

İŞLETMELERİN YENİLİKÇİ KABİLİYETLERİ VE İHRACAT PERFORMANSLARINA ETKİLERİ

Prof. Dr. Sezer KORKMAZ* Arş. Grv. Ayşegül ERMEÇ** Arş. Grv. Nilüfer YÜCEDAĞ***

ÖZ

Bu çalışmanın amacı belirgin yenilikçi kabiliyet boyutlarının, işletmelerin ihracat performanslarında etkili olabileceği varsayımını test etmektir. Bu doğrultuda işletmelerin yenilikçi kabiliyetleri yedi farklı boyutta ele alınarak değerlendirilmiştir (Öğrenme, araştırma ve geliştirme (Ar-Ge), üretim, pazarlama, örgütsel yapı, kaynak kullanma, stratejik yetenekler). Çalışmada, Ankara Sincan Organize Sanayi Bölgesinde yer alan 70 imalatçı işletmeden yüzüze anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır. Toplanan verilerin istatistiksel analizi sonucu, örnekleme yer alan işletmelerin yenilik kabiliyetlerinin, ihracat yapma sıklıkları, ihracatçı davranışları (ihracatın satış hasılatı içindeki payı) ve ürün değiştirme sıklıkları açısından anlamlı bir farklılık göstermediği, buna karşın, işletmelerin, yenilik alt kabiliyet boyutu olan Ar-Ge yenilikçi kabiliyeti ile işletme bütçelerinden Ar-Ge'ye ayrılan pay açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Yenilik, Yenilikçi Kabiliyet, Ar-Ge, İmalatçı işletme*

FIRMS INNOVATION CAPABILITIES AND THEIR EFFECTS ON EXPORT PERFORMANCES

ABSTRACT

The aim of this paper is to test the proposition that the predetermined innovation capability dimensions can affect the export performances of firms. For this purpose, firms' innovation capabilities are considered in seven different dimensions (learning, research and development (R&D), manufacturing, marketing, organizational structure, resource allocating, and strategic capability). Data are collected from 70 manufacturing firms in Ankara Sincan Organized Industrial Zone by face to face survey method. According to the results of statistical analysis, there is no significant differences in innovation capabilities of firms in terms of export frequencies, export behaviors (export/sales revenue) and innovation frequencies. On the other hand, there is a significant difference in R&D innovation capabilities of firms in terms of the ratio of R&D expenditures in total budget.

Keywords: *Innovation, Innovation Capability, R&D, Manufacturing firm*

* Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, e-mail:sezerk@gazi.edu.tr.

** Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, e-mail:aermec@gazi.edu.tr.

***Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, e-mail:nyucedag@gazi.edu.tr.

1. GİRİŞ

Günümüzde küresel bazda yaşanan rekabet, teknolojik gelişim hızının artması, tüketici ihtiyaç ve beklentilerinin çeşitlenmesi ve ürün yaşam sürelerinin kısılması gibi nedenler işletmeleri, eskiye oranla çok daha yoğun bir şekilde tüm işletme fonksiyonları bazında yenilikçi çabalar göstermeye zorlamaktadır. Yenilik kavramı, bilim ve teknolojinin, ekonomik ya da toplumsal bir faydaya dönüştürülmesi olarak tanımlanabilir. Sahip olunan yenilikçi kabiliyet işletmelere, pazardaki rakip ürünlerden daha ucuz, kaliteli ve farklı ürün geliştirmeleri veya üretim maliyetlerini önemli ölçüde düşürecek bir üretim süreci oluşturmaları gibi imkanlar yaratarak, rekabet üstünlüğü elde etmelerine yardımcı olacaktır. Yenilik, makro düzeyde ekonominin büyüme hızını, mikro düzeyde ise işletmelerin karlarını ve pazar paylarını arttıran önemli bir unsurdur. Ekonomik açıdan, ülkeler bir yandan gittikçe daha açık ve bağımlı hale gelirken diğer taraftan da yenilik ekonomik gelişmenin itici gücü olmuştur. Küreselleşme kavramı kapsamında, işletmelerin tüm işletme fonksiyonları bazında sahip oldukları yenilik yetenekleri, ihracat performanslarını da olumlu etkilemekte ve işletmelerin uluslararası pazarda rekabet şanslarını artırmaktadır. İhracat yoluyla işletmeler, atıl operasyon kapasitelerini değerlendirmekte ve üretim verimliliklerini geliştirebilmektedir.

Yenilikçiliğin temelini oluşturan araştırma geliştirme yatırımları, işletmelerin teknoloji geliştirmede öncü olmasını sağlayarak, rakiplerine göre rekabetçi avantaj kazanmasına yardımcı olmakta, ihracat ve gelişmesini çok daha fazla teşvik etmektedir. İhracat ve araştırma, geliştirme yatırımlarının bu şekilde birbirini etkilemesi işletme veya ülke ekonomisi için yararlı bir dönüşüm yaratmaktadır. Bu nedenle işletmelerin ihracat performansı özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümeyi ve işletmelerin genel performansını tartışmak açısından oldukça önemli bir konudur (Smith vd, 2002, s.2). Yenilikçi kabiliyetlerini ihracat sürecinde değerlendiren işletmelerin, teknolojik kalite ve hizmet standartlarını yükselttikleri, ortakları ve çalışanları ödüllendirmek için kârlılıklarını artırdıkları, yatırım ve büyüme stratejilerinin belirlenmesinde daha istikrarlı bir yol izledikleri görülmektedir (Guan ve Ma, 2003, s.738).

Günümüz rekabetçi ortamında avantaj kazanmanın yolu rakip işletmelerden daha hızlı yeni teknolojiler geliştirme ve bunları ticarileştirmekten geçmektedir. Ayrıca yeniliklerin sadece yaratılması da tek başına yeterli olmamakta, bunların sürdürülebilirliğinin sağlanması, yayılmasının kolaylaştırılması da gerekli olmaktadır. Bu noktada yenilik ve Türkçe de yaratıcılık, yaratıcı-yenilik, yenilikçilik ve yenilenme olarak da ifade edilen inovasyon kavramını tartışmak gerekmektedir. Yenilik kavramı, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir. Yenilik tanımının kapsamında yer alan, ürün yeniliği, mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır. Süreç yeniliği, yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesidir. Pazarlama yeniliği, ürün tasarımı veya ambalajlaması, ürün konumlandırması, ürün tutundurulması veya fiyatlandırmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemidir. Organizasyonel yenilik ise, işletmenin ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır Latince "innovare" kökünden türetilmiş olan inovasyon ise "bilim ve teknolojinin ekonomik ve toplumsal yarar sağlayacak şekilde yenilenmesi" anlamına gelmektedir. Anlamını karşılayacak tam bir Türkçe sözcük olmadığı için zaman zaman "yenilenme" olarak adlandırılan inovasyon, kendi başına ayrı bir etkinlik olarak görülmemekte, bilim ve teknoloji etkinliğinin tüm süreçlerini kapsayan bir kavram olarak yorumlanmaktadır. İnovasyondan beklenen, bilim ve teknoloji etkinliğinde bir fikrin kuram, eylem ve

sonuç bakımından yarara dönüşmesi ve bu yararın pazarlanabilir, somut bir çıktı ile birlikte ortaya konmasıdır. Dolayısıyla, inovasyon basit anlamalı bir yenilenme değil, yenilenmenin kuramsal aşamasından başlayarak yeni ürünü de içine alan ve bu ürünün pazarlanabilir olmasını veya ticarileştirilmesini de kapsayan bir süreçtir (Yamaç, 2006). Görüleceği üzere, inovasyon kuramsal aşamadan başlayarak, eylem ve çıktı süreçlerini de içeren daha kapsamlı bir kavramdır. Bu yüzden inovasyon sürecinin, farklı ülke, bilimsel araştırma alanı ve sanayi ünitesinin kendi özelliklerine göre oluşturulması doğal bir beklenti olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda uluslararası pazarda çalışan işletmeler kendi önceliklerine göre inovasyon stratejilerini belirlemek zorundadırlar. Bu noktadan yola çıkılarak yapılan bu çalışmada, küreselleşme olgusuna paralel olarak yenilik sürecinden inovasyon sürecine geçişi hızlandırmak zorunda olan işletmelerin yenilikçi kabiliyetleri belirlenmeye çalışılmıştır.

İhracat performansının baskın bileşenleri üzerine daha önceden yapılan çok sayıda ampirik araştırma, pek çok sorunu içermesine rağmen, teknoloji ve yeniliği baz alan konular, işletmelerin demografik ya da yönetsel karakteristik faktörlerinden daha az dikkat çekmiştir (Nassimbeni, 2001, s.245). Bu konuda yapılmış bazı çalışmalar, yenilikçilik ve ihracat davranışları arasındaki bağlantıya odaklanırken çoğu çalışma makro ekonomik ve sektörel seviyede sürdürülmüştür (Greenhelgh, 1990; Buxton vd, 1991). Konu ile ilgili yürütülen çalışmaların odak noktasına işletmeleri yerleştirmek daha uygun bir yaklaşım olacaktır. Çünkü işletmeler, yenilikçi stratejileri ve kaynak dağılım planlarını işletme seviyesinde formüle ederler. Bu yüzden işletmeler, ihracat davranışı geliştirme sürecinde yenilik çabalarının etkisinin ölçülmesinde uygun birimler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu saptamadan yola çıkılarak çalışmada, işletmelerin yenilikçi kabiliyetlerinin belirlenmesinin yanı sıra ihracat performansları ile yenilikçi çabaları arasındaki ilişkiye de bakılmıştır. Bu amaçla, Sincan Organize Sanayi Bölgesinde yer alan, ihracat potansiyeline sahip, belirli büyüklükteki işletmelere araştırma konusu ile ilgili anket çalışması yapılmıştır.

Çalışmada öncelikle, işletme seviyesinde ihracat davranışı konusunda var olan literatür gözden geçirilmiş, kavramlar ve ilgili çalışmaların teorik temeli anlatılmıştır. Daha sonra var olan literatür ve teorik temele dayanılarak işletmelerin yenilik kabiliyetleri ve ihracat davranışları arasındaki bağlantıyı analiz etmek üzere metodoloji geliştirilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise elde edilen bulgular analiz edilerek yorumlanmıştır.

2. İHRACAT DAVRANIŞI ÜZERİNE LİTERATÜR

Uluslararası literatüre bakıldığında çok sayıda değişkenin karışımını göz önüne alan ve bunların işletmelerin ihracatçı davranışlarına etkisini içeren çeşitli modeller vardır (Bonaccorsi, 1992). İhracat davranışı işletmenin ihracatçı olma eğilimini ve olasılığını tanımlayan bir terimdir. Bu konuda yapılan çoğu çalışmalar (Bernard, Jensen; 1999, Wakelin; 1998, Kumar, Siddharthan; 1994, Sterlacchini; 1999) temel olarak, işletmelerin ihracatçı olma kapasitesini belirleyen faktörlere odaklanmış iken bazı çalışmalar, ihracatçı ve yenilikçi işletmelerin, özellikle yenilikçi faaliyetlerin maliyetinin yüksek olması nedeniyle bu konuda güdülenmelerine engel olan faktörlere dikkat çekmektedir (Smith vd, 2002).

İşletmelerin ihracatçı davranışlarına etki eden değişkenleri içeren modellere baktığımızda ise, bu modellerin üç grup halinde açıklandıkları görülmektedir. Yapısal faktörleri dikkate alan modellerde, işletme büyüklüğü, faaliyet süresi, yönetim sistemi (Tam Zamanlı Stok-JIT, Toplam Kalite Yönetimi-TQM), organizasyon ve teknoloji profilleri, Ar-Ge yoğunluğu gibi değişkenler dikkate alınmaktadır. Temelde girişimcilik ve yönetim karakteristiklerini içeren yönetsel faktörleri dikkate alan



modellerde, işletmenin ihracat beklentileri, karlılığı, risk ve maliyetler, karar vericinin eğitim seviyesi, deneyimi ve risk almaya yönelik tutumları gibi değişkenler yer almaktadır. İşletmelerin uluslararasılaşma sürecindeki teşvik ve engelleri içeren modeller ise uluslararası pazarlardaki müşteriler tarafından istenmeyen siparişler, rekabet baskısı, iç pazarda yaşanan olumsuz koşulları ve bilginin ulaşılabilirliği gibi değişkenleri içermektedir.

İhracat performansı ve yenilikçi çabalar üzerine yapılan çalışmaların bir kısmının da Ar-Ge faaliyetlerine yoğunlaştığı ve Ar-Ge faaliyetlerinin yenilik ve gelişimin ölçütü olarak önemini vurguladığı görülmektedir (Sterlacchini, 1999). Bu konuda bir diğer çalışma, Hirsch ve Bijaoui'nin İsrail'de 111 işletme üzerine yapmış oldukları çalışmadır. Bu çalışmada işletmelerin Ar-Ge harcamaları ile ihracat davranışları arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Çalışma sonucu ihracat performansının artırılmasında yenilikçiliğin önemli bir faktör olduğu belirlenmiş ve ihracat sürecinin başarısı için minimum büyüklük muhtemelen gerekirken bunun ötesinde işletme büyüklüğünün çok da önemli bir konu olmadığı belirtilmiştir (Guan ve Ma, 2003).

Willmore (1992) ise çalışmasında ihracat ve ithalatın temel etkenlerinin değerlendirilmesi yolu ile çok uluslu işletmelerin Brezilya ticaretindeki rolü üzerine yoğunlaşmıştır. Araştırma sonucunda, Ar-Ge'nin, ithalat üzerinde ufak bir olumsuz etki yarattığını, ihracat üzerinde de önemsiz bir temel bileşen olduğunu saptamıştır.

Ito ve Pucik (1993) tarafından yapılan bir başka çalışmada, 266 tane Japon imalat işletmesi incelenmiş, sadece büyüklük (toplam varlıklar) regresyondan çıkarıldığı zaman Ar-Ge harcamalarının satışlara oranının, ihracat performansının (satışlardaki ihracatın payı) önemli bir belirleyicisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Kumar ve Siddharthan (1994) tarafından Hindistan'da 1988–1990 yılları arasında farklı teknolojik olanaklara sahip 640 Hint işletmesi üzerinde yapılan çalışmada, işletmelerin Ar-Ge faaliyetleri ile ihracat performansları arasındaki ilişki incelenmiş ve Ar-Ge harcamalarının düşük ve orta düzeyde teknolojiye sahip işletmeler için son derece önemli bir faktör olduğu bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, yüksek teknolojik ürünlerin söz konusu olduğu sektörde, Hint işletmelerinin rekabetçi avantaja sahip olmadıklarını fakat yenilikçi çabaların düşük ve orta düzeyde teknolojiye sahip işletmelerin performansına pozitif etkisi olduğu saptanmıştır.

Lefebvre ve diğerlerinin (1998), Ar-Ge faaliyetlerinde bulunan, 200'den az çalışanı olan ve uzman tedarikçi sınıfında yer alan 101 Kanada işletmesini temel alarak yapmış oldukları çalışmada, Ar-Ge yoğunluğunun ihracat performansını etkilemediği bulunmuştur. Buna karşın, teknik düzeyde istihdam edilen işgücü oranı, bilimsel geçmiş ve dış ortaklarla kurulan Ar-Ge işbirlikleri gibi diğer teknolojik değişkenlerin olumlu ve pozitif etkisi olduğu saptanmıştır. Benzer sonuçlar, Becchetti ve Rossi'nin 3600'ün üzerinde İtalyan imalatçı işletmeyi gözlemleyerek yapmış oldukları çalışmada da bulunmuştur (Guan ve Ma, 2003, s.739). Bu çalışmada temel amaç endüstri bölgelerinin İtalyan işletmelerinin ihracatçı davranışları üzerine etkisini belirlemektir. Bu çalışmada araştırmacılar, Ar-Ge yoğunluğunun, işletmelerin ihracatçı olma olasılığını artırmadığı gibi satıştaki ihracat payı üzerinde de bir etkisinin bulunmadığı sonucuna varmışlardır. Diğer yandan örneğin işletmelerin yenilikçi çabalara verdikleri önem ve işletme dışındaki Ar-Ge laboratuvarlarını kullanmak gibi yenilik ile ilgili diğer değişkenlerin ihracatçı davranışı üzerine olumlu ve belirgin etkisi olduğu saptanmıştır.

İngiltere'de 1000'den fazla imalatçı işletme üzerinde Wakelin (1998) tarafından yapılan bir çalışmada, ihracat davranışları üzerinde yenilikçiliğin rolü belirlenmeye çalışılmıştır. İşletme

düzeyinde işletme büyüklüğü, üretilen yenilik sayısı, sermaye yoğunluğu ve işgücü maliyeti gibi değişkenlerle, üretilen ve kullanılan yenilikler ve Ar-Ge yoğunluğu gibi endüstri değişkenleri kullanılarak işletmelerin ihracat yapma olasılığı ve ihracat yoğunluğu açıklanmaya çalışılmıştır. Sonuçlar, işletme büyüklüğü ile ihracat payı arasında ters “u” şeklinde bir ilişki olduğunu, yenilikçi ve yenilikçi olmayan işletmelerin ihracat davranışlarının birbirinden farklılık gösterdiğini vurgulamıştır. Ayrıca bu araştırmada, düşük işgücü maliyet avantajına sahip olmanın, sermaye yoğunluğunun fazla olmasının, işletme düzeyindeki yeniliklerin sayısı gibi değişkenlerin yenilikçi işletmelerin ihracat performans seviyesini arttırmada bir etkisi olmadığı da bulunmuştur.

Ülkemizde bu konuda yapılan çalışmalara baktığımızda, Erzurum Sanayi Bölgesinde imalat işletmelerinin yenilikçi düzeylerini belirlemeye yönelik Türko (2006) tarafından yapılan çalışmada, 52 işletme dikkate alınmış ve yenilikçilik ile ihracat arasında doğru yönlü ilişki bulunmuş, yenilikçilik düzeyi arttıkça ihracat düzeyinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Teknolojik yenilik göstergesi olan Ar-Ge harcamalarının dikkate alındığı bir diğer çalışmada (Avcı, 2007), Türkiye’de imalat sanayindeki Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyümeye etkisini tahmin etmek amacıyla Cobb-Douglas üretim fonksiyonu kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre teknolojik yenilik göstergesi olan Ar-Ge harcamalarındaki %1’lik değişimin ekonomik büyümede %0,05’lik bir değişim yarattığı bulunmuştur. Ayrıca, Türkiye imalat sanayi açısından kullanılan değişkenlerden ekonomik büyümeye katkısı en fazla olan faktörün emek faktörü olduğu, Türkiye imalat sanayinin ağırlıklı olarak emek-yoğun bir yapıya sahip olduğu, teknolojik yenilik yeteneğinin zayıf olduğunu, Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyümeyi tetikleyecek kadar yeterli olmadığı, sadece imalat sanayi içerisinde %5’lik bir paya sahip olan yüksek teknoloji yoğun sektörlerin Ar-Ge faaliyetlerine yatırım yaptığı ortaya konulmuştur.

Felekoğlu (2007) ise 122 imalat işletmesinden anket yolu ile topladığı verilerle yaptığı çalışmada, regresyon analizi sonucunda Türkiye’deki imalat işletmelerinin yenilik performanslarının, işletme büyüklüğü, satış karı, farklılaşma/maliyet liderliği stratejisi, kişisel özellikler/deneyim, kalite yönetimi ve sürekli gelişme, ihracat/uluslararasılaşma, Ar-Ge bölümünün varlığı, burada çalışanların tüm işletme çalışanlarına oranı, sektör ve finansal destek programlarından anlamlı derecede etkilendiği saptamıştır.

Yenilik yeteneği ile ilgili bir diğer çalışma da (Terzioğlu, 2008), tekstil ve hazır giyim sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin yenilik yeteneğini tespit etmek üzere Denizli ilinde faaliyet gösteren 106 tekstil ve hazır giyim işletmesinde yapılmıştır. Bu çalışmada, modeldeki bağımlı değişken yenilik yapma durumudur. Bağımsız değişkenler ise, çalışan sayısı, yatırım faaliyetleri, Ar-Ge faaliyetleri, yurt dışı teknoloji hizmeti, yurt içi teknoloji hizmeti, ISO 9000 kalite belgesi olarak belirlenmiştir. Model, logit ve probit tahmin yöntemi ile tahmin edilmiştir ve sonuçta, yenilik yapan işletmelerin Ar-Ge birimlerinin olduğu, yurt içi ve yurt dışı teknolojik hizmet satın aldıkları, işletme büyüklüğü, AR-GE faaliyetleri, yatırım, teknoloji hizmeti alımı ve ISO 9000 kalite belgesi sahipliğinin işletmelerin yenilik yapma olasılıklarını arttırdığı saptanmıştır.

Yukarıda belirtilen bütün bu araştırmalar, parçalara bölünmüş, geniş kapsamlı ve ağırlıklı olarak Ar-Ge kavramı, işletme büyüklüğü ve varlıklar gibi karakteristikleri ölçmeye yönelik çalışmalardır. Bu çalışmalar, uluslararasılaşma sürecinde son derece önemli bir rol oynayan yenilikçi kapasite ve buna bağlı faktörleri analiz etmede yetersiz kalmıştır. Vurgulanan bu yetersizliklerden yola çıkılarak yapılan bu çalışmada, kaynak temelli bir yaklaşımla işlemenin tüm fonksiyonları dikkate alınarak, ihracat performansı ve işletmelerin rekabetçi avantaj kazanmasında en önemli faktör olan yenilikçi kabiliyetlerinin önemi vurgulanmış ve iki kavram arasındaki bağıntı açıklanmaya çalışılmıştır. Burada kaynak temelli yaklaşım ile arzu edilen düzeyde yönetsel çabaların işletmede sürdürülebilir rekabet avantajı yaratacağı ve/veya geliştireceği varsayımı anlatılmak istenmektedir. Arzu edilen yönetsel



çabalar, varlıklar ve kabiliyetler olarak iki başlıkta ifade edilen belirli kaynaklarla gösterilebilir (Makhija, 2003). İşletmelerin farklı varlık ve kabiliyetlere sahip olması rekabet avantajı elde edilmesinde önemli bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden de işletmeler arasındaki performans farklılıklarının açıklanmasında kaynak temelli yaklaşım önemli ölçüde katkı yaratan bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Hooley vd., 1999).

3. YENİLİKÇİ KABİLİYET VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİ

Yaratıcılığın başarılı bir şekilde işletilmesine yenilik denir (Heunks ve Roos, 1992). Yenilik, büyümeyi, karlılığı ve başarıyı beraberinde getirir. Ayrıca yenilik kabiliyeti işletmenin özel bir değeri olup, kendiliğinden gerçekleşen, değiştirilemeyen, iç deneyimler ve deneyimsel kazanımlarla yakından ilişkili olan bir kavramdır. Yeni ürün ve süreçlerin hızlı bir şekilde sunumu ve uyumu, rekabetçi avantaj kazanmada önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Sen ve Egelhoff, 2000).

Yenilik sürecinin karmaşıklaşmasından dolayı işletmelerin başarılı olabilmesi için varlıkların, kaynakların ve kabiliyetlerin de geniş çeşitliliği gerekmektedir (Guan ve Ma, 2003, 740). Bu nedenle, yenilik kabiliyeti, rekabetçi çevre, işletme stratejisi ve özel durumların uyumunun sağlanması amacıyla geniş perspektifte değerlendirilmesi ve tanımlanması gereken bir kavramdır. Bu bakış açısı ile Adler ve Shenbar (1990) tarafından yenilik kabiliyeti;

- (1) Pazar ihtiyaçlarını karşılayan yeni ürün geliştirme kapasitesi,
- (2) Yeni ürün üretiminde uygun süreç teknolojilerini uygulama kapasitesi,
- (3) Gelecekteki ihtiyaçları karşılamak amacıyla yeni ürün ve işletme teknolojilerini geliştirme ve uyarlama kapasitesi,
- (4) Beklenmedik bir durumda ortaya çıkan teknoloji aktiviteleri ve rakipler tarafından yaratılan teknoloji veya fırsatlara yanıt verebilme kapasitesi olarak tanımlanmıştır.

Christensen (1995) ise yenilik varlıklarını (1) bilimsel araştırma varlıkları, (2) süreç ile ilgili yenilik varlıkları, (3) ürün ile ilgili yenilik varlıkları ve (4) estetik dizayn varlıkları şeklinde sınıflandırmıştır. Pek çok işletme bu varlıklardan birine vurgu yaparken, Christensen (1995) yeniliğin başarılı olabilmesi için bu varlıkların birden fazlasının birleştirilmesi gerekliliğini vurgulamıştır.

İşletmelerin yenilikçi çabaları, rekabetçi avantaj kazanmada önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası rekabet gücü işletme, sektör ve ülke düzeyinde farklı şekillerde tanımlanabilir. Uluslararası rekabet gücü, işletmenin ihracatçı davranışı veya dış ticaret yoğunluğu (ihracatın satış hasılatı içindeki payı) olarak ifade edilebilir.

Ayrıca, yeniliğin, ekonomik çıktının elde edilmesinde işletmelerce kullanılan sermaye stokunun bir kısmını oluşturduğu da unutulmamalıdır. Aynı şekilde, yenilikçi çabalar sonucu ortaya konulan teknolojik gelişmeler, değişen işletme ihtiyaçları doğrultusunda nitelikli işgücü gereksinimini de beraberinde getirmiştir (OECD, Understanding Economic Growth, 2004). Aslında, ekonomik büyümeye katkısı olan yenilik sürecinin çıktısının tek ölçütü yoktur. Yenilik sürecinin, Ar-Ge harcamaları, patent, teknolojik ödemeler dengesi, makine ithali ve tanınmaya yönelik tüm çabaların yayılmasında kullanıldığı görülmektedir. Fakat Ar-Ge harcamaları ile ilgili elde edilen verilerin derlenmesi en kolay ve güvenilir veriler olduğundan, çoğu araştırmacı teknolojik değişim veya yenilik ölçüsü olarak Ar-Ge harcamalarını tercih etmiştir (Cameron, 1996). Bu konu ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında, hem ihracatçı işletme olma olasılığının hem de işletmelerin ihracat

performansının sırasıyla Ar-Ge'ye yapılan harcamalardan, patent ve başarılı yeniliklerden olumlu yönde etkilendiği, yenilikçi işletmelerin ihracat yoğunluğunun, yenilikçi olmayanlardan sistematik olarak daha yüksek olduğu ve küçük ölçekli, Ar-Ge yatırımları olmayan işletmelerin yenilikçi faaliyetleri (özellikle tasarım, mühendislik ve üretim öncesi harcanan miktar) olması durumunda ihracata daha çok meyilli olduğu sonuçlarına varılmıştır (Greenhalgh ve diğerleri, 1994, Basile 2001, Sterlacchini, 1999).

Avrupa dışında konu ile ilgili Özçelik ve Taymaz (2004), tarafından Türk işletmelerinde yapılan bir çalışmada, büyüklük, reklam yoğunluğu, sahiplik yapıları ve çalışanların kompozisyonu gibi değişkenlerin ihracat üzerindeki etkilerinin yenilik yapan ve yapmayan işletmelerde farklılık gösterdiği saptanmıştır. Çalışmada, uluslararası rekabette, yeniliklerin ve Ar-Ge faaliyetlerinin oldukça önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, Hasan ve Raturi'nin (2003) Hindistan'daki üretim sektörünü ele aldıkları çalışmalarında, teknolojinin (Ar-Ge ve teknoloji transferi anlaşmaları) işletmelerin ihracat pazarlarına girmesinde olumlu bir etkisi olmakla birlikte ihracat hacmine etkisinin sınırlı olduğu, buna karşın işgücü yoğunluğu ve işletme büyüklüğü gibi faktörlerin hem ihracat yapmaya hem de ihracat hacmine katkısının daha fazla olduğu saptanmıştır.

Burada belirtilmesi gereken ve ülkemiz açısından Ar-Ge faaliyetleri konusunda önemli bir gelişme olarak görülen, 12 Mart 2008 tarih ve 26814 sayılı resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 5746 Sayılı Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkındaki Kanundur. Bu kanunla, İşletmelerin, Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamının gelir ve kurumlar vergisinden muaf tutulması ve daha önce %40 olan araştırma ve geliştirme harcamalarının muafiyet oranının %100'e çıkarılması hükme bağlanmıştır. Ayrıca, Ar-Ge ve yenilik projelerinde çalışan Ar-Ge ve destek personelinin gelir vergisinin doktoralı olanlar için %90'ının, diğerleri için %80'inin vergiden indirilmesi ve bu personelin sigorta primi işveren hissesinin yarısının beş yıl süreyle maliye bakanlığınca karşılanması, Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri ile ilgili kağıtların damga vergisinden muaf tutulması, tekno-girişim sermaye desteği adı altında, üniversiteden yeni mezun veya son sınıfta olup da mezun olabilecek durumdaki öğrencilerle, yüksek lisans ve doktora öğrencisi kişilerin teknoloji odaklı iş fikirlerini desteklemek amacıyla bir defaya mahsus olmak üzere 100 bin YTL'ye kadar hibe niteliğinde sermaye desteği verilmesi hükme bağlanmıştır. Ar-Ge Kanunu ve uygulama yönetmeliği, Türkiye'ye küresel rekabette avantaj sağlayacak "devrim niteliğinde" bir düzenlemedir. Getirilen avantajlarla, Türkiye, Ar-Ge harcamalarına ayırdığı payı, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi GSMH'nın (Gayri Safi Milli Hasıla) %2'si düzeyine yükseltme yönünde büyük bir adım atmıştır. Bu düzenleme ile uluslararası büyük işletmelerin Ar-Ge merkezlerinin Türkiye'de kurulmasının önü açılmıştır. Bunun ilk örneği, daha yönetmelik yayınlanmadan dünyanın en büyük finans kuruluşlarından biri olan BNP-Paribas'ın Ar-Ge merkezini Türkiye'ye taşıma kararı almasıdır. Ar-Ge konusunda özellikle zayıf bir performans gösteren ülkemiz için yayınlanan yönetmelikle, Ar-Ge araştırmalarının önünün açılması ve teknoloji ve know-how ihraç eder konuma gelmesi mümkün olabilecektir. Yüksek katma değerli ve ileri teknoloji (high-tech) özellikli ürünlerin üretilmesine imkan sağlayacak bu düzenleme, ayrıca Türkiye'nin rekabet gücünü arttıracak, üretim ve ihracatına ivme de kazandıracaktır (<http://www.sanayi.gov.tr>, 04.02.2009). Ar-Ge faaliyetlerine ilişkin bu gelişmelere karşın, Ar-Ge'nin yenilikçiliğin tek ölçütü olarak değerlendirilmesi yanlıştır. Yenilikçi çabalar, işletme bütünü dikkate alınarak ve işletmenin sahip olduğu kaynaklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda söz konusu çalışmada işletmelerin yenilikçi çabaları, Christensen'in de (1995) vurguladığı gibi yeniliği oluşturan farklı kavramlara vurgu yapılarak açıklanmasının gerekliliğinden yola çıkılarak ve Guan ve Ma 'nın (2003) yapmış olduğu çalışma örnek edinilerek; öğrenme, Ar-Ge, kaynak kullanma, üretim, örgütsel yapı, pazarlama ve stratejik kabiliyet olarak yedi boyutta ele alınıp incelenmiştir



4. ANKARA SINCAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİNDE FAALİYETLERİNİ SÜRDÜREN İHRACATÇI İŞLETMELERİN YENİLİKÇİ ÇABALARINI BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, Ankara Sincan Organize Sanayi Bölgesinde ihracatçı işletme olma potansiyeli olan, orta ve büyük ölçekli işletmelerin yenilikçi kabiliyetlerini yedi farklı boyutta değerlendirerek, bunların işletmelerin ihracatçı davranışları ile ilişkisini ortaya koymak ve bu konuda çıkan sorunları saptamaktır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Yukarıda belirtmiş olduğumuz amaçtan yola çıkılarak yürütülen alan araştırmasında veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Oluşturulan anket formu uygulamanın yapılacağı Sincan Organize Sanayi Bölgesinde yer alan 10 tane ihracatçı işletmede uygulanmış ve yapılan ön test sonucu anket sorularında gerekli değişiklikler yapılarak ankete son hali verilmiştir. Anketörler vasıtasıyla gerçekleştirilen anket çalışması, Mart-Haziran 2008 zaman diliminde toplam 4 aylık bir süre içinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde Sincan Organize Sanayi Bölgesinde faaliyetlerini sürdüren ve hedef kitleden örneklem olarak seçilen orta ve büyük ölçekli ihracatçı işletmelerin genel özelliklerini belirleyen sorular vardır. Bu bölümde ayrıca, örneklem kitlede yer alan işletmelere ihracat yapıp, yapmadıkları, ihracat sürecinde karşılaştıkları sorunlar, ihracatın satışlar içindeki payı, Ar-Ge yatırımları, ürün değişim sıklığı ve ortalama verimlilik oranının saptanmasına yönelik sorular sorulmuştur. Anket formunun ikinci bölümünde ise örneklem kitlede yer alan işletmelerin yenilikçi kabiliyetlerini belirlemeye yönelik sorular vardır. Bu sorular, daha öncede belirtmiş olduğumuz üzere Guan ve Ma'nın (2003) yenilik kabiliyetini yedi boyutta değerlendirmiş olduğu çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu bölümde yer alan sorular, Likert tipi ölçek kullanılarak oluşturulmuştur. Bu doğrultuda işletmenin rekabetçi başarısı için gerekli yeni bilgilerin tanımlanması, sindirilmesi ve işletilmesi kabiliyeti olarak tanımlanan öğrenme kabiliyeti 9 alt faktörle, işletmenin yeni çıkan teknolojileri benimsemesi ve yeni teknolojik varlıkları geliştirmesi olarak tanımlanan Ar-Ge kabiliyeti, 12 alt faktörle değerlendirilmiştir. Ar-Ge sonuçlarının tasarım süreci ile uyumlaştırılarak pazar ihtiyaçlarını karşılayacak ürünlere dönüştürülmesi kabiliyeti olan üretim kabiliyeti 8 alt faktörle, müşterilerin şimdiki ve gelecekteki ihtiyaçlarını tahmin etme ve rakiplerin stratejilerini anlama doğrultusunda işletmenin etkin pazarlama karma stratejileri geliştirebilme kabiliyeti olarak tanımlanan, pazarlama kabiliyeti 9 alt faktörle değerlendirilmiştir. İşletmenin, harekete geçme, teknolojik, insani ve mali kaynaklarını genişletme kabiliyeti olarak karşımıza çıkan, kaynak kullanım kabiliyeti 8 alt faktörle, etkin bir örgütsel yapı oluşumu, amaçlar doğrultusunda tüm fonksiyonların koordinasyonu ve örgütsel gelişim için altyapıdaki yenilikçi süreçlerin hızının etkilenmesi kabiliyeti olarak vurgulanan örgütsel kabiliyet, 11 alt faktörle ve son olarak yüksek rekabetçi ortamda rekabetçi avantaj elde edebilmek ve değişikliklere adapte olabilmek amacıyla değişik strateji çeşitlerini benimseyebilme kabiliyeti olan stratejik kabiliyet ise 12 alt faktör dikkate alınarak ölçülmüş ve değerlendirilmiştir. Anket formunda da sıralı ve aralıklı ölçek türü kullanılmıştır. Anket sonucu elde edilen veriler, SPSS paket programından oluşan dosyaya aktarılmış ve bu veriler araştırma amacına göre kodlanmıştır. Veriler tanımlayıcı istatistikler, Anova ve Kruskal Wallis gibi çeşitli testlerle değerlendirilmiştir.

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Söz konusu çalışma ve araştırma Ankara Sincan Organize Sanayi Bölgesinde yürütülmüştür. Bu yüzden Sincan Organize Sanayi Bölgesinde yer alan, ihracatçı işletme olma potansiyeli taşıyan orta ve büyük ölçekli işletmeler, araştırmamızın evrenini oluşturmaktadır. Ankara Odası 1. Organize Sanayi Bölgesi üye kataloguna göre, Sincan Organize Sanayi Bölgesinde faaliyetlerini sürdüren toplam işletme sayısı 267'dir. Bu 267 işletme arasından işletmenin kuruluş alanı niceliksel ölçütünden yola çıkılarak, evrenimizi oluşturacak 111 işletme katalogdan saptanmıştır. Sincan Organize Sanayi Bölgesinin geniş bir alan yayılması, evrenimizi oluşturan işletmeler arasındaki mesafenin fazla olması ve en önemlisi yüz yüze gerçekleştirilen anketimize ilgili işletme yöneticilerinin cevap vermede ki isteksizlikleri gibi kısıtlardan yola çıkılarak araştırmamızda evrenden örneklem seçilmesi yoluna gidilmiştir.

Gerekli örneklem hacminin belirlenmesinde, örneklem büyüklüğü olarak s^2t^2 / α^2 formülünden (Hair vd., 2003) yararlanılmıştır. Söz konusu formülde, $s=1$, $t=3$, $\alpha=0,5$ değerleri verilerek örneklem hacmi 36 olarak hesaplanmıştır. Bulunan bu değer anket formunda bulunan farklı ölçek sayısı ile çarpılması sonucu uygulanması gereken anket sayısının alt sınırı 72 olarak tespit edilmiştir. Bu doğrultuda 80 işletmeye anket uygulanmıştır. Ancak geçersiz anketler nedeniyle 70 anket değerlendirmeye alınmıştır. Anketlerin uygulandığı grubun işletmelerden oluşması nedeniyle anket sayısının evrene genelleme yapılmasında yeterli olacağı öngörülmektedir.

4.4. Araştırmanın Hipotezleri

H₁: İşletmelerin yenilik kabiliyetleri, ihracat yapma sıklıklarına göre farklılık göstermektedir.

H₂: İşletmelerin yenilik kabiliyetleri, ihracatçı davranışa veya dış ticaret yoğunluğuna (ihracatın satış hasılatı içindeki payı) göre farklılık göstermektedir.

H₃: İşletmelerin yenilik kabiliyetleri, işletme bütçelerinden Ar-Ge'ye ayrılan paya göre farklılık göstermektedir.

H₄: İşletmelerin yenilik kabiliyetleri, ürün değiştirme sıklığına göre farklılık taşımaktadır.

Anket formunda yer alan işletmelerin yenilikçi kabiliyetlerini belirlemeye yönelik, her biri alt faktörlerden oluşan yedi boyutun Cronbach Alfa güvenilirlik katsayılarına baktığımızda; öğrenme kabiliyeti için 0,85, Ar-Ge kabiliyeti için 0,95, kaynak kullanma kabiliyeti için 0,89, üretim kabiliyeti için 0,89, örgütsel kabiliyet ve pazarlama kabiliyeti için 0,93 ve stratejik kabiliyet için 0,94'tür. Van de Van ve Ferry (1979) Cronbach güvenilirlik katsayısının minimum 0,35 olması gerektiğini söylemektedir. Bu doğrultuda yenilikçi kabiliyet boyutlarının tüm alfa değerlerinin 0,85 ve bundan büyük olduğu görülmektedir. Elde edilen katsayılar bize ölçeklerin sağlamlığını ve güvenilirliğini göstermektedir.

4.5. Araştırmanın Bulguları

İşletmelere yönelik yapılan anket çalışması sonucu örneklem içerisinde yer alan işletmelerde anketimize cevap verenlerin işletme içindeki pozisyonları Tablo 1'de görülmektedir.

Tabloda da görüleceği üzere anketi cevaplayanların %22,9'u üretim müdürü, %14,3'u ihracat sorumlusu, %11,4 pazarlama müdürü, %10,0 genel müdür konumundadır. Dolayısıyla cevaplayıcıların, çalışmamızın konusunda bilgi donanımı olan kişiler olması nedeniyle ankette yer alan soruları doğru

cevapladıkları düşünülmektedir. Yapılan anket çalışması sonucu örneklem içerisinde yer alan işletme özelliklerine ilişkin bulgular ise Tablo 2’de görüldüğü gibidir.

Tablo 1. Anketi Cevaplandıran Kişinin İşletme İçindeki Konumu (Pozisyonu)

Konum	n	%
Dış ticaret müdürü	2	2,9
İhracat sorumlusu	10	14,3
Yönetim kurulu başkanı	2	2,9
Kalite güvence müdürü	2	2,9
İmalat müdürü	3	4,3
Proje müdürü	1	1,4
Satış sorumlusu	4	5,7
Yönetim kurulu üyesi	1	1,4
Üretim sorumlusu/müdürü	16	22,9
İnsan kaynakları yöneticisi/müdürü	4	5,7
Pazarlama sorumlusu/müdürü	8	11,4
İmalat şefi	1	1,4
Genel müdür yardımcısı	7	10,0
Genel müdür	3	4,3
İşletme müdürü	1	1,4
Muhasebe şefi	1	1,4
Üretim çalışanı	1	1,4
Satın alma	2	2,9
Ticaret ve finansman müdürü	1	1,4
Toplam	70	100,0

Tablo 2. Örneklem kitle içinde Yer Alan İşletmelerin Özelliklerinin Dağılımı

İşletmenin Hukuki Yapısı	n	%	Yurt İçi Pazar Payı		
			n	%	
Anonim Şirket	44	62,9	Satış yok	1	1,4
Limited Şirket	26	37,1	Değişken	1	1,4
Şahıs Şirketi	0	0	% 5-10	1	1,4
Diğer	0	0	% 11-20	5	7,1
Toplam	70	100,0	% 21-30	26	37,1
			% 31-40	17	24,3
			Diğer	19	27,1
			Toplam	70	100,0
Çalışan Sayısı	n	%	Yurt Dışı Pazar Payı		
			n	%	
1-50 arası	42	60,0	Satış yok	6	8,6
51-200 arası	21	30,0	% 5-10	38	54,3
201 ve üzeri	7	10,0	%11-20	8	11,4
Toplam	70	100,0	%21-30	3	4,3
			%31-40	1	1,4
			Diğer	12	17,1
			Fikrim yok	2	2,9
			Toplam	70	100,0
İhracat Sıklığı	n	%	İşletme Bütçesinden Ar&Ge'ye Ayrılan Pay		
			n	%	
Bazen	37	52,8	% 0	3	4,3
Sürekli	27	38,6	% 1-5	44	62,9
Hiç	6	8,6	% 6-10	13	18,6
Toplam	70	100,0	% 11-15	5	7,1
			% 16-20	5	7,1
			Toplam	70	100,0

Tablodan da görüleceği üzere, örneklem kitlede yer alan işletmelerin %62,9'u Anonim Şirket, %37,1'i Limited Şirkettir. İşletmelerin %60'i 1–50 arası, %40 ise 51–200 ve 201 ve üzeri çalışana sahiptir. Katılımcı işletmelerin %38,6'sı sürekli ihracat yaparken, %52,8'i bazen ihracat yaptıklarını belirtmişlerdir. İhracat yapmayan işletme oranı %8,6'dır. Katılımcı işletmelerin %61,4'ü %21 ile %40 arası değişen yurt içi pazar payına sahiptir. İşletmelerin %54,3'nün yurt dışı pazar payı %5–10 arasında, %16,1'nin ise %11 ile %30 arasında değişmektedir. İşletmelerin %17,7'sinin yurt dışı pazar payı zaman içinde değişkenlik göstererek %40'dan daha fazla olabilmektedir. İşletmelerin %62,9'u işletme bütçesinden ancak %1-5 arasında değişen oranda Ar-Ge'ye pay ayırabilmektedirler. Bu sonuçlardan da görüleceği üzere örneklem kitlede yer alan işletmelerin çoğunluğu ihracatçı işletme konumundadır. Ancak bu işletmelerin çoğunluğunun yurt içi pazar paylarının, yurt dışı pazar paylarına göre daha büyük olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin çoğunluğunun hukuki statüsü Anonim Şirket olmasına karşın, bir büyüklük ölçütü olarak çalışan sayısına baktığımızda katılımcı işletmelerin %60'nin 1–50 arası çalışanı olması örneklem kitlede yer alan işletmelerin çoğunluğunu küçük ölçekli olarak tanımlamamız gerektiği düşüncesini akla getirmektedir. Ancak, örneklem kitlemizi belirlerken göz önünde bulundurduğumuz işletmelerin kuruluş alanı ve diğer büyüklük ölçütleri açısından ve en önemlisi % 91,4 gibi büyük bir çoğunluğunun ihracata yönelik olmaları nedeniyle söz konusu işletmelere anket çalışması yapılması uygun görülmüştür. Tablodan görüleceği ve daha önceden de belirtmiş olduğumuz üzere işletmelerin bütçelerinden Ar-Ge'ye ayırdıkları payın düşük olduğu görülmüştür.

Çalışmamızda işletmelerin yenilikçi faaliyetleri yedi kabiliyet boyutu dikkate alınarak ölçülmüştür. Yedi kabiliyet boyutu ve bunların alt faktörlerine ilişkin ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları aşağıda yer alan tabloda (tablo 3) gösterilmektedir.

Tablo 3. Kabiliyet Boyutlarının Ortalama ve Standart Sapmaları

	İşletme (mizde/mizin/lerde)	Ort.	Stand. Sapma
Öğrenme Yeteneği	Teknolojik gelişme eğilimleri düzenli bir şekilde takip edilir.	4,37	,684
	Dijital teknolojiler satın alınırken işletmemizin uzun dönemli gelişme stratejileri ve temel teknoloji düzeyi dikkate alınır.	4,25	,606
	Yeniden yapılandırma (reconstruction) yeteneği vardır.	3,98	,859
	Yenilikleri özümseme ve benimseme yeteneği vardır.	4,18	,839
	Uluslararası pazarlarda yenilik yapabilme yeteneği vardır.	4,22	,837
	Geçmiş deneyim ve hatalardan ders çıkartılıp, olumlu yönde gelişme sağlanmaya çalışılır	4,47	,675
	İçsel/dışsal olarak öğrenilen bilgiler AR&GE politikalarına dönüştürülebilir.	4,14	,803
	Öğrenme bilincini geliştirme ve öğrenmenin gerçekleştirilmesi için yatırım yapılır.	4,28	,836
	Açıkça söylenmeyen/yazılı olmayan bilgilere de önem verilir.	4,04	,788

	İşletme (mizde/mizin/lerde)	Ort.	Stand. Sapma
AR&GE Yeteneği	İnsan kaynakları seçim sürecinde, yenilikçi düşüncelere sahip yaratıcılık yeteneği yüksek, kişilerin seçimine dikkat edilir.	4,25	,774
	AR&GE planı ile işletme planı ve teknolojik yeterlilik arasında bağlantı kurulur.	4,21	,759
	AR&GE planları hazırlanırken, diğer fonksiyonel birimlerinden ilgili kişilerin de planlama çalışmalarına katılmaları sağlanır.	4,12	,849
	AR&GE proje hedefleri, planın basamaklarına ilişkin standartlar ve projenin yönetilme kuralları önceden belirlenir	4,08	,959
	Çapraz fonksiyonel proje takım çalışması yapılır	3,82	1,021
	Proje takım liderleri, gerekli yetenek ve liderlik özelliğine sahiptir.	4,21	,899
	AR&GE ve diğer fonksiyonel birimler arasında iletişim engelleri yoktur.	4,11	1,056
	AR&GE ve pazarlama departmanları arasında iletişim sağlanmıştır.	4,21	,915
	Tasarım ve mühendislik bölümlerine üretim bölümünden hızlı geri bildirim sağlanmaktadır.	4,17	,962
	Ürün ve süreç yenileme uyumlu hale getirilmiştir.	4,25	,774
	Temel araştırma, gelişme ve ticarileştirme çabaları uyumlaştırılmıştır.	4,20	,772
	Pazardaki değişimlere paralel olarak yeni ürün geliştirme planları yapılarak, hızlı bir şekilde pazardaki yeniliklere uyum sağlanabilir.	4,42	,649

Kaynak Kullanma Yeteneği	İnsan kaynaklarına maliyet unsuru olarak değil, değer bazlı bakış açısıyla yaklaşılır.	4,08	,943
	Her aşamada insan kaynaklarının programlanması önemsenir.	4,18	,766
	Her bir fonksiyonel bölüm için kilit personel seçimine önem verilir.	4,35	,702
	Yenilik çalışmalarına yatırım yapmak için finansman kaynağı yaratılmaya çalışılır	4,32	,696
	Yenilik maliyetlerini düşürmek için işletmemizde fonksiyonel birimler arasında işbirliği yapılır.	4,30	,840
	Dışsal teknolojiler tam anlamıyla kullanılır.	3,90	,903
	Rakiplerin temel yeteneklerini/teknolojilerini anlamak için çaba gösterilir.	4,24	,841
	Yeni teknolojik yönelimler tahmin edilmeye çalışılır.	4,12	,797

Üretim Yeteneği	Yeni ürün geliştirme çabalarının ilk aşamalarına kadar inilir.	4,30	,729
	Üretim süreci, AR&GE süreci tasarımın gereklerine göre ayarlanır.	4,27	,883
	Üretim araçlarının teknolojik düzeyine önem verilir.	4,51	,653
	Gelişmiş üretim teknolojisine sahiptir.	4,20	,926
	Üretim bölümünde çalışan insan kaynaklarının, üretim araçlarını kullanma yeteneği yüksektir.	4,37	,617
	Üretim süreci ve aşamaları iyi belirlenmiştir	4,38	,728
	Toplam kalite yönetimine önem verilmektedir.	4,37	,725
	Temel/baskın (dominant) ürünlerin üretim maliyetleri dikkatle izlenir.	4,28	,662

Örgütsel Yetenek	Örgüt yapısı yenilik süreçlerine göre uyarlanır	4,28	,704
	Kaynaklar yenilik çalışmalarına hızlı bir şekilde aktarılabilir.	4,35	,681
	AR&GE, pazarlama ve üretim fonksiyonlarının örtüşmesi için çaba gösterilir.	4,34	,699
	Çoklu ürün geliştirme fonksiyonlarının koordinasyonu sağlanır.	4,32	,716
	Teşvik/ceza sistemleri uygulanır.	3,88	1,029
	Yöneticilerin özerkliğine önem verilir.	4,24	,769
	İşletme yönetiminin, dış çevreye uyum sağlayıp tepki verebilme yeteneği yüksektir.	4,38	,596
	Fonksiyonel birimler arasında bilgi akışı ve bağlantılar iyi kurulmuştur.	4,27	,679
	Hedef pazarda yer alan müşterilerimiz ve tedarikçilerimizle iletişimimiz iyidir.	4,52	,582
	Kıyaslama (Örnek Edinme-Benchmarking) çalışmalarına önem verilmektedir.	4,15	,714
	Borç kontrol sistemi etkin çalışmaktadır.	4,27	,976

	İşletme (mizde/mizin/lerde)	Ort.	Stand. Sapma
Pazarlama Yeteneği	Farklı müşteri gereksinimlerini anlamak için uzun dönemli müşteri ilişkisi geliştirilmesi konusunda çaba gösterilir.	4,45	,715
	Pazar bölümlendirmesi yapılarak, hedef alınan pazar anlamaya çalışılır.	4,30	,748
	Pazardaki değişimler takip edilir.	4,52	,557
	Müşteri gereksinimleri ve rakipler izlenerek müşteri tercihleri, ürün prototipleri ve yenilikçi fikirler takip edilmeye çalışılır	4,51	,631
	Dağıtım ağı kontrol edilir ve yönetilir.	4,51	,675
	İşletme yönetimi, satış sonrası teknik yardım ve hizmetlere önem vermektedir.	4,55	,673
	Siparişler zamanında teslim edilir.	4,55	,651
	Marka ismi ve işletme ünü geliştirilmeye çalışılır.	4,57	,733
	Ürünün deneme üretiminden, pazarlama (ticarileştirme) sürecine geçişi kısıtlanmaya çalışılmaktadır	4,47	,607

Stratejik Yetenek	Üst yönetimin desteğini almak önemlidir.	4,40	,623
	Üst yönetimin teknolojik amaçlarını ve temel yeteneğini anlamak gereklidir.	4,32	,607
	Teknoloji, strateji ve iş stratejisi arasında bağlantı kurulur.	4,41	,648
	Karar verme süreçleri gelişmiştir.	4,40	,730
	İşletme yönetimi, girişimcilik ruhuna ve yoğun bir yenilik çevresine sahiptir.	4,45	,629
	Riske katlanmak ve problemleri kabul etmek gereklidir.	4,12	1,062
	Rekabet konumunu kavramak önemlidir.	4,52	,630
	Endüstrinin teknolojik gelişim eğilimini bilmek gerekir.	4,60	,574
	Yabancı rakiplerin farkında olmak önemlidir.	4,50	,775
	Yenilik stratejilerinde uyarlamalar yapabilmek gerekir.	4,61	,546
	Dışsal faktörlerin çeşitli etkilerini anlamak gerekir.	4,54	,556
	Bilgi değerlidir.	4,87	,377

Tablodaki sonuçlar incelendiğinde, öğrenme yeteneği açısından, işletmelerin katılımının en yüksek olduğu ifade “Teknolojik gelişme eğilimleri düzenli bir şekilde takip edilir” ifadesidir. İşletmelerin katılımının en düşük olduğu ifade ise “Yeniden yapılandırma (reconstruction) yeteneği vardır” ifadesidir.

İşletmelerin Ar-Ge yeteneğine ilişkin ifadelerden, en yüksek katılımı “Pazardaki değişimlere paralel olarak yeni ürün geliştirme planları yapıp, hızlı bir şekilde pazardaki yeniliklere uyum sağlanabilir” ifadesi için gösterdikleri görülürken, en düşük katılım, “Çapraz fonksiyonel proje takım çalışması yapılır” ifadesi için saptanmıştır. Bunun nedeni yeniden yapılandırma konusunda fikrim yok diyenlerin diğer ifadelere nazaran daha çok olmasıdır.

İşletmelerin kaynak kullanım yeteneğine ilişkin ifadelerle katılım düzeylerine bakıldığında, en yüksek katılımı, “Her bir fonksiyonel bölüm için kilit personel seçimine önem verilir” ifadesi için gösterdikleri görülürken, en düşük katılım, “Dışsal teknolojiler tam anlamıyla kullanılır” ifadesi için saptanmıştır. Bunun nedeni yeniden yapılandırma konusunda fikrim yok diyenlerin diğer ifadelerle nazaran daha çok olmasıdır.

Üretim yeteneğine ilişkin ifadelerle işletmelerin katılım düzeylerine bakıldığında ise, en yüksek katılımın “Üretim araçlarının teknolojik düzeyine önem verilir” ifadesi için geçerli olduğu görülmektedir.

İşletmelerin örgütsel yeteneğine ilişkin ifadelerle katılım düzeylerine bakıldığında, işletmelerin “Hedef pazarda yer alan müşterilerimiz ve tedarikçilerimizle iletişimimiz iyidir” ifadesine katılım düzeylerinin diğer ifadelerden yüksek olduğu, en düşük katılımın ise “Teşvik/ceza sistemleri uygulanır” ifadesi için gerçekleştiği görülmektedir.

Pazarlama yeteneğine ilişkin ifadelerle katılım düzeylerine bakıldığında işletmelerin “İşletme yönetimi, satış sonrası teknik yardım ve hizmetlere önem vermektedir” ve “Siparişler zamanında teslim edilir” ifadelerine katılım düzeylerinin diğer ifadelerden yüksek olduğu görülmektedir.

Stratejik yeteneğe ilişkin ifadelerle katılım düzeylerine bakıldığında ise işletmelerin “Yenilik stratejilerinde uyarlamalar yapabilmek gerekir” ifadesine katılım düzeylerinin diğer ifadelerden yüksek olduğu görülmektedir.

Araştırmamızda test etmeye çalıştığımız temel hipotezlerimizden biri olan örneklem kitlede yer alan işletmelerin ihracat yapma sıklıkları ile yenilik kabiliyet boyutları arasındaki ilişkiye Anova testi yapılarak bakılmıştır. Burada her biri alt faktörlerden oluşan yedi farklı boyutun kendi içinde aritmetik ortalamaları alınarak, işletmelerin yenilikçi kabiliyetlerinin, ihracat yapma sıklıklarına göre bir farklılık gösterip göstermediği test edilmiş ve anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Ancak, her bir boyutu oluşturan alt faktörlere göre değerlendirme yapabilmek için Kruskal-Wallis testi yapılmıştır. Testin sonucuna göre, Ar-Ge yeteneği boyutu altında yer alan “Temel araştırma, gelişme ve ticarileştirme çabaları uyumlaştırılmıştır” ifadesi için ihracat sıklığı farklı olan işletmelerin bu ifadeye katılma derecelerinin de farklı olduğu saptanmıştır ($p=0,016$). Grupların ortalama sırasına (mean ranks) bakıldığında, ihracat yapma sıklıklarını bazen olarak belirten işletmelerin bu ifadeye katılım düzeyinin en yüksek olduğu (38,68), ihracat yapmadıklarını belirten işletmelerin ise katılım düzeyinin en düşük (15,25) olduğu belirlenmiştir.

Aynı şekilde, kaynak kullanma yeteneği boyutuna ilişkin ifadelerden biri olan “yeni teknolojik yönelimler tahmin edilmeye çalışılır” ifadesi ve örgütsel yetenek boyutu altında yer alan “teşvik/ceza

sistemleri uygulanır” ifadesi için ihracat sıklığı farklı olan işletmelerin bu ifadelere katılma derecelerinin de farklı olduğu saptanmıştır (sırasıyla $p=0,005$ ve $p=0,012$). Grupların ortalama sırasına bakıldığında, her iki ifade içinde hiç ihracat yapmayanların katılım düzeyinin en düşük olan (sırasıyla 12,17 ve 19,50) grup olduğu saptanmıştır.

İhracata yönelmemiş işletmelerin temel araştırma, geliştirme ve ticarileştirme çabalarının uyumlaştırılması ve yeni teknolojik yönelimlerin tahmin edilmeye çalışılması konularında fikir sahibi olmamaları bu işletmelerin halen iç pazarda ayakta kalma mücadelesi içinde olmalarından kaynaklanabilir. Bu durum aslında bir kısır döngüyü de beraberinde getirmektedir. Çünkü iç pazarda özellikle finansman ve maliyetle ilgili sorunlarını çözememiş olan işletmeler dış pazarlara da daha yüksek maliyet nedeniyle giremeyecek, temel araştırma, geliştirme ve ticarileştirme çabalarının uyumlaştırılması ve yeni teknolojik yönelimlerin tahmin edilmeye çalışılması konularında da fikir üretemeyecektir. Buradan ortaya çıkan bir diğer sonuç, hiç ihracat yapmayan dolayısıyla yalnızca iç pazara çalışan işletmelerde örgütsel yetenek boyutunda yer alan teşvik ve ceza uygulamalarının pek geçerliliğinin olmadığıdır. Bu soruyu cevaplandırılanların çoğunluğu katılmıyorum şeklinde cevap vermişlerdir. Yetenek alt faktörleri dikkate alınarak yapılan Kruskal-Wallis testi sonucu ortaya çıkan ve ifade etmemiz gereken bir diğer nokta da, stratejik yetenek alt boyutunu oluşturan “üst yönetimin desteğini almak önemlidir” ifadesi için ihracat sıklığı farklı olan işletmelerin bu ifadeye katılma derecelerinin de farklı olduğudur ($p=0,028$). Grupların ortalama sırasına bakıldığında, hiç ihracat yapmayanların üst yönetimin desteğini almak konusunu daha fazla önemsedikleri (43,17) söylenebilir. Bu sonuçlar Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Yenilik Kabiliyeti- İhracat Sıklığı İlişkisi: Kruskal Wallis Testi

	İhracat sıklığı	N	Ortalama sırası	Serbestlik derecesi	Ki kare	Sign
Temel araştırma, gelişme ve ticarileştirme çabaları uyumlaştırılmıştır	Bazen	37	38,68	2	8,312	0,016
	Sürekli	27	35,65			
	Hiç	6	15,25			
Yeni teknolojik yönelimler tahmin edilmeye çalışılır.	Bazen	37	38,24	2	10,650	0,005
	Sürekli	27	36,93			
	Hiç	6	12,17			
Teşvik/ceza sistemleri uygulanır	Bazen	37	32,82	2	8,911	0,012
	Sürekli	27	42,72			
	Hiç	6	19,50			
Üst yönetimin desteğini almak önemlidir	Bazen	37	30,04	2	7,118	0,028
	Sürekli	27	41,28			
	Hiç	6	43,17			

Çalışmamızın ikinci temel hipotezini oluşturan örneklem kitlede yer alan işletmelerin yenilik kabiliyet boyutlarının, ihracatçı davranışı veya dış ticaret yoğunluğuna (ihracatın satış hasılatı içindeki payı) göre farklılık gösterip göstermediği, her bir yetenek boyutunun aritmetik ortalamaları tespit edilip Anova testi ile incelenmiş ve anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla araştırmaya katılan işletmelerin ihracat performanslarında yedi boyutta tanımladığımız yetenek boyutlarının önemli bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Genellikle ihracat performansının belirleyicileri olarak, işletmenin, ürünün, endüstrinin ve ihracat yapılacak olan pazarın özellikleri ön plana çıkmaktadır (Çavuşgil ve Zou, 1994). Bu doğrultuda, işletmeyi veya ürünü dış pazarda fark ettirmede işletmelerin yenilikçi çabaları önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmamızda, yenilik kabiliyet boyutları ile işletmelerin ihracat performansları arasında anlamlı bir farklılığın çıkmamasının nedeni, örneklem kitlede yer alan yer alan işletmelerin, daha çok iç pazardaki pazar payı geliştirmeye yönelik olarak çalışmalarını ve zaman zaman ihracata yönelmelerinden dolayı yenilik sürecinin önemini kavrayamamış olmalarından kaynaklanabilir.

Çalışmamızın üçüncü temel hipotezi olan araştırmaya katılan işletmelerin yenilik kabiliyet boyutlarının, işletme bütçelerinden Ar-Ge'ye ayrılan paya göre farklılık gösterip göstermediğine Anova testi ile baktığımızda, Ar-Ge yeteneğinin işletmelerin bütçelerinden Ar-Ge'ye ayırdıkları oranlara göre anlamlı derecede farklılık gösterdiği saptanmıştır. Bu analiz ile ilgili sonuçlar aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Yetenek ve AR-GE İlişkisi

	Ar-Ge'ye ayrılan pay	N	Ortalama	Sign.
Ar-Ge Yeteneği	%0	3	3,1111	,017
	%1-5	44	4,1477	
	%6-10	13	4,3782	
	%11-15	5	4,5500	
	%16-20	5	4,1667	

Tablo 5'te de görüleceği üzere işletme bütçesinden Ar-Ge'ye ayrılan pay arttıkça işletmelerin Ar-Ge yeteneklerini geliştirme düzeyi de artmaktadır. Geleneksel olarak yenilik çalışmaları Ar-Ge üzerine odaklanmıştır. Ancak, oldukça açıktır ki yenilik (veya teknolojik değişim), Ar-Ge faaliyetlerinden daha büyük bir spektrumu içerir. Ar-Ge harcamaları yeni teknolojilere dönüşebilen ve mevcut kaynakların daha etkin kullanımını sağlayan bilgiye yatırım olarak düşünülebilir (Ertekin, 2005). Aslında işletmelerin sahip oldukları Ar-Ge yetenekleri yenilik ve yeni ürünün uygulama sürecine (verimlilikte hızlı gelişme sağlayan) yöneliktir. Bu durum, işletmelerin dış pazarlarda rekabetçi avantaj kazanmalarına yardımcı olurken aynı zamanda daha yüksek ekonomik büyüme hızına da neden olur. Sonuç olarak, araştırmaya katılan işletmelerin işletme bütçelerinden Ar-Ge'ye ayırdıkları pay açısından, yenilik kabiliyetlerinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum örneklem kitlede yer alan işletmelerin yenilik çalışmalarını Ar-Ge faaliyetleri olarak gördükleri ve yorumladıklarının göstergesi olarak yorumlanabilir.

Araştırmamızın son hipotezi, araştırmaya katılan işletmelerin ürün değiştirme sıklıklarına göre yenilik kabiliyetlerinin farklılık gösterip göstermeyeceğidir. Burada da işletmelerin yenilikçi kabiliyetlerini açıklayan yedi farklı boyutun kendi içinde aritmetik ortalamaları alınarak, işletmelerin ürün değiştirme sıklıklarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığına Anova testi yapılarak bakılmış ve bir farklılık olmadığı görülmüştür. Ancak, her bir boyutu oluşturan alt faktörlere göre değerlendirme yapabilmek için Kruskal-Wallis testi yapılmıştır. Sonuçlara bakıldığında, öğrenme yeteneği alt boyutunda yer alan “Dışsal teknolojiler satın alınırken işletmemizin uzun dönemli gelişme stratejileri ve temel teknoloji düzeyi dikkate alınır” ($p=0,014$) ve Ar-Ge yeteneği alt boyutunda yer alan, “İnsan kaynakları seçim sürecinde, yenilikçi düşüncelere sahip yaratıcılık yeteneği yüksek kişilerin seçimine dikkat edilir” ($p=0,000$) ifadeleri için ürün değişim sıklığı farklı olan işletmelerin bu ifadelere katılma derecelerinin de farklı olduğu belirlenmiştir. Grupların ortalama sırasına bakıldığında, ürünlerinde hiç değişim yapmayan işletmelerin bu ifadelere katılma düzeyleri en düşük olan grup oldukları söylenebilir. Dolayısıyla ürün değişikliğine gitmeyen işletmeler, dışsal teknolojilerin satın alınmasıyla ilgilenmedikleri için uzun dönemli gelişme stratejileri ve temel teknoloji düzeyini dikkate almadıkları gibi insan kaynakları seçim sürecinde, yenilikçi düşüncelere sahip yaratıcılık yeteneği yüksek kişilerin seçimine de dikkat etmemektedirler.

Kaynak kullanma yeteneği boyutunda yer alan “Her bir fonksiyonel bölüm için kilit personel seçimine önem verilir” ve üretim yeteneği boyutunda yer alan “Üretim bölümünde çalışan insan kaynaklarının, üretim araçlarını kullanma yeteneği yüksektir” ifadeleri için ürün değişim sıklığı farklı olan işletmelerin bu ifadelere katılma derecelerinin de farklı olduğu saptanmıştır (sırasıyla $p=0,049$, $p=0,042$). Grupların

ortalama sırasına bakıldığında ürünlerinde hiç değişim yapmayan işletmelerin bu ifadelere katılma düzeyleri en düşük olan grup oldukları görülmektedir.

Öğrenme yeteneği boyutu altında yer alan “AR-GE, pazarlama ve üretim fonksiyonlarının örtüşmesi için çaba gösterilir” ve yine öğrenme yeteneği boyutunda yer alan “Fonksiyonel birimler arasında bilgi akışı ve bağlantılar iyi kurulmuştur” ifadeleri için ürün değişim sıklığı farklı olan işletmelerin bu ifadelere katılma derecelerinin de farklı olduğu saptanmıştır (sırasıyla $p=0,034$, $p=0,015$). Ürün değiştirme sıklıkları 5 yıldan fazla olan işletmeler AR-GE, pazarlama ve üretim fonksiyonlarının örtüşmesi için daha çok çaba harcarken aynı zamanda fonksiyonel birimler arasında bilgi akışı ve bağlantıların iyi kurulmasına yoğunlaştıkları görülmektedir. Sonuç olarak, bu hipotezde de alt yenilik boyutları açısından kısmi olarak farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Yenilik Kabiliyeti- Ürün Değişim Sıklığı İlişkisi: Kruskal Wallis Testi

	Ürün değişim sıklığı	N	Ortalama sırası	Serbestlik derecesi	Ki kare	Sign
Dışsal teknolojiler satın alırken işletmemizin uzun dönemli gelişme stratejileri ve temel teknoloji düzeyi dikkate alınır	0-1 yıl	29	38,40	3	10,656	0,014
	1-5 yıl	29	31,57			
	5 yıldan fazla	6	38,00			
	Hiç değişmez	6	38,00			
İnsan kaynakları seçim sürecinde, yenilikçi düşüncelere sahip yaratıcılık yeteneği yüksek kişilerin seçimine dikkat edilir	0-1 yıl	29	42,05	3	18,870	0,000
	1-5 yıl	29	30,71			
	5 yıldan fazla	6	50,50			
	Hiç değişmez	6	12,00			
Her bir fonksiyonel bölüm için kilit personel seçimine önem verilir	0-1 yıl	29	35,88	3	7,866	0,049
	1-5 yıl	29	37,40			
	5 yıldan fazla	6	43,50			
	Hiç değişmez	6	16,50			
Üretim bölümünde çalışan insan kaynaklarının, üretim araçlarını kullanma yeteneği yüksektir	0-1 yıl	29	33,55	3	8,198	0,042
	1-5 yıl	29	33,79			
	5 yıldan fazla	6	55,50			
	Hiç değişmez	6	33,17			
AR-GE, pazarlama ve üretim fonksiyonlarının örtüşmesi için çaba gösterilir	0-1 yıl	29	37,78	3	8,672	0,034
	1-5 yıl	29	28,72			
	5 yıldan fazla	6	48,92			
	Hiç değişmez	6	43,83			
Fonksiyonel birimler arasında bilgi akışı ve bağlantılar iyi kurulmuştur	0-1 yıl	29	35,28	3	10,512	0,015
	1-5 yıl	29	33,34			
	5 yıldan fazla	6	57,00			
	Hiç değişmez	6	25,50			

Çalışmada işletme özellikleri içinde değerlendirdiğimiz işletmelerin hukuki durumu ve çalışanları sayısı açısından, yenilik kabiliyeti boyutları için anlamlı bir farklılık olup olmadığına da bakılmış ve bir farklılık bulunmamıştır.

Yapmış olduğumuz araştırmada işletmelere ihracat sürecinde karşılaştıkları sorunlar da sorulmuş ve önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Bu sıralamayla ilgili hesaplamada tartılı aritmetik ortalamadan yararlanılmıştır (Çil, 1994). Hesaplama sonucunda Tablo 7’de görülen değerler elde edilmiştir.

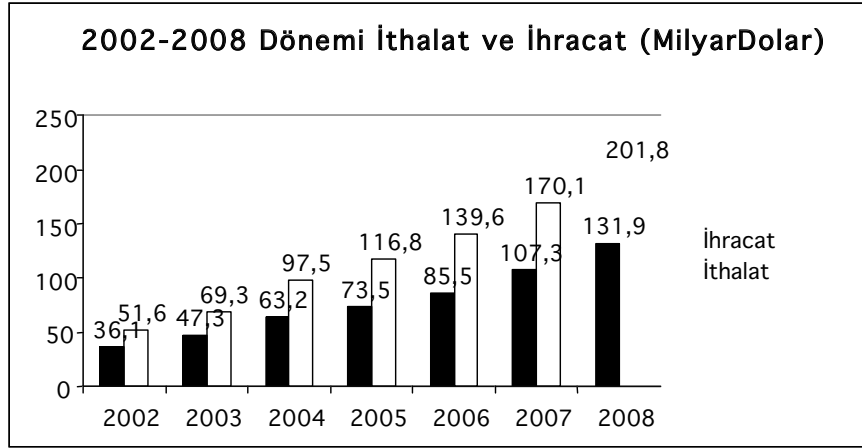
Tablo 7. İşletmelerin İhracat Süresince Karşılaştıkları Sorunların Öncelik Sırasına Göre Dağılımı

	Önem derecesi			Ağırlık		Önem sırası
	1	2	3	Toplam	%	
Döviz kuru fiyatlarındaki istikrarsızlık	21	14	8	99	25,31	(1)
İstihdam vergilerinin yüksek olması nedeniyle, işgücü maliyetlerinin yüksek olması	6	6	8	38	9,72	(5)
Enerji maliyetlerinin yüksekliği	18	15	12	96	24,55	(2)
Ekonomik ve siyasi istikrarsızlık	4	11	7	41	10,48	(4)
Yüksek taşımacılık maliyetleri	14	8	13	71	18,16	(3)
Bürokrasi	0	3	2	8	2,05	(7)
Ülkenin yurtdışındaki imajı	1	3	2	11	2,81	(6)
Ar-Ge faaliyetlerine yeterince kaynak ayrılamaması	0	1	1	3	0,77	(12)
Eximbank kredilerinin yetersizliği ve bu kredilere ilişkin vade sorunları	0	2	0	4	1,02	(11)
Markalaşma sürecine önem verilmemesi	1	0	3	6	1,54	(8)
CE Belgesi ve onay prosedürlerinin maliyeti	0	1	0	2	0,51	(13)
Serbest bölgelerin yeterince etkin olamaması	0	1	4	6	1,54	(9)
Diğer	1	1	1	6	1,54	(10)
Toplam	66	66	61	391	100	

Ağırlıklı toplam= "1. derece frekansı x 3+ 2. derece frekansı x 2+ 3. derece frekans x 1" şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 7'den de görüleceği üzere, örneklem kitleyi oluşturan işletmelerin, ihracat sürecinde karşılaştıkları sorunların başında döviz kuru fiyatlarındaki istikrarsızlık, ikinci sırada imalat işletmeleri için önemli bir girdi olan enerji maliyetlerinin yüksekliği ve üçüncü olarak da yüksek taşımacılık maliyetlerinin geldiği görülmektedir. Ekonomik ve siyasi istikrarsızlık ve istihdam vergilerinin yüksekliği nedeniyle işgücü maliyetlerinin yüksek olması 4. ve 5. sırada yer alan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha öncede belirtmiş olduğumuz, 12 Mart 2008 tarih ve 26814 sayılı resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 5746 Sayılı Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkındaki Kanun ile işletmelerin, Ar-Ge ve yenilik harcamalarının tamamının gelir ve kurumlar vergisinden muaf tutulması, daha önce %40 olan araştırma ve geliştirme harcamalarının muafiyet oranının %100'e çıkarılması ve Ar-Ge ve yenilik projelerinde çalışan Ar-Ge ve destek personelinin gelir vergisinin doktorali olanlar için %90'ının, diğerleri için %80'inin vergiden indirilmesi gibi düzenlemeler sonrasında vergilerle ilgili olumsuzlukların ve dolayısıyla problemlerin azalması beklenebilir. İşletmelerin ihracat süresince karşılaştıkları sorunların 6. ve 7. sırasında ülkenin yurt dışındaki imajı ve bürokratik engeller gelirken, markalaşma sürecine önem verilmemesi ve serbest bölgelerin yeterince etkin olmaması da 8. ve 9. sırada yer alan sorunlar olarak belirtilmiştir. Ar-Ge faaliyetlerine yeterince kaynak ayrılamaması işletmeler tarafından son sıralarda yer alan bir sorun olarak tanımlanmıştır.

Eylül 2008'de etkisi yoğun bir şekilde hissedilmeye başlayan ekonomik krizi göz önüne alacak olursak, yukarıdaki tablo 7'de yer alan sonuçları bir yerde krizin ön sinyalleri olarak yorumlamak da mümkündür. Dünya çapında yaşanan kriz ihracatçı işletmeleri de yoğun bir şekilde etkilemiş ve halihazırda etkilemeye devam etmektedir. Kriz nedeniyle işletmelerin hem yenilik yapma hem de ihracatçı olma kapasiteleri olumsuz etkilenmiştir. Türkiye'nin 2002-2008 dönemindeki ihracat ve ithalatı Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. 2002-2008 Dönemi İthalat ve İhracat Miktarı¹

Şekilden de fark edileceği gibi, yıllar itibariyle hem ihracatımızda hem de ithalatımızda sürekli bir artış görülmektedir. Ancak 2008 yılının son çeyreğinde gerek ihracat ve gerekse ithalat ciddi bir gerileme içine girmiştir. Bunun en büyük nedenlerinden biri Avrupa Birliği ülkelerinde yaşanan durgunluktur. Çünkü Türkiye'nin ihracatında en büyük paya sahip olan AB ülkelerine (27 ülke) yönelik ihracat payı 2007 yılında %56,9 iken 2008 yılında % 48'e gerilemiştir. İhracat payında yaşanan bu daralma, işletmelerin ticari kazançları olumsuz etkileyeceğinden, Ar-Ge faaliyetlerine yapılacak olan yatırımlarda olumsuz etkilenecektir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Buraya kadar yapılan tartışmaların sonucunda da görüleceği üzere işletmelerin yenilikçi çabaları rekabet üstünlüğü sağladığı gibi ulusal ve uluslararası rekabetin de gelişmesinde önemli bir faktördür. Bu doğrultuda, işletmelerin yenilikçi çabaları ekonomik büyüme ve gelişmenin sağlanmasına yönelik bilimsel ve ekonomik politikaların arkasındaki itici güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde gelişmiş bir iletişim ağı ve geniş alana yayılmış bilgi teknolojisinin kullanımı yeni teknolojileri ve ürünleri öğrenmede küresel fırsatlar sağlamaktadır. Ancak bu durum yenilik sürecini kısaltmış ve işletmeleri yenilikçi çaba gösterme ya da bu çabalara uyum sağlama konusunda hızlı hareket etme durumunu da beraberinde getirmiştir.

İşletmelerin yenilik yapabilme yeteneklerini yalnızca araştırma geliştirme çabalarına bağlamak konuya çok dar bir bakış açısından bakmak demektir. Dolayısıyla, günümüzde artık yenilikle ilgisi olan her ürün, üretim yöntemi ya da hizmetin bilim ve teknoloji ile bağlantısı yükselmiştir ve yükselmeye de devam etmektedir. Bunun sonucunda da yenilik süreci bilim ve teknoloji ile giderek daha fazla bağlantılı hale gelmiş ve ana kaynağını da bilim ve teknoloji alanındaki yeni fikirler oluşturmaya başlamıştır. Ayrıca, yenilik ve yayılmanın dışsal belirleyicileri olarak, yetenekli bireylerin, mühendislerin ve yöneticilerin sayısında artışa neden olan eğitim sistemi, patentle koruma, know-how uygulamaları, imalat ve hizmetler sektöründe teknoloji merkezli yeni katılımcılar için önemli olan risk sermayesi (melek yatırımcı) finansmanı gibi konuları da göz önünde bulundurarak tartışmak gerekmektedir.

¹ http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4

Yenilikçi çabalarla ilgili ifade etmiş olduğumuz makro düzeydeki çabalar dışında, işletme bazında da yenilikçi çabaları tartışmak gerekmektedir. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde esnek yapıları ile yenilikçi çabaları başlatan ve bu sürece kolaylıkla uyum sağlayan küçük ve orta büyüklükte işletmelerde sahip olunan yenilikçi kabiliyet bir rekabet gücü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapmış olduğumuz bu çalışmada, işletme düzeyinde ve daha çok işletme yönetimleri tarafından kontrol edilebilen kaynak ve fonksiyonlardan yola çıkılarak örneklem kitlede yer alan işletmelerin yenilikçi kabiliyetleri tartışılmıştır. Sonuç olarak, imalatçı işletme yönetimlerinin, öğrenme, Ar-Ge, kaynak kullanma, üretim, pazarlama, örgütlenme ve strateji saptama yetenekleri olarak yedi farklı boyutta tanımlamış olduğumuz yenilik boyutlarını benimsedikleri ve kendilerini yenilikçi bir işletme olarak tanımladıkları saptanmıştır. Ayrıca işletme bütçesinden Ar-Ge'ye ayrılan pay artıkça, işletmelerin Ar-Ge yeteneklerini geliştirdikleri görülmüştür. Ar-Ge süreci yatırım gerektiren pahalı bir süreç olmasına karşın işletmelerin yenilikçi kabiliyet boyutlarından biri olması nedeniyle teşvik edilmesi ve finansal açıdan desteklenmesi gereken bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonuç olarak, araştırmamızda yer alan işletmelerin, yeniliğe açık ve yenilik kabiliyetlerini geliştirmeye yönelik oldukları saptanmasına karşın, yapılan istatistiksel analiz sonucu, işletmelerin yenilikçi çabalarının ihracat performanslarına etkisi olmadığı belirlenmiştir. Bunun çeşitli nedenleri olabilir. Bu nedenlerin başında özellikle Eylül 2008'den itibaren yoğunlukla yaşanmaya başlayan finansal kriz nedeniyle dış pazarların daralması ve işletmelerin ihracat yapma sıklıklarının düşmesi gelmektedir. Ayrıca bu süreçte işletmeler standart siparişleri karşılama yoluna gittiklerini ve yenilikçi kabiliyetlerini geliştirmeye yönelik bir takım yatırımlardan vazgeçtiklerini ifade etmişlerdir.

Görüleceği üzere, dünyada yaşanan küresel dönüşümün temel unsuru olarak nitelendirilen yenilikçi çabalar, ekonominin ve bu bağlamda ulusal kalkınma ve rekabetin ana sürükleyicisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ticari başarıyı gerektiren yenilikçi çabaların işletme bazında başarısı için yenilikçi stratejilerin geliştirilmesinin yanı sıra bütünsel bir faaliyet olarak algılanması gerekmektedir. Bu bakış açısı ile işletme bazında yenilikçi veya inovasyon kavramının öğrenilmesi ve buna yönelik olarak kurum kültürünün oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca, işletmelerin yenilikçi çabalarının desteklenmesi amacıyla, belli bir sektörde ve coğrafyada yer alan, birbirine benzer veya tamamlayıcı ürünler / hizmetler üreten ve satan, ve bu nedenle de ortak zorluklar ve fırsatlarla karşılaşan işletme grupları olarak tanımlanan kümelerin yenilikçi faaliyetlerini geliştirmelerine imkan sağlayan fırsatların desteklenmesi gerekmektedir. Bu fırsatların sağlanacağı yapılar teknopark şeklinde olabileceği gibi özel sektör (İstanbul Tekstil ve İhracatçı Birlikleri Moda Kümesi) veya kamu sektörü (Dış Ticaret Müsteşarlığı-Avrupa Birliği Projesi) tarafından desteklenen yapılar veya doğal (Silikon Vadisi, Manifaturacılar Çarşısı) olarak karşımıza çıkan yapılar şeklinde olabilir. Fakat öncelikle işletmelerin yenilikçi çabaların önemini anlamaları gerekmektedir. Çünkü yenilikçi çabaların önemini anlayan ve bu çabaları faaliyetleriyle bütünleştiren işletmeler, kısa sürede nasıl bir fark yaratılabileceğinin ve dünya markası olma yolunda ne kadar hızlı ilerleyebileceklerinin somut göstergelerini görebileceklerdir.

KAYNAKÇA

- Adler, P.S. ve Shenbar, A. (1990).** Adapting Your Technological Base: The Organizational Challenge, *Sloan Management Review*, 25, 25–37.
- Avcı, Mehmet (2007).** Yenilikçi Teknolojik Gelişme Göstergesi Olarak Ar-Ge Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye İmalat Sanayi Üzerine Bir İnceleme, (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*). Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Basile, R. (2001).** Export Behaviour of Italian Manufacturing Firms over the Nineties: The Role of Innovation, *Research Policy*, 30, 1185–1201.
- Bernard, A. B. ve Jensen, J. B. (1999).** Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect or Both?, *Journal of International Economics*, 47, 1-25.
- Bonaccorsi, A. (1992).** On the Relationship between Firm Size and Export Intensity, *Journal of International Business Studies*, Fourth Quarter, 605–635.
- Buxton, T., Mayes, D. ve Murfin, A. (1991).** UK Trade Performance and R&D, *Economic Innovation New Technology*, 1, 243-256.
- Cameron, Gavin (1996).** Innovation and Economic Growth, *Centre for Economic Performance Discussion Paper*, No. 277, February, 1-30, <http://cep/se.ac.uk/pubs/download/dp0277.pdf>
- Christensen, F., (1995).** Asset Profiles for Technological Innovation, *Research Policy*, 24, 727-745.
- Cavuşgil, S.T. ve Zou, S. (1994).** Marketing Strategy Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export, *Journal of Marketing*, 58, 1, 1–21
- Çil, B., (1994).** İstatistik, Yayınevi: Tutibay Ltd., Ankara.
- Ertekin, Meriç, S. (2005).** Yenilik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi, *Mevzuat Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 92, Ağustos.
- Felekoğlu, Burcu (2007).** Managing Innovation: A Conceptual Framework For Evaluating Innovation Capabilities of Manufacturing Firms in Turkey (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Greenhalgh, C. (1990).** Innovation and Trade Performance in the UK, *Economic Journal*, 100, 105-118
- Greenhalgh, C., Taylor, P. ve Wilson, R (1994).** Innovation and Export Volumes and Prices: A Dissaggregated Study, *Oxford Economic Papers*, 46, 102-134.
- Guan, J. ve Ma, N. (2003).** Innovation Capability and Export Performance of Chinese Firms, *Technovation*, 23., 737-747.
- Hair, J. F., Bush, R.P. ve Ortinau, D. J. (2003).** Marketing Research Within A Changing Enviroment, McGraw-Hill Irwin.

- Hasan, R. ve Raturi, M. (2003).** Does Investing in Technology Affect Exports? Evidence from Indian Firms, *Review of Development Economics*, 7(2), 279-293.
- Heunks, F. J. ve Roos, H. (1992).** Entrepreneurs in a Changing Cultural Context, in J. J. J. Van Dijck and A. A. L. G. Wentink (eds.), *Transnational Business in Europe, Economic and Social Perspectives*, Tilburg: Tilburg University Press, 4–13.
- Hooley, G., Fahy, J., Cox, T., Beracs, J., Fonfara, K. ve Snoj, B. (1999).** Marketing Capabilities and Firm Performance: A Hierarchical Model, *Journal of Market Focused Management*, 4(3), 259-278.
- Ito, K. ve Pucik, V. (1993).** R&D Spending, Domestic Competition, and Export Performance of Japanese Manufacturing Firms, *Management Science* 43 (5), 610-622.
- Kumar, N. ve Siddharthan, N.S. (1994).** Technology, Firm Size and Export Behavior in Developing Countries: The Case of Indian Firm, *Journal of Development Studies* 32 (2), 288-309.
- Lefebvre, E., Lefebvre, L., A. ve Bourgault, M., (1998).** R&D-Related Capabilities as Determinants of Export Performance, *Small Business Economics*, 10, 365-377.
- Makhija, M. (2003).** Comparing the Resource-Based and Market-Based Views of the Firm: Empirical Evidence From Czech Privatization, *Strategic Management Journal*, 24(5), 433-451.
- Nassimbeni, G., (2001).** Technology, Innovation, Capacity, and the Export Attitude of Small Manufacturing Firms: A logit/tobit Model, *Research Policy* 30, 245-262.
- OECD, (2004).** Understanding Economic Growth, St. Martin's Press, Paris, s.30-31.
- Özçelik, E. ve Taymaz, E. (2004).** Does Innovativeness Matter for International Competitiveness In Developing Countries?: The Case of Turkish Manufacturing Industries, *Research Policy*, Volume 33, Issue 3, April, 409-424.
- 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.
- Smith, V., Madsen, E.S. ve Dilling-Hansen, M. (2002).** Do R&D Investments Affect Export Performance?, University of Copenhagen, Institute of Economics, Centre for Industrial Studies, Discussion Paper 2002-09.
- Sterlacchini A. (1999).** Do Innovative Activities Matter to Small Firms in non-R&D-Intensive Industries? An Application to Export Performance, *Research Policy*, 28, 819-832
- Terzioğlu, Mustafa (2008).** İşletmelerde İnovasyon Yeteneği: Denizli Tekstil Sektörü Örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla
- Türko, Esra Sena (2006).** Organize Sanayi Bölgeleri ve Yenilik: Erzurum Alt Bölgesinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Erzurum.
- Van de Ven, A. Ve Ferry, D. (1979).** Measuring and Assessing Organizations. Wiley New York

Wakelin, K. (1998). Innovation and Export Behavior at The Firm Level, *Research Policy*, 26, 829-841.

Willmore, L. (1992). Transnational and Foreign Trade: Evidence from Brazil, *Journal of Development Studies* 28 (2), 314-335.

İNTERNET KAYNAKLARI

Yamaç, K. (2006). “Nedir Bu Inovasyon?”, <http://www.genbilim.com.>, Erişim Tarihi: 22.07.2009.

<http://www.sanayi.gov.tr>, 04.02.2009

http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4