (2017). Mergers and acquisitions's impact on financial performance: An evaluation with perspective of time. *J Fundam Appl Sci.*, 9(5), 945-957. doi: 10.4314 / jfas.v9i5s.67
- Lawrence, P.R. ve Lorsch, J.W. (1967). *Organization and environment*. Harvard University, Boston, MA.
- Lawson, B. ve Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations: A dynamic cApproach. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377–400. <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>

- Lendel, V. ve Varmus, M. (2011). Creation and implementation of the innovation strategy in the enterprise. *Economics and Management*, 16, 819-826.
- Lee, C., Lee, K. ve Pennings, J.M. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance: A study on technology-based ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6/7), 615-640. <http://dx.doi.org/10.1002/smj.181>
- Li, H., Wu, J ve Zhang, Y. (2012). Bridging different worlds or stuck in the middle? The role of internationalization in product innovation of emerging market firms. Boston: Academy of Management Best Paper Proceedings.
- Li, L., Jiang, F., Pei, Y. ve Jiang, Nengqian. (2017). Entrepreneurial orientation and strategic alliance success: The contingency role of relational factors. *Journal of Business Research*, 72, 46-56. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.011>
- Love, P.E.D. ve Irani, Z. (2003). A project management quality cost information system for the construction industry. *Information & Management*, 40, 649-661. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(02\)00094-0](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(02)00094-0)
- Lumpkin, G.T., Cogliser, C.C. ve Schneider, D.R. (2009). Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice* January, 33(1), 47-69. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00280.x>
- Lumpkin, G.T. ve Dess, G.G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 429-451. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00048-3)
- Lumpkin, G.T. ve Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. doi: 10.2307/258632
- Magaji, M.S. (2017). Entrepreneurial orientation and financial performance of Nigerian SMES: The moderating role of environment. A Review of Literature. *Journal of Management and Training for Industries*, 4(1), 25-41. doi:10.12792/JMTI.4.1.25
- Mahdjoubi, D. (1997). Schumpeterian economics and the trilogy of invention-innovation-diffusion. 04 Şubat 2019 tarihinde, <https://fliphtml5.com/zdjk/yrqb> adresinden erişildi.

- Manzoni, A. (2015). Innovation and change. Conference Paper. 30 Eylül 2018 tarihinde, <https://www.researchgate.net/publication/288604398> adresinden erişildi.
- Marangoz, M. (2016). Girişimcilik. genişletilmiş ve güncellenmiş (3. bs.). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Mardani, A., Nikoosokhan, S., Moradi, M. ve Doustar, M. (2018). The relationship between knowledge management and innovation performance. *Journal of High Technology Management Research*, 29, 12–26. doi:10.1016/j.hitech.2018.04.002
- Marques, C.S. ve Ferreira, J. (2009). SME innovative capacity, competitive advantage and performance in a ‘traditional’ industrial region of Portugal. *J. Technol. Manag. Innov.*,4(4), 53-68. doi:10.4067 / S0718-27242009000400005
- Mason, M. C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F. ve Cappelletto, R. (2015). Understanding the impact of entrepreneurial orientation on smes performance. The role of the financing structure. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1649-1661. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00470-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00470-0)
- McAdam, R. ve McClelland, J. (2002). Individual and team-based idea generation within innovation management: Organisational and research agendas. *European Journal of Innovation Management*, 5(2), 87-88. <https://doi.org/10.1108/14601060210428186>
- McKee, D.O., Varadarajan, P.R. ve Pride, W.M. (1989). Strategic adaptability and firm performance: A market-contingent perspective. *Journal of Marketing*, 53(3), 21-35. doi:10.2307/1251340
- Mckelvey, M. (1998). Evolutionary innovations: Learning, entrepreneurship and the dynamics of the firm. *Journal of Evolutionary Economics*, 8(2), 157-175.
- Meydan, C.H. ve Şeşen, H. (2015). Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları, (2. bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Miles, R.E., Snow, C.C., Meyer, A.D. ve Coleman, H.J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *The Academy of Management Review*, 3(3), 546-562. doi:10.5465/AMR.1978.4305755
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>

- Miller, D. (1987). The structural and environmental correlates of business strategy. *Strategic Management Journal*, 8(1), 55-76. <https://doi.org/10.1002/smj.4250080106>
- Miller, D. ve Friesen, P.H. (1983). Strategy-making and environment: the third link. *Strategic Management Journal*, 4(3), 221-35.
- Milovanovic, B.M ve Wittine, Z. (2014). Analysis of external environment's moderating role on the entrepreneurial orientation and business performance relationship among Italian small enterprises. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(3), 224-229. doi:10.7763 / IJTEF.2014.V5.375
- Miranda, K.F., Vasconcelos, A.C., Luca, M.M.M ve Cabral, J.E.O. (2015). Innovative capacity and the economic and financial performance of Brazilian innovative companies. *REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre)*, 21(2), <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.0082014.47273>
- Monsen, E. ve Boss, R.W. (2009). The impact of strategic entrepreneurship inside the organization: Examining job stress and employee retention. *Entrepreneurship Theory and Practice* January, 33(1), 71-104. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00281.x>
- Morgan, G.A., Leech, N.L., Gloeckner, G.W. ve Barrett, K.C. (2004). *SPSS for introductory statistics: Use and Interpretation: Psychology Press.*
- Morgan, R.E. ve Strong, C.A. (2003). Business performance and dimensions of strategic orientation. *Journal of Business Research*, 56, 163-176. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00218-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00218-1)
- Morgan, R.E. ve Strong, C.A. (1998). Market orientation and dimensions of strategic orientation. *European Journal of Marketing*, 32 (11/12), 1051-1073. <https://doi.org/10.1108/03090569810243712>
- Morris, M.H. ve Kuratko, D.F. (2002). *Corporate entrepreneurship*, Fort Worth, TX: Harcourt College Publishers.
- Mukarutesi, D. (2018). The Relationship between entrepreneurial orientation, government policy and SME performance: The case of small and medium enterprises in Rwanda. *East Africa Research Papers in Business, Entrepreneurship and Management*, EARP-BEM No:10.

- Muller, D., Judd, C.M. ve Yzerbyt, V.Y. (2005). When moderation is mediated and mediation is moderated. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(6), 852-863. doi:10.1037/0022-3514.89.6.852
- Muzaffar, H. (2011). Dinamik çevrede girişimci odaklılık, dinamik kabiliyetler ve işletme performansı arasındaki ilişki. Yayımlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD). (2012). Küresel rekabet için AR-GE ve inovasyon, stratejik dönüşüm önerisi. MÜSİAD Araştırma Raporları: 76, İstanbul: Pelikan Basım.
- Naala, M. N.I., Nordin, N.B. ve Omar, W.A.B.W. (2017). Innovation capability and firm performance relationship: A study of Pls-Structural equation modeling (Pls-Sem). *International Journal of Organization & Business Excellence* , 2(1), 39-49.
- Ndubisi, N.O., Iftikhar, K. (2012). Relationship between entrepreneurship, innovation and performance: Comparing small and medium-size enterprises. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14(2), 214-236. doi: 10.1108 / 14715201211271429
- Neely, A. ve Hii, J. (1998). Innovation and business performance: A literature review, The Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge.
- Ngamsutti, S. (2016). Marketing innovation capability and marketing performance: an empirical study of electrical and electronic appliances in Thailand. *The Business and Management Review*, 7(5), 339-346.
- Karanja Ng'ang'a, W.E., Lagat, C. ve Kieti, D. (2016). Moderating effect of competitive intensity on the relationship between customer orientation and performance of hotels in Kenya. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 25, 7-16.
- Niemand, T., Rigtering, C., Kallmunzer, A., Kraus, S. ve Matijas, S. (2017). Entrepreneurial orientation and digitalization in the financial service industry: A contingency approach”, Twenty-Fifth European Conference on Information Systems (ECIS). Guimarães, Portugal. 15 Aralık 2018 tarihinde. https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=ecis2017_rp, adresinden erişildi.

- Noor, N.A.M. ve Aljanabi, A.Q.R.A. (2015). The mediating role of absorptive Capacity on its relation between entrepreneurial orientation and technological innovation capabilities. *International Journal of Business Administration and Management Research*, 1(3), 15-20.
- Nunnally, J.C. (1967). *Psychometric theory*, New York, NY, US: McGraw-Hill.
- Ogaga, B.J. ve Joseph, O.O. (2017). The moderating influence of industry competition on the relationship between corporate strategy and organizational performance. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 4(4), 13-20. <http://dx.doi.org/10.22259/ijrbsm.0404003>
- Oğuztürk, B.S. ve Türkoğlu, M. (2004). Yenilik ve yenilik modelleri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, ss.14.20. 18 Temmuz 2019 tarihinde. https://www.researchgate.net/publication/336087030_YENILIK_VE_YENILIK_MODELLERI adresinden erişildi.
- Okan, T., Sarı, S. ve İlhan Nas, T. (2014). Yönetim kurulu yapısı ile finansal performans arasındaki ilişkide uluslararası çeşitlenmenin aracı ve kurumsal mesafenin biçimleyici etkileri: “Moderated Mediation” Model. V. Örgüt Kuramı Çalıştayı, 7-8. Şubat, İstanbul.
- Olya H. (2017). Partial least squares based structural equation modeling (PLS-SEM). *Global Conference on Services Management*, 3-7 October, Volterra, Italy.
- Omar, N.A. Aris, H.M. ve Nazri, M.A. (2016). The Effect of entrepreneurial orientation, innovation capability and knowledge creation on firm performance: A perspective on small scale entrepreneurs. *Jurnal Pengurusan*, 48, 187-200. Doi:10.17576 / pengurusan-2016-48-15
- Oura, M., Zilber, S.N. ve Lopes, E.L. (2016). Innovation capacity, international experience and export performance of SMEs in Brazil. *International Business Review*, 25, 921-932. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.12.002>
- Öncü, M. A., Bayat, M., Kethüda, Ö. ve Zengin, E. (2015). Yenilik ve müşteri performansının finansal performans üzerindeki etkisi: Orta ölçekli sanayi işletmelerinde bir araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, XXXVII(I), 149-164.
- Özdamar, K. (2011). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi 1*, (8. bs.). Eskişehir: Kaan Kitabevi.

- Özer, Ö., Yılmaz, B.S. ve Avcı, U. (2017). Kurumsal girişimciliğin otel performansı üzerine etkileri: Türkiye'deki otel işletmelerinde bir araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6(2), 25-49.
- Özer, Ö. (2011). Kurumsal girişimcilik ve işletme performansı ilişkisi: Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde uygulama. Yayınlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Özkan, Ö. ve Turunç, Ö. (2017). Örgüt kültürü ile yenilikçilik ilişkisinde rekabet şiddetinin düzenleyici etkisi: Savunma sanayide bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 339-363.
- Özsomer, A., Calantone, R.J. ve Benedetto, A.D. (1997). What makes firms more innovative? A look at organizational and environmental factors. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 12(6), 400-416. doi:10.1108/08858629710190259
- Parsian, M. ve Mobaraki, M.H. (2016). Investigating of the effect of entrepreneurial orientations on formation of entrepreneurial identity. *Management Science Letters*, 6, 627-634. doi.10.5267/j.msl.2016.8.006
- Pehlivan, Ç. (2017). Girişimcilik yöneliminin yüksek performans kültürüne etkisinin eğer yaratmadaki rolü: Borsa İstanbul (Bist) 100 endeksinde işlem gören işletmeler örneği. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Perez-Luno, A., Wiklund, H. ve Cabrera, R.V. (2011). The dual nature of innovative activity: How entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption. *Journal of Business Venturing*, 26, 555-571. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.03.001>
- Petrovic, Z., Vukotic, S., Anicic, J. ve Zakic, N. (2015). Moderating effect of national culture on the relationship between entrepreneurial orientation and business performance: An evidence from Serbia. (JPMNT) *Journal of Process Management-New Technologies, International*, 3(4), 84-89.
- Platin, N. ve Ergün, H.S. (2017). The relationship between entrepreneurial orientation and performance; Evidence from Turkish SMEs. *Business and Management Studies*, 3(2), 78-89.

- Polat, M. (2018). Eğitim bilimlerinde PL-SEM yaklaşımının kullanılabilirliği ve bir uygulama. *Social Sciences Studies Journal*, 4(25), 5325-5337.
- Polder, M., Leeuwen, G., Mohnen, P. ve Raymond, W. (2010). Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects. *SSRN Electronic Journal*, 1-46. doi:10.2139 / ssm.12626805
- Porter, M.E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, March-April, 73-91. 14 Nisan 2019 tarihinde, <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations> adresinden erişildi.
- Pratono, A.H., Wee, T.C., Syahchari, D.H., Tyaznugraha, A., Mat, N.K.N. ve Fitri, H. (2013). The direct effect of entrepreneurial orientation and innovation success on firm performance. *American Journal of Economics*, 3(1), 1-6. doi:10.5923/ j.ekonomi.20130301.01
- Preacher, K.J. ve Hayes, A.F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891. doi: 10.3758/BRM.40.3.879
- Preacher, K.J., Rucker, D.D. ve Hayes, A.F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185-227. <https://doi.org/10.1080/00273170701341316>
- President's Commission on industrial competitiveness. (1985). Report of the President's Commission on Industrial Competitiveness, Washington.
- Qian, G. ve Li, L. (2006). Profitability of small- and medium-sized enterprises in high-tech industries: The case of the biotechnology industry. *Strategic Management Journal*, 24(9), 881-887. <https://doi.org/10.1002/smj.344>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T. ve Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 761-787. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x
- Radipere, S. (2014). The effects of entrepreneurial orientation on business performance. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16), 141-152. doi:10.5901/ mjss.2014.v5n16p141

- Rajapathirana, R.P. J. ve Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3, 44-55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Ranasingh, H.K.G.S., Yajid, M.S.A., Khatibi, A. ve Azam, S.M.F. (2019). Individual entrepreneurial orientation and granduate business performance of the university of Sriyawardanapura in Srilanka. *Journal of Management, Marketing and Logistics -JMML*, 6(1), 44-61. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2019.1033>
- Reine, P.P. (2017). The culture of design thinking for innovation. *Journal of Innovation Management*, 5(2), 56-80. doi:10.24840/2183-0606_005.002_0006
- Resmi, S.I., Begum, N.N. ve Hassan, M.M. (2018). Impact of CSR on firm's financial performance: A study on some selected agribusiness industries of Bangladesh. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 4(3), 74-85.
- Reyhanoğlu, M., Akın, Ö. ve Balıkcıoğlu, B. (2013). Does the link between marketing orientation and innovation lead to success? A survey based on SEM in Turkey. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, EYİ 2013 Özel Sayısı, 419-440.
- Rezaei, J. ve Ortt, R. (2018). Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances. *Management Research Review*, 41(7), 878-900. doi: 10.1108/MRR-03-2017-0092
- Ribau, C.P., Moreira, A.C ve Raposo, M. (2017). SMEs innovation capabilities and export performance: An entrepreneurial orientation view. *Journal of Business Economics and Management*, 18(5), 920-934. doi: 10.3846/16111699.2017.1352534
- Ringle, C.M., Sarstedt, M., Mitchell, R. ve Gudergan, S.P. (2018). Partial least squares structural equation modeling in HRM research. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1416655>
- Roberts, E.B. (2007). Managing invention and innovation. *Research-Technology Management*, 50(1), 35-54. <https://doi.org/10.1080/08956308.2007.11657418>

- Rogers, E.W. ve Wright, P.M. (1998). Measuring organizational performance in strategic human resource management: Looking beyond the lamppost, center for advanced human resource studies, Cornell University, ILR School.
- Romijn, H. ve Albaladejo, M. (2002). Determinants of innovation capability in small electronics and software firms in southeast England. *Research Policy*, 31, 1053-1067. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00176-7](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00176-7)
- Rothwell, R. (1994). Towards the fifth-generation innovation process. *International Marketing Review*, 11(1), 7-31. <https://doi.org/10.1108/02651339410057491>
- Rothwell, R. (1992). Successful industrial innovation: Critical Factors for the 1990s. *R&d Management*, 22(3), 221-240. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.1992.tb00812.x>
- Roux, I.L. ve Bengesi, K.M.K. (2014). Dimensions of entrepreneurial orientation and small and medium enterprise performance in emerging economies. *Journal Development Southern Africa*, 31(4), 606-624. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2014.913474>
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ar-Ge Teşvikleri Genel Müdürlüğü; 04 Ekim 2018 tarihinde.
<https://btgm.sanayi.gov.tr/Handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=bcf24389-c3c0-4628-83aa-73750e2a2baf>, adresinden erişildi.
- Sarooghi, H., Lıbaers, D. ve Burkemper, A. (2015). Examining the relationship between creativity and innovation: A meta-analysis of organizational, cultural, and environmental factors. *Journal of Business Venturing*, 30, 714–731. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.12.003>
- Sarstedt, M., Ringle, C.M. ve Hair, J.F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. *Handbook of Market Research*, 1-40, doi:10.1007 / 978-3-319-05542-8_15-1
- Schilke, O. (2014). On the contingent value of dynamic capabilities for competitive advantage: The nonlinear moderating effect of environmental dynamism. *Strategic Management Journal*, 35, 179-203. <https://doi.org/10.1002/smj.2099>
- Schillo, R.S. (2011). Entrepreneurial orientation and company performance: Can the academic literature guide managers? *Technology Innovation Management Review*. doi:10.22215/timreview/497

- Sen, F.K. ve Egelhoff, W.G. (2000). Innovative capabilities of a firm and the use of technical alliances. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 47(2), 174-183. doi: 10.1109/17.846785
- Shan, P., Song, M. ve Ju, X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? *Journal of Business Research*, 69, 683-690. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.032>
- Sharma, S. (1996). *Applied multivariate techniques*. New York: John Wiley&Sons Inc.
- Shuka, A. (2017). The importance of innovation in entrepreneurship, 26 Mart 2019 tarihinde, <https://www.paggu.com/entrepreneurship/the-importance-of-innovation-in-entrepreneurship/> adresinden erişildi.
- Sidek, S., Mohamad, M.R., Nasır, W. M.N.W.M (2016). Entrepreneurial orientation, access to finance and business performance: A preliminary analysis. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(11), 692-707. doi.10.6007/IJARBS/v6-i11/2452
- Siegel, S., Castellan, N.J. (1988). *Nonparametric statistics for the behavioral sciences*. New York: Mcgraw-Hiu Book Company.
- Silva, M.J., Leitao, J. ve Raposo, M. (2008). Barriers to innovation faced by manufacturing firms in Portugal: How to overcome it for fostering business excellence? *International Journal of Business Excellence*, 1(1), 92-105. <http://www.inderscience.com/link.php?id=17568>
- Slater, S.F. ve Narver, J.C. (1994). Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship. *Journal of Marketing*, 58(1), 46-55. doi:10.2307/1252250
- Solmaz, H. (2016). Örgüt ikliminin girişimcilik yönelimi üzerin etkisi ve öğrenme yöneliminin rolü: Savunma sanayiinde bir araştırma. Yayımlanmamış doktora tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Solmaztürk, A.B. ve Dündar, G. (2018). Girişimcilik yöneliminin kariyer çapaları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin rolü. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 4(7), 64-86. doi:10.26728/ideas.69
- Solow, R.M. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *The Quarterly Journal of Economics*, The MIT Press, 70(1), 65-94. doi:10.2307/1884513

- Sözüer, A. (2016). Uluslararası ticarete işletmeler arası ilişki kalitesi: Türkiye'deki ihracatçı firmaların yurt dışındaki müşterileriyle ilişkileri üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Starkings, S. (2012). Quantitative data analysis with IBM SPSS 17, 18 & 19: A Guide for Social Scientists by Alan Bryman and Duncan Cramer. *International Statistical Review*, 80(2), 334-335. https://doi.org/10.1111/j.1751-5823.2012.00187_14.x
- Suarez-Villa, L. (1990). Invention, inventive learning, and innovative capacity. *Behavioral Science*, 35(4), 290-310. <https://doi.org/10.1002/bs.3830350404>
- Sungur, O. (2007). Bölgesel ölçekte inovasyon: Nuts 2 TR61 düzeyi KOBİ'leri ile yerel paydaşlar arasındaki bilgi dinamikleri ve ağbağları üzerine bir inceleme. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Szeto, E. (2000). Innovation capacity: working towards a mechanism for improving innovation within an inter-organizational network. *The TQM Magazine*, 12(2), 149-158. doi: 10.1108/09544780010318415
- Şahin, A. (2009). Mersin'de faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yenilik faaliyetlerinin ölçülmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 259-271.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics (Sixth Edition)*. USA: Pearson Education Limited.
- Tajeddini, K. ve Mueller, S. (2018). Moderating effect of environmental dynamism on the relationship between a firm's entrepreneurial orientation and financial performance. *Entrepreneurship Research Journal*, 9(4), 1-13. <https://doi.org/10.1515/erj-2018-0283>
- Tajvidi, M. (2015). Strategic directions, innovation capacity and entrepreneurial firm performance in high-tech SMEs. UK: A thesis submitted to Bangor University in fulfilment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Bangor Business School, Bangor University.
- Talaja, A. (2013). Innovative capabilities, firm performance and foreign ownership: Empirical analysis of large and medium-sized companies from all industries. *BEH- Business and Economic Horizons*, 9(3), 69-78. doi:10.15208/beh.2013.14
- Taymaz, E. (2001). Ulusal yenilik sistemi: Türkiye imalat sanayinde teknolojik Değişim ve yenilik süreçleri, Ankara: TÜBİTAK.

- Türk Dil Kurumu (TDK). (2019). Türkçe sözlük, Ankara: Türk Dil Kurumu. 13 Nisan 2019 tarihinde, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts, adresinden erişildi.
- Tekin, H. (1977). Eğitimde ölçme ve değerlendirme, Ankara: Mars Matbaası.
- Teo, T.S.H., Srivastava, S.C. ve Jiang, L. (2008). Trust and electronic government success: An empirical study. *Journal of Management Information Systems*, 25(3), 99-132. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222250303>
- Timuroğlu, M.K. (2015). Örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerine etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 41-68.
- Ting, H.F., Wang, H.B. ve Wang, D.S. (2012). The moderating role of environmental dynamism on the influence of innovation strategy and firm performance. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3(5), 517-520. doi: 10.7763/IJIMT.2012.V3.288
- Tohidi, H. ve Jabbari, M.M. (2012). Product innovation performance in organization. *Procedia Technology*, 1, 521-523. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2012.02.112>
- Tohidi, H. ve Jabbari, M.M. (2012). The important of innovation and its crucial role in growth, Survival and success of organizations. *Procedia Technology*, 1, 535-538. doi:10.1016/j.protcy.2012.02.116
- Torun, B. (2016). İnovasyon algısı, inovasyon sürecindeki liderlik tarzları ve işletmenin inovasyon performansı arasındaki ilişkiler: Düzce'deki KOBİ'ler üzerine bir araştırma. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce.
- Uzkurt, C. (2010). İnovasyon yönetimi: İnovasyon nedir, nasıl yapılır ve nasıl pazarlanır? Asobilgi, Ankara: Ankara Sanayi Odası Yayını.
- Ülger, Ö. ve Durgun, Ö. (2017). Seçilmiş OECD ülkelerinde AR-GE harcamalarının büyüme üzerine etkileri. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 105-130. doi: 10.25287/ohuiibf.337318
- Ürper, Y. (2004). Girişimcilikte yenilik, Yavuz Odabaşı (Ed.), girişimcilik içinde (ss.41-57), (1. bs.). Anadolu Üniversitesi.
- Varian, H. (2005). Bootstrap tutorial. *The Mathematica Journal*, 9(4), 768-775. <http://www.mathematica-journal.com/issue/v9i4/BootstrapTutorial.html>

- Vazquez, R., Santos, M.C. ve Alvarez, L.I. (2001). Market orientation, innovation and competitive strategies in industrial firms. *Journal of Strategic Marketing*, 9(1), 69-90. doi:10.1080/09652540123013
- Venkatraman, N. (1989). Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement. *Management Science*, 35(8), 942-962. <https://www.jstor.org/stable/2632149>
- Velayutham, S., Aldridge, J.M. ve Barry, F. (2012). Gender differences in student motivation and self-regulation in science learning: A multi-group structural equation modeling analysis. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 10(6), 1347-1368. doi:10.1007/s10763-012-9339-y
- Venter, A. (2014). An analysis of the influence of entrepreneurial orientation on business success in selected small and medium-sized enterprises. Dissertation submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree, Master in Business Administration at the North-West University, Potchefstroom, South Africa.
- Vu, H.N. (2017). Relationships between entrepreneurial orientation and firm performance: The role of family involvement amongst small firms in Vietnam. Doctor of Philosophy in Management at Massey University, Albany New Zealand.
- Wan, D., Ong, C.H. ve Lee, F. (2005). Determinants of firm innovation in Singapore. *Technovation*, 25(3), 261-268. doi:10.1016/S0166-4972(03)00096-8
- Wang, C., Lu, I. ve chen, C. (2008). Evaluating firm technological innovation capability under uncertainty. *Technovation*, 28(6), 349-363. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2007.10.007>
- Wiklund, J. ve Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Wong, K.K.K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24, Technical Note 1.1-32.
- Wong, S.K.S. (2012). The influences of entrepreneurial orientation on product advantage and new product success. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(3), 243-262. <https://doi.org/10.1108/17561391211262175>

- Wood, V.R., Bhuian, S.N. ve Kiecker, P. (2000). Market orientation and organizational performance in not-for-profit hospitals. *Journal of Business Research*, 48(3), 213-226. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00086-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00086-1)
- Wood, V.R., Bhuian, S.N. (1993). Market orientation and nonprofit organizations: Performance associations and research propositions. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 1(1), 7-32. https://doi.org/10.1300/J054v01n01_03
- Wu, H., Chen, J. ve Jiao, H. (2016). Dynamic capabilities as a mediator linking international diversification and innovation performance of firms in an emerging economy. *Journal of Business Research*, 69(8), 2678-2686. doi:10.1016 / j.jbusres.2015.11.003
- Yang, C.W. (2008). The relationships among leadership styles, entrepreneurial orientation, and business performance. *Managing Global Transitions*, 6(3), 257-275.
- Yavuz, Ç. (2010). İşletmelerde inovasyon-performans ilişkisinin incelenmesine dönük bir çalışma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(2), 143-173.
- Yeşil, S., Doğan, İ.F. ve Doğan, Ö. (2016). Örgüt kültürünün girişimcilik yönelimi ile örgütsel performans üzerindeki etkisi: Kahramanmaraş ili tekstil sektörü örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 150-172.
- Yılmaz, H. (2015). *Stratejik inovasyon yönetimi* (1. bs.). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Yılmaz, V. ve Varol, S. (2015). Hazır yazılımlar ile yapısal eşitlik modellemesi: AMOS, EQS, LISREL. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44, 28-44.
- Yi, J., Wang, C. ve Kafouros, M. (2013). The effects of innovative capabilities on exporting: Do institutional forces matter? *International Business Review*, 22(2), 392-406. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2012.05.006>
- Yuan, X., Shin, S., He, X. ve Kim, S.Y. (2016). Innovation capability, marketing capability, and firm performance: A two-nation study of China and Korea. *Asian Business & Management*, 15(15), 32-56. doi:10.1057 / abm.2015.17
- Zahra, S.A. ve Garvis, D.M. (2000). International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 469-492. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00036-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00036-1)

- Zahra, S.A., Nielsen, A.P. ve Bogner, W.C. (1999). Corporate entrepreneurship, knowledge and competence development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 169-189. <https://doi.org/10.1177/104225879902300310>
- Zahra, S.A. ve Covin, J.G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00004-E](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00004-E)
- Zahra, S.A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-285. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90019-A](https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90019-A)
- Zehir, C., Can, E. ve Karaboğa, T. (2015). Linking entrepreneurial orientation to firm performance: the role of differentiation strategy and innovation performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210, 358-367. doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.381
- Zhao, X., John, G.L. ve Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37, 197-206. doi:10.1086/651257
- Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 25-41. doi: 10.1108/13552550510580825
- Zhang, M.J. (2006). IS support for strategic flexibility, environmental dynamism, and firm performance. *Journal of Managerial Issues*, 18(1), 84-103.



EKLER

Ek 1. ANKET FORMU

Girişimcilik Yönelimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkileri Üzerine Bir Araştırma

Değerli Katılımcı,

Bu çalışmada elde edilecek veriler İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli firmalar (En az 50 çalışanı olan) ile ilgili doktora tez çalışmasında kullanılacak olup vereceğiniz cevaplar saklı tutulacaktır. Anket sonuçlarının sağlıklı olabilmesi, soruların samimi ve gerçek şekilde cevaplanmasına bağlıdır.

Katılımınız ve desteğinizden ötürü teşekkür ederiz.

Doç.Dr. Hasan AYAYDIN
hayaydin61@gumushane.edu.tr

Öğr.Gör.Fahrettin PALA
fahrettinpala@gumushane.edu.tr

BİRİNCİ BÖLÜM

Cinsiyet	Kadın ()	Erkek ()			
Şirketteki/İşletmedeki Pozisyonunuz	Sahibi/Ortağı ()	Başkan (CEO/COO) ()	Departman Müdürü ()	Diğer ()	
İşletme Kategoriniz	Üretim ()	Toptan/Dağıtım ()	Hizmet ()	Perakende ()	Diğer ()
İşletme/Şirket Yaşı	1-5 yaş arası ()	6-10 yaş arası ()	11-20 yaş arası ()	21-50 yaş arası ()	51 ve üzeri ()
İşletme/Şirkette Tam zamanlı çalışan sayısı	50-100 kişi arası ()	101-150 kişi arası ()	151-200 kişi arası ()	201-250 kişi arası ()	251 ve üzeri ()
İşletme/Şirketin ihracat gibi uluslararası faaliyetlerde bulunma yıl sayısı	1-5 yıl arası ()	6-10 yıl arası ()	11-20 yıl arası ()	21-50 yıl arası ()	51 ve üzeri ()

İKİNCİ BÖLÜM						
İnovasyon Kapasitesi Ölçeği						
<i>Aşağıda yer alan ifadeleri ölçeği kullanarak değerlendiriniz.</i>						
<i>1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Fikrim yok, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum</i>						
AR-GE Kapasitesi						
1.	Şirketimiz AR-GE'ye yatırım yaparak teknolojileri geliştirmektedir.	1	2	3	4	5
2.	Firmamız yeni teknolojiler edinmektedir	1	2	3	4	5
3.	Firmamız teknolojik üstün ürünler için tanınır	1	2	3	4	5
4.	Firmamız ürün geliştirmede, ülkedeki en nitelikli endüstri uzmanlarından bazılarını istihdam etmektedir	1	2	3	4	5
Pazarlama Kapasitesi						
5.	Şirketimiz belirli pazarları segmentlere/bölgelere ayırabilir ve hedefleyebilir.	1	2	3	4	5
6.	Firmamız ürünlerimizi farklılaştırmak için pazarlama araçlarını (ürün tasarımı, fiyatlandırma, reklam gibi) kullanabilir	1	2	3	4	5
7.	Şirketimiz mal ve hizmet ihracatı için yeni fiyatlandırma yöntemleri uygular	1	2	3	4	5
8.	Şirketimiz yurtdışında yeni satış kanalları kullanıyor	1	2	3	4	5
9.	Firmamız yurtdışında ürünlerini tanıtmak için yeni teknikler uygulamaktadır.	1	2	3	4	5
Üretim Kapasitesi						
10.	Firmamız ürün veya üretim kalitesinde tutarlıdır	1	2	3	4	5
11.	Firmamız Ar-Ge (Araştırma ve Geliştirme) çalışmaları ile tasarlanan ürünler üretmektedir.	1	2	3	4	5
12.	Firmamız ürünleri, üretim ve üretim teslim süreleri ile uyumludur.	1	2	3	4	5
13.	Firmamız uluslararası rakiplerimize göre üretimde ileri teknolojiler kullanmaktadır.	1	2	3	4	5
Öğrenme Kapasitesi						
14.	Firmamız, sektörümüzdeki teknolojik trendleri tespit etmekte ve uygulamaktadır.	1	2	3	4	5
15.	Şirketimiz rekabetçi başarısı için gerekli olan yeni bilgilerin tanımlanmasını, asimilasyonunu ve kullanılmasını sağlayan bir öğrenim kültürünü teşvik etmektedir.	1	2	3	4	5
16.	Yeni ürünlerin öğrenilmesini kolaylaştıracak yeni beceriler ve yeni yetenekler edinme	1	2	3	4	5
17.	Yeni ürünler sunmak için yeni beceriler veya teknolojiler geliştirmemiz gerektiğinde, bunu verimli bir şekilde gerçekleştirebildik.	1	2	3	4	5

Yönetim Kapasitesi						
18.	Firmamız gerektiğinde ürün veya süreç inovasyonuna (yenilik) odaklı yeni projelere uyum sağlamak için esnek bir organizasyon yapısı benimser.	1	2	3	4	5
19.	Firmamız yöneticilere inovasyon (yenilik) sürecinde önemli ölçüde özerklik sunmaktadır.	1	2	3	4	5
20.	Şirketimizde teknik (Örneğin: mühendislik, projeler), satış ve üretim bölümleri arasında güçlü bir koordinasyon vardır	1	2	3	4	5
21.	Şirketimiz, rutinleri ve iş uygulamalarını geliştirmek ve şirket içinde bilgi ve beceri kullanımını kolaylaştırmak için yeni yönetim teknikleri uygulamaktadır.	1	2	3	4	5
22.	Şirketimiz sorumlulukları ve karar verme görevlerini daha iyi dağıtmak için yeni çalışma organizasyonu metotları uygular (Örneğin ekip çalışmasının oluşturulması, merkezlerin dağıtılması veya bölümlerin entegrasyonu gibi)	1	2	3	4	5
Kaynak Kullanım Kapasitesi						
23.	Şirketimiz dahili ve harici olarak geliştirilmiş teknolojileri (Örneğin, iş ortakları tarafından geliştirilen teknolojiler) birleştirir.	1	2	3	4	5
24.	Şirketimiz piyasada yeni ürünlerin tanıtımı için sürekli bir finansal kaynak akışını sürdürmektedir.	1	2	3	4	5
25.	Firmamız personel tahsisi konusunda yeteneklidir	1	2	3	4	5
26.	Personelimiz ürünlerimizi ve süreçlerimizi iyileştirmek için sürekli çaba göstermektedir.	1	2	3	4	5
27.	Çalışanlarımız ürünlerimizi ve süreçlerimizi geliştirmekten sorumlu olduklarına inanmaktadırlar	1	2	3	4	5
Stratejik Kapasite						
28.	Şirketimizde strateji formülasyonu güçlü bir girişimci vizyonu ile yönlendirilmektedir.	1	2	3	4	5
29.	Şirketimizde üst yönetim, ticari faaliyetleri etkileyebilecek dış faktörleri çok iyi anlayabilmektedir.	1	2	3	4	5
30.	Şirketimizde üst düzey yönetim, yabancı rakiplerin hareketlerini hemen fark etmekte ve bu harekete yönelik stratejiler düzenlemektedir.	1	2	3	4	5
31.	Şirketimizde, inovasyon ve müşteriler tarafından değer tanınması arasında güçlü bir bağ vardır.	1	2	3	4	5

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM						
Girişimcilik Yönelimi Ölçeği						
Aşağıda yer alan ifadeleri ölçeği kullanarak değerlendiriniz.						
1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Fikrim yok, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum						
Yenilikçilik						
1.	Genel olarak, firmamız Ar-Ge, teknolojik liderlik ve yenilikler üzerinde güçlü bir vurgu yapar	1	2	3	4	5
2.	Şirketimiz “denenmiş ve doğru” prosedürleri, sistemleri ve yöntemleri desteklemektedir.	1	2	3	4	5
3.	Şirketimiz yeni şeyler yapmanın yeni yollarını denemeye ve sıra dışı yeni çözümler bulmaya isteklidir.	1	2	3	4	5
Proaktiflik						
4.	Şirketimiz, yeni ürün veya hizmetleri tanıtmada sektördeki ilk şirketlerden biridir	1	2	3	4	5
5.	Rakiplere yönelik eylemleri ilk başlatan şirketimizdir ve rakipler bunlara daha sonra cevap vermektedir	1	2	3	4	5
6.	Belirsizlik altında, şirketimiz her zaman maceracı ve aktif bir tutum benimser	1	2	3	4	5
Risk Almak						
7.	Şirketimiz yüksek riskli projeler için (çok yüksek getiri şansı ile) güçlü bir tercihe sahiptir.	1	2	3	4	5
8.	Çevrenin doğası gereği, firmamız minör taktik değişiklikler yapmaktan ziyade daima cesur, geniş kapsamlı stratejik eylemler almaktadır	1	2	3	4	5
9.	Belirsizlik içeren kararlarla karşılaştığımızda, şirketimiz her zaman fırsatlardan yararlanma olasılığını en üst düzeye çıkarmak için cesur bir duruş benimsiyor.	1	2	3	4	5

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM						
Çevresel Faktörler Ölçeği						
<i>Aşağıda yer alan ifadeleri ölçeği kullanarak değerlendiriniz.</i>						
<i>1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kısmen Katılıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum</i>						
	Çevresel Dinamizm					
1.	Piyasadaki çevresel değişiklikler çok yoğun yaşanmaktadır	1	2	3	4	5
2.	Müşterilerimiz düzenli olarak yeni ürünler ve hizmetler istemektedir	1	2	3	4	5
3.	Piyasamızda, değişiklikler sürekli olarak gerçekleşmektedir	1	2	3	4	5
4.	Bir yıl içinde piyasamız önemli ölçüde değişmiştir	1	2	3	4	5
5.	Piyasamızda, teslim edilecek ürün ve hizmetlerin hacmi hızlı ve sık sık değişmektedir.	1	2	3	4	5
	Çevresel Rekabet Gücü					
1.	Piyasadaki rekabet çok yoğun yaşanmaktadır	1	2	3	4	5
2.	Organizasyon birimimizin nispeten güçlü rakipleri vardır	1	2	3	4	5
3.	Piyasadaki rekabet son derece yüksektir	1	2	3	4	5
4.	Fiyat rekabeti piyasamıza damgasını vurmaktadır	1	2	3	4	5

BEŞİNCİ BÖLÜM						
Finansal Performans Ölçeği						
<i>Kuruluşunuzda aşağıda yer alan Finansal Performans öğelerinin başarı düzeyini son üç yılda önceki yıllara kıyasla nasıl değerlendiriyorsunuz? Aşağıda yer alan ölçeği kullanarak değerlendiriniz.</i>						
<i>1. Son Derece Başarısız, 2. Başarısız, 3. Kısmen Başarılı, 4. Başarılı, 5. Son Derece Başarılı</i>						
	Finansal Performansı					
1.	Yatırım Kârlılığı (kâr / toplam aktifler)	1	2	3	4	5
2.	Ekonomik Karlılık (Faiz ve vergi öncesi kar/toplam aktifler)	1	2	3	4	5
3.	Satış Kârlılığı (kâr / net satışlar)	1	2	3	4	5
4.	Öz sermaye Karlılığı (kâr/öz sermaye)	1	2	3	4	5

ALTINCI BÖLÜM						
<i>Sermaye Yapısı Ölçeği</i>						
Kuruluşunuzda aşağıda yer alan Sermaye Yapısı öğelerinin başarı düzeyini son üç yılda önceki yıllara kıyasla nasıl değerlendiriyorsunuz? Aşağıda yer alan ölçeği kullanarak değerlendiriniz.						
<i>1. Oldukça Fazla Azaldı, 2. Azaldı, 3. Değişmedi, 4. Arttı, 5. Oldukça Fazla Arttı</i>						
Sermaye Yapısı						
1.	Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Aktif	1	2	3	4	5
2.	Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar/Toplam Aktif	1	2	3	4	5
3.	Toplam Yabancı Kaynaklar/Özsermaye	1	2	3	4	5

YEDİNCİ BÖLÜM						
<i>Nakit Tutumu Ölçeği</i>						
Kuruluşunuzda aşağıda yer alan Nakit Tutumu öğelerinin başarı düzeyini son üç yılda önceki yıllara kıyasla nasıl değerlendiriyorsunuz? Aşağıda yer alan ölçeği kullanarak değerlendiriniz.						
<i>1. Son Derece Başarısız, 2. Başarısız, 3. Kısmen Başarılı, 4. Başarılı, 5. Son Derece Başarılı</i>						
Nakit Tutumu						
1.	Hazır Değerler/Toplam Aktifler	1	2	3	4	5
2.	Hazır Değerler/Net Satışlar	1	2	3	4	5
3.	Hazır Değerler/ Duran Varlıklar	1	2	3	4	5

Ek 2. ARAŞTIRMA KAPSAMINDAKİ FİRMALAR

SIRA NO	FİRMA ADI VE UNVANI	SEKTÖR	BÖLGESİ
1	2M Kablo San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
2	Abdi İbrahim İlaç San. ve Tic. A.Ş.	İlaç	İstanbul
3	Acron Bilişim A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
4	Airties Kablosuz İletişim San. ve Dış Tic. A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
5	Akabe Sağlık Tesisleri San. ve Tic. A.Ş.	Sağlık	İstanbul
6	Akım Metal Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
7	Akkar Silah Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.	Silah ve Mühimmat	İstanbul
8	Akkim Yapı Kimyasalları San. Ve Tic. A.Ş.	Kimya	İstanbul
9	Akmetal Metalurji Endüstrisi A.Ş.	Dökümcülük	İstanbul
10	Aksa Jeneratör San. A.Ş.	Enerji	İstanbul
11	Aksuvital Doğal Ürünler Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gıda	İstanbul
12	Alcatel Lucent Teletaş Telekomünikasyon A.Ş.	Telekomünikasyon	İstanbul
13	Ali Raif İlaç Sanayi A.Ş.	İlaç	İstanbul
14	Al-Kor Makina Kalıp Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
15	Alplas End. Yat. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
16	Altan Hidrolik Mühendislik San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
17	Altıparmak Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gıda	İstanbul
18	Arçelik A.Ş. Ar-Ge Direktörlüğü	Dayanıklı Tüketim Malları	İstanbul
19	Arçelik A.Ş. Elektronik İşletmesi	Elektrik-Elektronik	İstanbul
20	Arçelik A.Ş. Çamaşır Makinası İşletmesi	Dayanıklı Tüketim Malları	İstanbul
21	Arçelik A.Ş. İTÜ Arı Teknokent	Elektrik-Elektronik	İstanbul
22	Arion İlaç San. ve Tic. A.Ş.	İlaç	İstanbul
23	Arkel Elektrik Elektronik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
24	Arsan Kauçuk Plastik Makine A.Ş.	Plastik-Kauçuk	İstanbul

25	Arven İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.	İlaç	İstanbul
26	Asis Otomasyon ve Akaryakıt Sistemleri A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
27	Asseco See Teknoloji A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
28	Atmaca Elektronik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
29	Audio Elektronik İth. İhr. San. Tic. A.Ş.	Telekomünikasyon	İstanbul
30	Aybey Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
31	Aydın Mensucat Döşemelik Kumaş San. ve Tic. A.Ş.	Tekstil	İstanbul
32	Baykar Makine San. ve Tic. A.Ş.	Savunma Sanayi	İstanbul
33	Baykon Endüstriyel Kontrol Sistem San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
34	Berko İlaç ve Kimya Sanayi A.Ş.	İlaç	İstanbul
35	Besler Gıda ve Kimya San. ve Tic. A.Ş.	Gıda	İstanbul
36	Beta Kimya San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	İstanbul
37	Bıçakçılar Tıbbi Cihazlar San. ve Tic. A.Ş.	Tıbbi Cihazlar	İstanbul
38	Bimed Teknik Aletler Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
39	Biofarma İlaç San. ve Tic. A.Ş.	İlaç	İstanbul
40	BİOTA-Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuvarları A.Ş.	Kozmetik	İstanbul
41	Bircom Telekomünikasyon ve Bilişim Hizm. San. ve Tic. A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
42	Bis Çözüm Bilgisayar ve Entegrasyon Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti.	Yazılım	İstanbul
43	Borusan Lojistik Dağıtım Taşımacılık ve Tic. A.Ş.	Ulaştırma ve Lojistik	İstanbul
44	Borusan Teknoloji Geliştirme A.Ş.	Mühendislik Faaliyetleri	İstanbul
45	Boyner Perakende ve Tekstil Yatırımları A.Ş.	Tekstil	İstanbul
46	C/S Enformasyon Teknolojileri Ltd. Şti.	Yazılım	İstanbul
47	Casper Bilgisayar Sistemleri A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
48	Cms Makine San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
49	Commencis Teknoloji A.Ş.	Yazılım	İstanbul
50	Çizgi Teknoloji Elektronik Tasarım ve Üretim A.Ş.	Mühendislik Faaliyetleri	İstanbul
51	Çuhadaroğlu Metal Sanayi ve Pazarlama A.Ş.	Demir ve Demir Dışı	İstanbul

		Metaller	
52	Dal Teknik Makina Ticaret ve Sanayi A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
53	Dalgakıran Makina San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
54	Deima Elektromekanik Ürün İnş. Spor Malz. İmalat San. ve Tic. A.Ş.(SINBO)	Dayanıklı Tüketim Malları	İstanbul
55	Doğuş Bilgi İşlem ve Teknoloji Hizmetleri A.Ş. (II)	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
56	DTV Haber ve Görsel Yayıncılık A.Ş.	Medya ve İletişim	İstanbul
57	EAE Teknoloji Araştırma Geliştirme San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
58	EAE Elektrik Aydınlatma Endüstri San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
59	Ece Boya Kimya San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	İstanbul
60	Eliar Elektronik San. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
61	Elif Plastik Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.	Ambalaj	İstanbul
62	Elkon Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
63	Elso Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Kimya	İstanbul
64	Elvan Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Gıda	İstanbul
65	Entes Elektronik Cihazlar İmalat ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
66	Erna-Maş Makine Ticaret ve Sanayi A.Ş.	Dayanıklı Tüketim Malları	İstanbul
67	Esis Enerji ve Elektronik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
68	Esit Elektronik Sistemleri İmalat ve Tic. Ltd. Şti.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
69	Evyap Sabun, Yağ Gliserin San. ve Tic. A.Ş.	Kozmetik	İstanbul
70	F.I.T. Bilgi İşlem Sistemleri Serv. San. ve Tic. A.Ş.	Yazılım	İstanbul
71	Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.	Perakendecilik	İstanbul
72	Flokser Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Kimya	İstanbul
73	Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. (Sancaktepe)	Otomotiv	İstanbul
74	Friterm Termik Cihazlar San. ve Tic. A.Ş.	İklimlendirme	İstanbul
75	G Teknoloji Bilişim San. ve Tic. A.Ş.	Yazılım	İstanbul
76	Gamak Makine Sanayi A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
77	Gedik Kaynak A.Ş.	Demir ve Demir Dışı Metaller	İstanbul

78	GVG Danışmanlık Ltd. Şti.	Yazılım	İstanbul
79	Hacı Ayvaz End. Mam. San. ve Tic. A.Ş.	Demir ve Demir Dışı Metaller	İstanbul
80	Hassan Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	Tekstil	İstanbul
81	Hatko Teknik Donanımlar Mümessillik ve Ticaret A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
82	Hitachi Kokusai Electric Turkey Yayıncılık Sistemleri A.Ş.	Telekomünikasyon	İstanbul
83	Huawei Telekomünikasyon Dış Ticaret Ltd.	Telekomünikasyon	İstanbul
84	Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
85	Idea Teknoloji Çözümleri Bil.San. ve Tic. A.Ş.	Yazılım	İstanbul
86	İhlas Ev Aletleri İmalat San. ve Tic. A.Ş.	Dayanıklı Tüketim Malları	İstanbul
87	İleri Pencere Kapı Sistemleri San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
88	İnan Makine San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
89	İnform Elektronik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
90	İnova Bilişim Çözümleri A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
91	İSBAK- İstanbul Bilişim ve Akıllı Kent Teknolojileri A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
92	İz Baskı San. ve Tic. A.Ş.	Plastik-Kauçuk	İstanbul
93	Kaban Makine San. ve Tic. Ltd. Şti.	Makine ve Teçhizat İmalatı	İstanbul
94	Kadifeteks Mensucat Sanayi A.Ş.	Tekstil	İstanbul
95	Kalekim Kimyevi Maddeler San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	İstanbul
96	Karel Kalıp Sanayi A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
97	Kayalar Kimya A.Ş.	Kimya	İstanbul
98	Kervan Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gıda	İstanbul
99	Koçsistem Bilgi ve İletişim Hizmetleri A.Ş.	Yazılım	İstanbul
100	Kor Metal San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
101	Kordsa Teknik Tekstil A.Ş. (İstanbul Teknopark Şubesi)	Tekstil	İstanbul
102	Korkmaz Mutfak Eşyaları San. ve Tic. A.Ş.	Dayanıklı Tüketim Malları	İstanbul

103	Kösedag Tel Örne Çit Sanayi ve Ticaret İth. İhrc. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
104	Logosoft Bilişim Teknolojileri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
105	Makel Elektrik Malzemeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
106	Mamur Teknoloji Sistemleri Sanayi A.Ş.	Makine ve Teçhizat İmalatı	İstanbul
107	Maysa Gıda San. ve Tic. A.Ş.	Gıda	İstanbul
108	Medyasoft Danışmanlık ve Eğitim A.Ş.	Yazılım	İstanbul
109	Mercedes Benz Türk A.Ş.	Otomotiv	İstanbul
110	Mesan Kilit A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
111	Metal ve Yapı Sistemleri Ticaret A.Ş.	İnşaat	İstanbul
112	MTN Kalp Ltd. Şti.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
113	Multitek Elektronik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
114	Mustafa Nevzat İlaç Sanayi A.Ş.	İlaç	İstanbul
115	Mutlu Akü ve Malzemeleri Sanayi A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
116	Na-De Elektronik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
117	Nero Endüstri Savunma Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.	Savunma Sanayi	İstanbul
118	Neta Elektronik Cihazlar San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
119	Netaş Telekomünikasyon A.Ş.	Telekomünikasyon	İstanbul
120	Nitto Bento Bantçılık San. ve Tic. A.Ş.	Kağıt ve Kağıt Ürünleri	İstanbul
121	Nokta Mühendislik İnş. Elekt. Plas. Gıda. ve Reklam San. Tic. Ltd. Şti.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
122	OBASE Bilgisayar ve Danışmanlık Hizmetleri Ticaret A.Ş.	Yazılım	İstanbul
123	ODC İş Çözümleri Danışmanlık Ticaret A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
124	Organik Kimya A.Ş.	Kimya	İstanbul
125	Özkoç Hidrolik Makina San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
126	Özler Plastik San. ve Tic. A.Ş.	Plastik-Kauçuk	İstanbul
127	Öztiryakiler Madeni Eşya San. ve Tic. A.Ş.	Dayanıklı Tüketim Malları	İstanbul
128	Panasonic Eco Solutions Elektrik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul

129	Parsan Makina Parçaları Sanayi A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
130	Pelsan Tekstil Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.	Plastik-Kauçuk	İstanbul
131	Plasti-Med Plastik Medikal Ürünler San. Tic. Ltd. Şti.	Sağlık	İstanbul
132	Pleksan Plastik Eşya Kalıp Sanayi A. Ş.	Plastik-Kauçuk	İstanbul
133	Polen Un ve Gıda Katkı Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Gıda	İstanbul
134	Proline Bilişim Sistemleri ve Ticaret A.Ş. (İstanbul Şubesi)	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
135	Protel Bilgisayar A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
136	Repkon Makine ve Kalıp San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
137	Samet Kalıp ve Madeni Eşya San. ve Tic. A.Ş.	Mobilya	İstanbul
138	Sanel Sanayi Elektroniği İmalat ve Ticaret A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
139	Sanovel İlaç San. ve Tic. A.Ş.	İlaç	İstanbul
140	Sarten Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.	Ambalaj	İstanbul
141	Sedef Gemi İnşaatı A.Ş.	Denizcilik	İstanbul
142	Seluz Kimya ve Kozmetik Sanayi A.Ş.	Kimya	İstanbul
143	Sestek Ses ve İletişim Bilgisayar Tek. San. ve Tic. A.Ş.	Bilgisayar ve İletişim Tek.	İstanbul
144	Set Medikal San. ve Tic. A.Ş.	Tıbbi Cihazlar	İstanbul
145	Siemens Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Kartal ArGe Merkezi)	Yazılım	İstanbul
146	Sinter Metal İmalat Sanayi A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
147	Smartiks Bilgi Teknolojisi Hizmetleri A.Ş.	Yazılım	İstanbul
148	Sora Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.	Kozmetik	İstanbul
149	Supsan Motor Subapları San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
150	Şafak Elektrik Malzemeleri Tic. ve San. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
151	Şölen Çikolata Gıda San. ve Tic. A.Ş. (İstanbul)	Gıda	İstanbul
152	TCI Kabin İçi Sistemleri San. ve Tic. A.Ş.	Havacılık	İstanbul
153	Teknik Kimya Donatım Makine enerji San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	İstanbul
154	Teksan Jeneratör Elektrik San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
155	Telpa Teknoloji Hizmetleri A.Ş.	Telekomünikasyon	İstanbul

156	Tisan Mühendislik Plastikleri San. ve Tic. Ltd. Şti.	Plastik-Kauçuk	İstanbul
157	Triodor Araştırma Geliştirme Yazılım ve Bilişim Tic. Ltd. Şti.	Yazılım	İstanbul
158	TST Rakor ve Tıbbi Alet. San. ve Tic. Ltd. Şti.	Sağlık	İstanbul
159	Turaş Gaz Armatürleri San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
160	Turgut İlaç A.Ş.	İlaç	İstanbul
161	Turkcell Teknoloji Araştırma ve Geliştirme A.Ş.	Yazılım	İstanbul
162	Turkuaz Sağlık Hizmetleri Medikal Temizlik Kimyasal Ürünler San. ve Tic. A.Ş.	Sağlık	İstanbul
163	Tuzla Gemi Endüstrisi A.Ş.	Denizcilik	İstanbul
164	Tüm Elektronik Mühendislik San. ve Tic. Ltd. Şti.	Elektrik-Elektronik	İstanbul
165	Tüm-Ekip İlaç A.Ş.	İlaç	İstanbul
166	Türk Hava Yolları A.O.	Havacılık	İstanbul
167	Uçak Koltuk Üretimi San.ve Tic.A.Ş.	Havacılık	İstanbul
168	Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.	Gıda	İstanbul
169	Unmaş Unlu Mamuller San. ve Tic. A.Ş	Gıda	İstanbul
170	Uzun Hidrolik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
171	Ülker Çikolata Sanayi A.Ş.	Gıda	İstanbul
172	Vefa İlaç San. Tic. Ltd. Şti.	İlaç	İstanbul
173	VSY Biyoteknoloji ve İlaç Sanayi A.Ş.	Sağlık	İstanbul
174	Wittur Asansör Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
175	World Medicine İlaç San. ve Tic. A.Ş.	İlaç	İstanbul
176	YCP Bilgi Teknolojileri Eğitim Enerji Danışmanlık ve Sağlık Hizm. Ltd. Şti.	Yazılım	İstanbul
177	Yelken Kalıp Pencere Kapı Aksesuarları ve Metal San. Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
178	Yıldız Kalıp San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	İstanbul
179	Yılmaz Redüktör San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	İstanbul
180	Arçelik-LG Klima San. ve Tic. A.Ş.	İklimlendirme	Kocaeli
181	Ark Pres Emniyet Kemerleri San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli

182	Aromsa Besin Aroma ve Katkı Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.	Gıda	Kocaeli
183	Bant Boru San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
184	Bericap Kapak Sanayi A.Ş.	Ambalaj	Kocaeli
185	Cavo Otomotiv Ticaret ve Sanayi A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
186	CPS Pressform San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
187	De-Ka Elektroteknik San. ve Tic. A.Ş.	Elektrik-Elektronik	Kocaeli
188	Dekor Ahşap Ürünleri Sanayi A.Ş.	Mobilya	Kocaeli
189	Ecoplas Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
190	Enka Civata İmalat ve San. Mam. Paz. A.Ş.	Dayanıklı Tüketim Malları	Kocaeli
191	Farplas Oto Yedek Parçaları İmalatı, İthalatı A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
192	Ferro Döküm Dış Ticaret San. ve Tic. A.Ş.	Dökümcülük	Kocaeli
193	Gübre Fabrikaları T. A.Ş.	Tarım	Kocaeli
194	Gürdesan Gemi Makine San. ve Tic. A.Ş.	Denizcilik	Kocaeli
195	Heksagon Mühendislik ve Tasarım A.Ş.	Otomotiv Tasarımı ve Mühendislik	Kocaeli
196	Hektaş Ticaret A.Ş.	Tarım	Kocaeli
197	Karakaya 86 Katoforez Kaplama Kimyevi Maddeler Mak. İnş. San. ve Tic. Ltd.Şti.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
198	Koruma Klor Alkali San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	Kocaeli
199	Magna Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
200	Mapa Makine Parçaları Endüstrisi A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
201	Olmuksan International Paper Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.	Ambalaj	Kocaeli
202	Öz-Ka Lastik ve Kauçuk San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	Kocaeli
203	Pimsa Otomotiv A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli
204	Pimtaş Plastik İnşaat Malzemeleri San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	Kocaeli
205	Polin Su Parkları ve Havuz Sistemleri A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	Kocaeli
206	Polisan Kansai Boya San. ve Tic. A.Ş.	Kimya	Kocaeli
207	Rözmaş Çelik San. ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli

208	Sistem Teknik Endüstriyel Fırınları Ltd. Şti.	Makine ve Teçhizat İmalat	Kocaeli
209	Torun Bakır Alaşımaları Metal San. ve Tic. A.Ş.	Makine ve Teçhizat İml.	Kocaeli
210	Ulus Metal Sanayi ve Tic. A.Ş.	Otomotiv Yan Sanayi	Kocaeli



Ek 3. ETİK KURUL İZİNİ

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

(Proje Onay Formu)

TARİH :
YER :
KATILIMCILAR : Prof.Dr. GÜNEY ÇAKIR (Başkan)
Prof.Dr. BAHRİ BAYRAM (Üye)
Prof.Dr. HÜSEYİN DEMİR (Üye)
Prof.Dr. BAYRAM NAZIR (Üye)
Prof.Dr. EKREM CENGİZ (Üye)
Prof.Dr. SAİME ŞAHİNÖZ (Üye)
Doç.Dr. FERKAN SİPAHİ (Üye)

BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU PROJE ONAY FORMU	
Projenin Adı:	Girişimcilik Eğilimi, Inovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkileri Üzerine Bir Araştırma
Projenin Niteliği:	GÜBAP07-Lisansüstü Öğrenci Destek Programı/Doktora Tezi
Proje Araştırmacıları:	Öğr.Gör.Fahrettin PALA
Proje Yürütücüsünün Haberleşme Bilgileri:	Doç.Dr.Hasan AYAYDIN İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi hayaydin61@gumushane.edu.tr 0(456)2331200- Dahili: 2122
Araştırmanın Amacı:	İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren ve 50'den fazla çalışanı bulunan işletmelerin girişimcilik eğilimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performansı arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin (Çevresel Rekabet Gücü ve Çevresel Dinamizm) moderatör etkilerinin araştırılması.
Araştırmanın Gerekçesi:	Doktora tezi kapsamında İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren ve 50'den fazla çalışanı bulunan (orta ve büyük ölçekli) işletmelerin girişimcilik eğilimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performansı arasındaki ilişkide çevresel faktörlerin moderatör etkilerinin incelenmesi ve bulguların akademik çevre, iş dünyası, politika yapımcılar, devlet yöneticileri ve karar vericiler ile paylaşımını gerçekleştirmektedir.



Araştırmanın Yöntemi:	<p>Araştırmanın amacı ve kısıtları doğrultusunda ana evren İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren ve 50'den fazla çalışanı bulunan firmaları kapsamaktadır. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak, standart veri elde etme ve buna bağlı üstün veri analizi sunma özelliklerinden dolayı anket yöntemi kullanılacaktır. Evrenden örnekleme girmede her bir işletmeye N/n'nin bir olasılığını sunan (Bryman ve Cramer, 1997, s:99) basit tesadüfi örnekleme metoduna göre, farklı sektörlerden seçilen işletmelere direkt ulaşılarak en az departman müdürü seviyesinde olmak üzere her işletmeden bir yöneticiyle yüz yüze görüşülerek doldurtulacaktır. Anket formu, girişimcilik eğilimleri, inovasyon kapasitesi, finansal performans, çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünü ölçecek literatürden yararlanılarak oluşturulan farklı sayıdaki sorulardan oluşmaktadır. Girişimcilik eğilimi, inovasyon kapasitesi ve finansal performans arasındaki ilişkilerin çevresel dinamizm ve çevresel rekabet gücünün etkisi altında nasıl değişeceğini ortaya koymayı amaçlayan moderatör modelin testi için, yapısal eşitlik modellemesi (YEM) kullanılacaktır. Bu yöntemin tercih edilmesindeki asıl neden, yöntemin aynı modelin farklı popülasyonlardan gelen verilerle yani birden fazla grupta eş zamanlı olarak test edilmesine olanak tanımasıdır.</p>
Kullanılacak biyolojik, psikolojik ve teknik vb. tüm yöntemleri açıklayan etik ile ilgili özet:	<p>Araştırmada biyolojik ve psikolojik herhangi bir yöntem kullanılmamaktadır. Çalışmada araştırmanın amacı ve kısıtları doğrultusunda ana evren İstanbul ve Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren ve 50'den fazla çalışanı bulunan firmaları kapsamaktadır. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak, standart veri elde etme ve buna bağlı üstün veri analizi sunma özelliklerinden dolayı anket yöntemi kullanılacaktır. Evrenden örnekleme girmede her bir işletmeye N/n'nin bir olasılığını sunan basit tesadüfi örnekleme metoduna göre, farklı sektörlerden seçilen işletmelere direkt ulaşılarak en az departman müdürü seviyesinde olmak üzere her işletmeden bir yöneticiyle yüz yüze görüşülerek anket formları doldurtulacaktır.</p>

Gümüşhane Üniversitesi İşletme Fakültesi öğretim üyelerinden Sayın Doç. Dr. Hasan AYAYDIN'ın "GÜBAP07-LİSANSÜSTÜ ÖĞRENCİ DESTEK PROGRAMI (Girişimcilik Eğilimi, İnovasyon Kapasitesi ve Finansal Performans Arasındaki İlişkide Çevresel Faktörlerin Moderatör Etkileri Üzerine Bir Araştırma)" adlı projesi değerlendirilmiştir.

Proje etik açısından uygun bulunmuştur.

Projenin etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir.

Proje etik açısından uygun bulunmamıştır.

Prof. Dr. Bahri BAYRAM
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Hüseyin DEMİR
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Bayram NAZIR
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Saime ŞAHİNÖZ
Etik Kurul Üyesi

Doç. Dr. Ferkan ŞİPAHİ
Etik Kurul Üyesi

Prof. Dr. Günay ÇAKIR
Etik Kurul Başkanı

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Fahrettin PALA
Doğum Yeri ve Tarihi : Oltu - 10.03.1980

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi
Yüksek Lisans Öğrenimi : İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Muhasebe ve Denetimi
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce
Bilimsel Faaliyetler :

Makaleler

Hasan AYAYDIN, **Fahrettin PALA**, Abdulkadir BARUT; (2019), “Kaldıraç ve Yabancı Sahipliğin AR-GE Yatırımları İle Firma Performansı Üzerindeki Moderaör Etkisinin İncelenmesi: Türkiye Örneği”, Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (2), ss.202-212.

Hasan AYAYDIN, Aykut KARAKAYA, **Fahrettin PALA**; (2018), “Trade Openness, Financial Openness and Financial Development in Euroze: Evidence From Dynamic Panel Data”, **GJEBS** Global Journal of Economics and Business Studies-Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi, 7(14), pp.-1-17.

Hasan AYAYDIN, Savaş DURMUŞ, **Fahrettin PALA**; (2017), “Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Lojistik Firmalarında Performans Ölçümü”, GÜSBED, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 8(21), ss.76-94.

Bildiriler

Hasan AYAYDIN, Abdulkadir BARUT, **Fahrettin PALA**; (2019), Türkiye’de Çevresel Sorumluluk ve Finansal Performans İlişkisi: Panel Nedensellik Analizi,

1.Uluslararası Harran Multi Disipliner Çalışmalar Kongresi, 8-10 Mart, Şanlıurfa, Türkiye.

Hasan AYAYDIN, **Fahrettin PALA**, Abdulkadir BARUT; (2019), İnovasyon ve Girişimcilik Temelli Ekonomik Büyüme: Seçilmiş G-20 Ülkeleri Örneği, Al-Farabi 4.Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 2-5 Mayıs, Erzurum, Türkiye.

Hasan AYAYDIN, Abdulkadir BARUT, İbrahim KARAASLAN, **Fahrettin PALA**, (2019), Relationship Between Financial Innovation and Economic Growth: Evidence From Turkey, International Scientific Researches Congress, 18 - 20 Nisan, Tiflis, Gürcistan.

Hasan AYAYDIN, Abdulkadir BARUT, **Fahrettin PALA**, (2018), Gelişmekte Olan Ülkelerde Bankacılık Sektörünün Gelişmesinin Belirleyicileri, Uluslararası Katılımlı 22. FİNANS SEMPOZYUMU, 10 -13 Ekim, Mersin.

İş Deneyimi

Stajlar :
Projeler : BAP Projesi, Doç. Dr. Hasan AYAYDIN, Yrd.Doç.Dr. Tarhan OKAN,Yrd.Doç.Dr. Alper Veli ÇAM, **Öğr.Gör. Fahrettin PALA**, “Firmaların İnovasyon Stratejileri ile Finansal Performansı Arasındaki İlişkide Çevresel Dinamizmin ve Çevresel Rekabet Gücünün Moderatör Etkileri Üzerine Model Önerisi: ISO 500 Sanayi Firmaları Örneği”
Çalıştığı Kurumlar : SGK İstanbul İl Müdürlüğü, VHKİ (17 Kasım 2004- 06 Ekim 2013)
Gümüşhane Üniversitesi KADMYO, Öğr.Gör. (09 Ekim 2013- Devam Ediyor)

İletişim

Telefon : (536) 308 39 73
e-posta Adresi : fahrettinpala@gumushane.edu.tr.

Tarih : 09.06.2020