

İNOVASYON STRATEJİLERİNİN KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERFORMANSINA ETKİSİ: MOBİLYA FİRMALARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA*

Eda DIŞLI BAYRAKTAR**

Hasan AYYILDIZ***

ÖZ

Bu çalışmanın amacı inovasyon stratejilerinin çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini incelemektir. Çalışma kapsamında, Kayseri, Ankara ve Bursa (İnegöl)'deki 315 mobilya firması ile anket yapılmıştır. Elde edilen veriler IBM SPSS 25 ve IBM AMOS 24 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi kullanılmıştır. İlk aşamada, kurumsal sürdürülebilirliği ölçmek amacıyla daha önce Türkçe'ye uyarlanan üç boyutlu ve 20 maddeden oluşan ölçeğin DFA (Doğrulayıcı Faktör Analizi) sonucunda öngörülen faktöriyel yapısı veri ile doğrulanamamıştır. Bunun üzerine ölçeğin yapısını keşfetmek amacıyla KFA (Keşfedici Faktör Analizi) uygulanmış ve ölçeğin 10 maddeden oluştuğu ve üç faktörlü bir yapıda olduğu saptanmıştır. Ancak ölçeğin üçüncü boyutuna yalnızca iki maddenin yüklendiği tespit edilmiştir. Hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına göre ise; her iki inovasyon stratejisinin (keşifsel inovasyon ve artırımsal inovasyon) çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Buna karşın, yalnızca keşifsel inovasyonun sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliği olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. Artırımsal inovasyonun sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kavramlar: İnovasyon, İnovasyon Stratejileri, Kurumsal Sürdürülebilirlik Boyutları, Keşfedici Faktör Analizi.

Jel Kodları: O30, D23, L23, C14.

Atf Önerisi /Cited as (APA): Dişli Bayraktar, E. & Ayyıldız, H. (2021). İnovasyon stratejilerinin kurumsal sürdürülebilirlik performansına etkisi: mobilya firmaları üzerinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (60), 189-214. DOI:10.18070/erciyesiibd.903592

* Bu çalışma, "İlişkisel Pazarlama Faaliyetlerinin Kurumsal Sürdürülebilirliğe Etkisinde İnovasyon Stratejilerinin Aracı Rolü Üzerine Bir Araştırma" konulu doktora tezinden üretilmiştir.

** Öğr. Gör. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İrfan Can Köse Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü edisli@gumushane.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7334-1725>

*** Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ayyildiz@ktu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1954-6719>

Geliş/Received: 26.03.2021

Kabul/Accepted: 05.07.2021

THE EFFECT OF INNOVATION STRATEGIES ON CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE: AN APPLICATION ON FURNITURE COMPANIES

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the impact of innovation strategies on environmental, social and economic sustainability. Within the scope of the study, a survey was conducted with 315 furniture companies in Kayseri, Ankara and Bursa (İnegöl). The data obtained were analyzed using IBM SPSS 25 and IBM AMOS 24 package programs. Regression analysis was used to test the hypotheses. In the first stage, the factorial structure predicted as a result of CFA (Confirmatory Factor Analysis) of the three-dimensional scale consisting of 20 items, which was previously adapted to Turkish in order to measure institutional sustainability, could not be verified with data. Upon this, KFA (Exploratory Factor Analysis) was applied to explore the structure of the scale and it was determined that the scale consists of 10 items and has a three-factor structure. However, it was determined that only two items were loaded in the third dimension of the scale. According to the hierarchical regression analysis results; It has been determined that both innovation strategies (exploratory innovation and incremental innovation) positively affect environmental sustainability. However, only exploratory innovation has been found to positively affect social and economic sustainability. It has been determined that incremental innovation does not have a significant effect on social and economic sustainability.

Keywords: Innovation, Innovation Strategies, Corporate Sustainability Dimensions, Exploratory Factor Analysis.

JEL Codes: O30, D23, L23, C14.

GİRİŞ

Sürdürülebilir kalkınmanın kavramsal önemi nedeniyle, inovasyon süreçlerinde sürdürülebilirlik unsurları önemli duruma gelmiştir. Sürdürülebilirliği geliştiren yenilik, malların veya üretimin çevresel veya sosyal performansını büyük ölçüde artıran radikal (keşifsel) sistem yeniliklerini içermektedir. Yenilikçi olduğunu düşünen şirketlerin yenilik süreçleri sosyal ve çevresel etkileri göz önünde bulundurmalı, çalışanları yaratıcı olmaya teşvik etmeli ve yeni ürün ve hizmetler tasarlama ve geliştirme konusunda müşterileri, tedarikçileri ve diğer iş ortaklarıyla iş birliği içinde olmalıdır (Lopez, Perez ve Rodriguez, 2009, s. 275). Yenilik ve kurumsal sürdürülebilirlik karmaşık ve çok boyutlu kavramlardır. Ancak her zaman aralarında bir uyumluluk söz konusudur. İşletmenin kurumsal sosyal performansı ile yeni teknolojilerin inovasyonu arasında önemli bir bağlantı vardır (Phillimore, 2001). Büyük şirketler daha fazla kaynağa sahiptir ve bu nedenle daha büyük finansal kaynakları inovasyon için kullanabilirler. Bu tür şirketler, ekonominin en yenilikçi sektörlerinde faaliyet gösterirler ve inovasyon kabiliyetleri her zaman daha yüksektir (Hipp, Tether ve Miles, 2000, s. 417). Özellikle Ar-Ge harcamaları bir inovasyon göstergesidir ve kurumsal ekonomik performans üzerinde olumlu etkisi olduğu kabul edilmektedir (Lopez vd., 2009, s. 276).

Yenilik ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişki temelde iki yönlü bir doğrudur. Birinci doğru, sürdürülebilirliğin itici gücü olarak yenilik, ikinci doğru ise firma tarafından oluşturulan yeniliğin işletmeleri sürdürülebilirliğe zorluyor

olmasıdır. Her iki şekilde de firmada bir değişiklik meydana gelmesi olasıdır (Nidumolu, Prahalad ve Rangaswami, 2009). Şirketler, genel olarak ekonomik, çevresel ve sosyal boyutların entegrasyonu olarak tanımlanan kurumsal sürdürülebilirlik ilkelerine giderek daha fazla odaklanmaktadır. Ayrıca inovasyon yönetimi ile ilgili olarak, sürdürülebilirlik odaklı yeniliklerin rolünü ortaya çıkarmaya çalışmaktadırlar. Sürdürülebilir yenilik hem sürdürülebilirlik sorunlarını ele almak hem de yeni müşteri segmentlerine ve pazarlara girmek için bir araç olarak kabul edilmektedir. Birçok çalışma, sürdürülebilirliğin sağlanması için kaynakların mevcut kullanım verimliliğinin yaklaşık 10 ila 50 faktör artması gerektiğini göstermektedir. Bu verimlilik sıçramaları radikal yeni çözümler talep etmektedir ve sürdürülebilirlik için inovasyonun hayati rolünü kanıtlamaktadır Tukker ve Tischner' göre (aktaran Hansen, Grosse-Dunker ve Reichwald, 2009, s. 688).

İnovasyon işletmeler için, kar oranı ve verimliliği artırdığı, yeni piyasalara girilmesini ve mevcut piyasanın büyütülmesini sağladığı için oldukça önemli bir rekabet kaynağıdır. Kar oranı, verimlilik düzeyi ve rekabet gücü yüksek işletmelerin etkinlik sergilediği ekonomiler kalkınır, gelişir ve küresel düzeyde rekabet üstünlüğü elde eder. Bu nedenle, ülkeler için inovasyon, istihdam artışını, hayat kalitesini, sosyal refahı, sürdürülebilir büyümeyi garanti eden en önemli unsurdur (Işık ve Kılınç, 2012; Örucü, Kılınç ve Savaş, 2011).

Yukarıda belirtildiği gibi her ne kadar daha önceki araştırmalarda benzer ilişkiler test edilmiş ise de değişkenlerin alt boyutları itibarıyla, bu çalışmada ele alınan ilişkilerin yazında daha kısıtlı bir şekilde test edildiği görülmektedir. Örneğin; daha önceki araştırmalarda inovasyon stratejileri ürün ve firma inovasyonu boyutları itibarıyla ele alınırken kurumsal sürdürülebilirlik ise, ekonomik performans boyutu olarak araştırmalara konu edilmiştir. Ayrıca araştırmanın farklı bir sektör üzerinde test edilmiş olması da diğer bir ayırıcı özelliği olarak nitelendirilebilir. Dolayısıyla, bu araştırmanın inovasyon stratejileri ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki ilişkileri farklı alt boyutları itibarıyla ve farklı bir sektörde araştırmaya konu etmiş olmasının pazarlama araştırmalarının genişletilmesine katkıda bulunacağı söylenebilir. Bu çalışmada yukarıdaki olgulardan yola çıkarak inovasyon stratejilerinin kurumsal sürdürülebilirlik performansı üzerindeki etkilerinin neler olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, araştırmanın ilk bölümünde inovasyon stratejileri ve kurumsal sürdürülebilirlik kavramları açıklanarak, alt boyutlarına dair genel bir literatür sunulmuştur. İkinci bölümünde ise araştırmanın değişkenlerine dair bilgi sunulmuş ve anket uygulaması sonucunda elde edilen bulgulara ve yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Son bölümde ise araştırma sonuçları mobilya firmaları açısından değerlendirilerek gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırma kapsamında öncelikle inovasyon stratejileri ve boyutları (keşifsel ve artırimsal inovasyon) ve kurumsal sürdürülebilirlik ve boyutları (sosyal, ekonomik ve çevresel) literatür çerçevesinde incelenmiştir. Daha sonra inovasyon stratejileri ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiye yer verilmiştir.

A. İNOVASYON STRATEJİLERİ

Strateji kavramı “şirkete yön vermek ve rekabet avantajı elde etmek için, işletme ve çevresini sürekli inceleyerek uyum gösterecek hedeflerin belirlenmesi, etkinliklerin planlanması, ihtiyaç duyulan materyal ve kaynakların tekrar düzenlenmesi süreci” olarak ifade edilmektedir. İnovasyon stratejisi kavram olarak değerlendirildiğinde, şirketlerin hangi seviyede yenilikçi olduğunu ortaya koyan bir stratejidir (Coşkun, 2013, s. 8). Şirketler bakımından ele alındığında yapılan her etkinlik bir süreci ifade etmektedir. İnovasyon da süreç bağlamında ele alındığında farklı evrelerden meydana gelen ve bu evrelerin sıralaması ve önemi değişen özellikte bir yapıya sahiptir. Şirketler, inovasyona ilişkin beklentilerine bağlı olarak bir inovasyon stratejisi tespit ederler. Bu tespit şirketlerin yönetim stratejilerine de katkıda bulunur. Zira şirketlerin ana stratejileri ile inovasyon stratejileri birbirlerine son derece bağlıdır (Ecevit-Satı ve Işık, 2011).

İnovasyon stratejileri ile ilgili bazı tanımlar Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: İnovasyon Stratejileri ile İlgili Bazı Tanımlar

Yazar	Tanım
Gilbert (1994)	Bir firmanın iş stratejisini yürütmek ve performansını artırmak için inovasyonu ne derece ve ne şekilde kullanmaya çalıştığını belirler.
Dodgson, vd., (2008)	Firmaların kurumsal hedeflere en uygun inovasyon türü hakkında birikimli ve sürdürülebilir bir şekilde karar vermelerine yardımcı olur.
Strecker (2009)	Bir firmanın inovasyon faaliyeti konusunda yaptığı stratejik tercihlerin toplamı olarak tanımlanır. İnovasyon stratejisi firma çapında, işlevler arası bir meta strateji olarak kabul edilir.
Katz, vd., (2010)	Bir şirketin genel kurumsal stratejik hedeflerine ulaşmak için, kaynakların farklı inovasyon türlerine tahsis edilmesini yöneten artımlı, işlevsel ve önceden belirlenmiş bir plandır.

Kaynak: Lendel ve Varmus, 2011.

Literatür incelendiğinde inovasyon stratejileri çeşitlilik (keşifsel, artırimsal, saldırgan, savunmacı, fırsatları izleme, geleneksel, taklitçi vb.) gibi türleri bulunmaktadır (Aslan, 2016; Can, 2012; He ve Wong, 2009; Jansen, Van den Bosh ve Volberda, 2006). Ancak bu araştırmada belirlenen amaçlar doğrultusunda keşifsel ve artırimsal inovasyon stratejileri ele alınıp değerlendirilmiştir. Bunun

yanı sıra çalışmalarda sıklıkla tercih edilmesi nedeniyle de bu iki inovasyon stratejisi çalışma kapsamında ele alınmıştır.

1. Keşifsel ve Artırımsal İnovasyon Stratejileri

Keşif ortaklığı inovasyonu olarak adlandırılan bu kavram, en çok ürün tasarım sürecinin ilk aşamalarında görülmektedir (Giller vd., 2011, s. 191). Firmalarda yenilik iki aşamalıdır; birincisi, iş birliğinin sosyal ağında meydana gelen yenilik bir diğeri bilgi unsurları arasındaki bağlantılardan meydana gelen yeniliktir. Keşifsel inovasyon bu iki alanda da oluşabilir. Keşifsel (radikal) yenilik stratejileri öncelikle mevcut becerilerin ve süreçlerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesine dayanır (Jansen vd., 2006; Li vd., 2010; Wang, Rodan, Fruin ve Xu, 2014). Bu yenilik stratejisi, mevcut yaklaşımların zorlanması içerir. Bir süreç olarak, arama, keşif, deney ve risk almayı içerir (Mueller, Rosenbusch ve Bausch, 2013, s. 1609). Teknolojik alanda, keşifsel (radikal) yenilikler temel olarak teknolojik yörüngeyi değiştirirken, sömürücü (artan) yenilikler bir firmanın teknolojik yeteneğinde küçük değişikliklere neden olur (Benner ve Tushman, 2003, s. 240). Keşifsel yenilik stratejileri firmanın yeni pazarlara girmesini ve hatta yeni pazarlar yaratmasını sağlayabilirler. Keşifsel yenilik stratejileri mevcut pazarlara nüfuz etmeyi amaçlayan artımlı ürün yeniliklerine yol açarlar (He ve Wong, 2009, s. 264). Pazar alanında, keşifsel yenilikler gelişmekte olan müşteriler veya pazarlar için tasarlanırlar. Bu aşamada yeni tasarımlar sunarlar, yeni pazarlar oluştururlar ve yeni dağıtım kanalları geliştirirler (Erciş ve Can, 2013; Jansen vd., 2006), sömürücü (artırımsal) yeniliklerin amacı ise mevcut müşteri veya pazar ihtiyaçlarını karşılamaktır. Ürün tasarımlarında köklü yeniliklerden ziyade ufak iyileştirmeler yaparlar. Genellikle mevcut teknolojiden yararlanırlar veya yeni teknolojiler ile birleştirme yolunu seçerler (Jansen vd., 2006).

B. KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Kavramsal olarak sürdürülebilirlik, geçtiğimiz yüzyıla iz bırakan, üzerinde en fazla durulan kavramlar arasında yer almaktadır. Sürdürülebilirlik; iktisadi kalkınma, toplumsal kalkınma ve çevrenin korunması temalarını kapsamında barındırmaktadır (Kuşat, 2012). Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ise son yıllarda gerek örgütsel teori gerekse pratikte önem kazanmıştır. Kurumsal sürdürülebilirliği neyin oluşturduğuna ve nasıl en iyi şekilde başaracağına dair hala bir netlik olmasa da, birçok bilim insanı, kurumsal sürdürülebilirlik ilkelerinin benimsenmesi için sürdürülebilirlik odaklı bir organizasyon kültürünün benimsenmenin gerekliliğini savunmaktadır (Linnenluecke ve Griffiths, 2010, s. 357). Kurumsal sürdürülebilirlik, ekonomik büyüme, çevresel düzenleme-yönetim ve sosyal adalet ve eşitlik için yapılan bir zorlamanın sonucu olarak gelişmiştir. Ancak, daha sonraları endüstri, hükümetler ve hükümet dışı kuruluşlar arasında, sorumluluk paylaşımı, çevrenin ve doğal kaynakların korunması ve sürdürülmesi ile ilgili yasalara saygı gösterilmesi için yöntemler geliştirmek amacıyla iş birliği yapmak için küresel bir ilgi ortaya çıkmıştır (Christofi, Christofi ve Sisaye, 2012, s.160). Kurumsal sürdürülebilirlik genellikle, işletme hedeflerine sosyal ve çevresel

sorumluluk yaklaşımının kazandırılması ile sağlanabilir. Kurumsal sürdürülebilirliğe dikkat çeken yeni bir yaklaşıma göre, bir firmanın genel performansı yalnızca finansal sonuçlar göz önünde bulundurularak belirlenmez, sosyal ve çevresel performans da genel performansı etkiler. Bu tutum firma etkinliklerinin etkisinde kalan ve faaliyetlerini etkileyen tüm taraflara finansal bilgilerin yanı sıra sosyal, çevresel ve ekonomik bilgilerin de raporlanmasını gerektirmektedir (Once, Onay ve Yesilçebi 2015, s. 235).

Kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili günümüze kadar yapılan çalışmalar incelendiğinde kurumsal sürdürülebilirlik üç boyutta (çevresel, sosyal ve ekonomik) ele alınmaktadır (Alp, Öztel ve Köse, 2015; Dyllick ve Hockerts, 2002; Gürül, 2016). Sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik, birbirlerini destekleyen kavramlardır. Ekonomik sürdürülebilirlik, firmanın güçlü bir mali yapısının olması ile mümkünken, çevresel sürdürülebilirlik, firmanın çevreye zarar vermeden doğal kaynakların gelecek kuşaklar için de korunması anlamına gelmektedir. Sosyal sürdürülebilirlik ise, firma personelinin çalışma ve hayat koşullarının standartlarının iyileştirilmesi, müşterilerinin, yerel toplumun ve hatta gelecek kuşakların yaşam kalitesinin dikkate alınmasını ifade etmektedir (Gücenme-Gençoğlu ve Aytaç, 2016; Gürül, 2016; Once vd., 2015).

1. Çevresel Boyut

Sanayi Devriminin yarattığı artan üretim kapasitesi sosyal, çevresel ve ekonomik kaynakların acımasız bir şekilde tüketilmesine neden olmuştur. Endüstrileşme pek çok nimetin yanı sıra o dönemde ilk etapta fark edilemeyen ve etkileri bugün bile gözlenen pek çok problemi de beraberinde getirmiştir. Endüstri devrimi ile birlikte ortaya çıkan işçi sınıfının olumsuz çalışma şartları, baskıyla çalıştırma, düşük ücretler, çocuk işçilerin istihdam edilmesi ve doğal çevrenin geri plana atılması ile ortaya çıkan su kaynaklarının kurutulması, küresel ısınma, iklim değişikliği, çölleşme, hava kirliliği aklı ilk gelen örneklerdendir (Once vd., 2015, s. 232). Yaşadığımız dönemde şirketler yalnızca yenilikçi ürün ve hizmetler ortaya koymakla kalmayarak, beraberinde çevreye duyarlı üretim ve/veya hizmet süreçleri geliştirmeleri gerekir. Bir başka ifadeyle, işletmelerin çevresel ve sosyal sorumluluklarının da olması ve bütün üretim ve/veya hizmet süreçlerine ve karar alma mekanizmalarına bunları dahil etmesi gerekmektedir, özetle işletmelerin kurumsal sürdürülebilirlik anlayışına bir bütünsel sistem algısı ile bakmaları gerekmektedir (Gürül, 2016).

2. Sosyal Boyut

1990'lı yıllardan itibaren toplumsal dışlanma, yoksulluk, cinsiyet ayrımı gibi konular da sürdürülebilirlik kapsamında tartışmalara konu olmaya başlamıştır. Sürdürülebilirliğin toplumsal yanı genellikle; insanın ilerlemesi ve insanlarla örgütler arasındaki süre giden değişikliğe bağlıdır. Dünyanın nasıl olması gerektiği ve nasıl geliştirilebileceğine ilişkin alınan kararlar, hükümetler, sivil toplum, işletmeler, vatandaşlar arasındaki iletişime bağlıdır. Bu dört boyut, politik olarak

ifade edilen karmaşık bir karar verme aşamasıdır (Şeker, 2018, s. 10). Sosyal performansın önemli bir unsuru iş sağlığı ve güvenliğidir. İş güvenliği, gelişmiş ülkelerde anayasa ve temel hak ve özgürlükler şartı ile güvence altına alınan temel insan haklarından biridir. AB bu konuda bir dizi direktif kabul etmiştir. Hemen hemen tüm şirketlerde yönetim, işyerlerinde kalıcı olarak hem şirket çalışanları ve müşterileri hem de çevre için yüksek derecede güvenlik sağlayacak koşulları oluşturmak zorundadır. Sosyal performansın bir diğer önemli unsuru ise bilgi yönetimidir (Kocmanova ve Docekolova, 2011, s. 245).

3. Ekonomik Boyut

Firmaların ekonomik sorumluluklarının bugün daha ayrıntılı hal aldığı ve firmaların ekonomik performansları üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri iyi irdelemelerinin gerektiğine dikkat çekmek gerekmektedir. Zira internet, kapsamlı bir iş alanı ortaya çıkardığı gibi beraberinde firmaların ekonomik yapılarını önemli düzeyde etkileyebilecek bir kırılma alt yapı oluşturmaktadır. Bu ise, firmalara pek çok kolaylık sunmasının yanı sıra sürdürülebilirliklerini güçleştirmekte ve daha ölçülü bir algıyı gerektirmektedir (Sarıkaya, Erdoğan ve Kara, 2010, s. 44). Sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu, gelecek kuşaklara yüksek bir yaşam kalitesi bırakabilmek için gerekli mal, hizmet ve parasal adaletin sağlanması ve bunun yanında sosyal ve ekolojik olarak dengeli bir ekonomik sistemin yaratılması olarak tanımlanmıştır. Sonuç olarak ekonomik olarak sürdürülebilir bir firma, yeterli nakit akışını sağlayabilen ve ortaklarına ortalamanın üzerinde bir likiditeyi garanti edebilen bir işletmedir (Gürül, 2016).

B. İNOVASYON VE KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Yenilikler sürdürülebilir kalkınma için firmalara, değerli, nadir ve taklit edilmesi zor kaynaklar sağlayabilmektedir. Özellikle eko-yenilik, makro açıdan sürdürülebilir kalkınma hedefine; mikro açıdan da firmanın ekonomik hedeflerine katkıda bulunmaktadır (Büyükkeklik, Toksarı ve Bülbül, 2010, s. 375). Genel bir bakış açısı ile değerlendirildiğinde, sürdürülebilir yenilik kasıtlı olsun ya da olmasın, kurumsal sürdürülebilirliğin üç boyutunda performans artıran yeni bir şeyin geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Buradaki yenilik, teknolojik değişim ile sınırlı değildir, aynı zamanda süreçlerdeki, işletme prosedürlerindeki ve uygulamalardaki, iş modellerindeki, sistemlerindeki ve düşünmedeki değişiklikleri de içermektedir (Szekely ve Strebel, 2013, s. 467). Sürdürülebilirlik arayışı şirketleri; ürünler, teknolojiler, süreçler ve iş modelleri hakkında düşünme biçimlerini değiştirmeye zorlamaktadır (Nidumolu vd., 2009, s. 57). Yıllar itibarıyla inovasyon ve kurumsal sürdürülebilirlik arasındaki ilişki ile ilgili yapılan bazı çalışmalar Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: İnovasyon ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Arasındaki İlişki

Yazarlar/yıl	Araştırmanın Konusu	Uygulanan Sektör	Yöntem ve Analizler	Sonuç
Hansen vd., (2009)	Firma inovasyonu ile kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları arasındaki ilişkinin belirlenmesi	Almanya'nın önde gelen kuruluşlarından 12 üst düzey sürdürülebilirlik uzmanıyla röportaj yapılmıştır.	Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği	Ürünlerle ilgili yeniliklere ve yenilik projelerine odaklanmak, işletmelerde sürdürülebilirlik potansiyelini etkilemektedir. Çalışma sonucunda “Sürdürülebilir İnovasyon Küpü” (SIC) olarak adlandırılan genel bir model sunulmuştur. Model; hedef, yaşam döngüsü ve yenilik türü olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır.
Wagner, (2010)	İnovasyon ile kurumsal sosyal performans (CSP) arasındaki bağlantının incelenmesi..	Aile şirketlerinde bir Araştırma.	Panel Veri Analizi	Yüksek sosyal faydalara sahip inovasyon ile KSS arasındaki bağlantıda aile şirketlerinin ılımlı bir rolünün olduğu saptanmıştır.
Gallego Alvarez, Prado Lorenzo ve Garcia Sanchez, (2011)	Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları ile inovasyon arasındaki çift yönlü ilişkiyi kaynak temelli teoriye göre analiz etmek.	2003-2007 dönemleri arasında Ar-Ge yatırımı yapan uluslararası firmalar.	Panel Veri Analizi	İnovasyon ile kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları arasındaki ilişkinin sektörlere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.
Çankaya Yıldız ve Sezen, (2015)	Yeşil üretim ve eko-yeniliğin kurumsal sürdürülebilirlik performansı (ekonomik, çevresel ve sosyal) üzerindeki etkisini araştırmak.	Türkiye'deki otomotiv, kimya ve elektronik sektörlerinden 53 firma ile anket yapılmıştır.	Regresyon Analizi	Eko-ürün yeniliğinin, üç performans türünden herhangi biri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.
Lee ve Min, (2015)	Eko-inovasyonun çevresel ve finansal sürdürülebilirlik performansı üzerindeki etkisini araştırmak.	2001–2010 döneminde Japon imalat firmaları üzerine bir araştırma yapılmıştır.	Panel veri analizi	Eko-inovasyon ile çevresel sürdürülebilirlik performansı arasında negatif bir ilişki, eko-inovasyon ve finansal performans arasında olumlu yönde pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.
Ratajczka ve Szutowski, (2016)	Firma inovasyonu ile kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları arasındaki ilişkiye tespit etmeye çalışmıştır.	Literatür Araştırması	SALSA (Arama, Değerlendirme, Sentez, Analiz) ve kartopu yöntemi.	İnovasyonun şirketin kurumsal sosyal performansı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

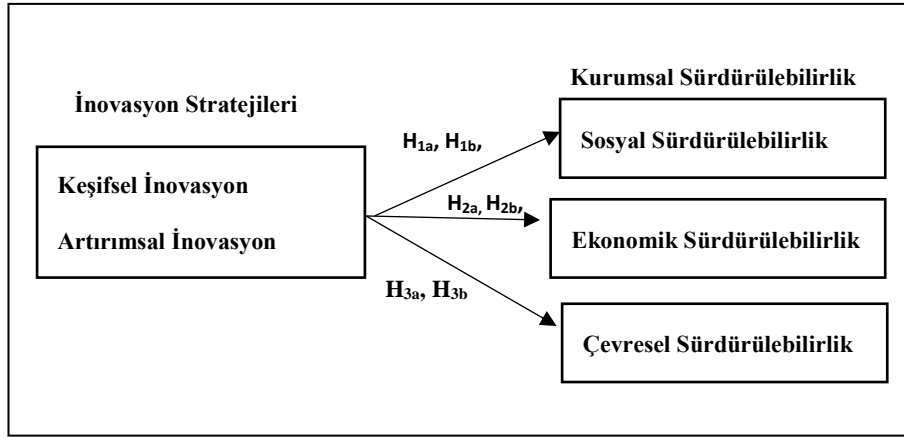
İnovasyon Stratejilerinin Kurumsal Sürdürülebilirlik Performansına Etkisi: Mobilya Firmaları Üzerinde Bir Uygulama
197

Aslan, (2018)	Girişimcilik ve inovasyon stratejilerinin KOBİ'lerin sürdürülebilirliği ve performansına etkilerini araştırmak.	Beylikdüzü Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki İşletmeler.	T Testi, ANOVA, Regresyon Analizi	Keşifsel inovasyon ile ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Artırımsal inovasyon da sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
Aksu ve Akman, (2019)	Üretim işletmelerinin ekobelirleyicileri ile sürdürülebilir performansları arasındaki ilişkide inovasyon stratejisinin moderatör etkisini incelemek.	Kocaeli sanayi odasına bağlı ISO 9001 ve ISO 14001 sertifikalı 138 firma yöneticisi ile anket yapılmıştır.	Yapısal eşitlik modellemesi	Eko-inovasyonu belirleyen faktörler olarak tanımlanan "firmaya özgü faktörler" in sürdürülebilir performans faktörleri (çevresel, ekonomik ve sosyal) üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. "Teknolojinin itme faktörü" ile "Yönetmelikler" ise işletmelerin sadece ekonomik ve sosyal sürdürülebilir performansları üzerinde pozitif yönlü bir etki göstermiştir.
Forcadell, Aracil ve Úbeda, (2019)	Hizmet inovasyonunun bankaların kurumsal sürdürülebilirlik performansı üzerindeki etkisini araştırmak.	2003-2016 yılları arasında 14 ülkede 168 banka.	Panel veri analizi	İnovasyon ile ekonomik sürdürülebilirlik arasında olumsuz; çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik arasında olumlu bir ilişki tespit edilmiştir.

C. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmanın modelinde İnovasyon Stratejileri ve Kurumsal Sürdürülebilirlik değişkenleri yer almaktadır. İlgili literatür doğrultusunda oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Kaynak: (Aslan, 2018, Şekil 2).

II. METODOLOJİ

Çalışmanın bu bölümünde evren ve örneklem, hipotezler, araştırmanın modeli ve kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler verilmiştir.

A. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM

Bu araştırmanın örneklem olarak kapsamını, Türkiye'nin mobilya sektöründe önde gelen üç önemli bölgesindeki (Ankara, Kayseri ve İnegöl) işletmelerde çalışan yöneticiler oluşturmaktadır. Bu amaçla araştırmanın konu olarak kapsamına girdiği düşünülen işletme ve yöneticilere ulaşmak amacıyla araştırmanın veri toplama aracı olan anket formu araştırmacının kişisel bağlantıları vasıtasıyla potansiyel katılımcılara ulaştırılmıştır. Bu yönüyle araştırmanın örneklem tekniği kolayda örneklem olduğu ifade edilebilir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Yaklaşık dört aylık bir veri toplama süreci sonucunda toplamda 321 katılımcıdan geri dönüş sağlanmıştır. Gürbüz ve Şahin (2018)'e göre bu büyüklükteki bir örneklem oldukça geniş bir ana kütleyi % 95 güven düzeyinde temsil edebilme potansiyeline sahiptir. Yapılan veri temizliği işlemleri sonucunda altı adet anketin ciddiyyeten uzak doldurulduğu ve aykırı gözlem değerlerine sahip olduğundan dolayı analize dahil edilmemiş ve araştırmanın veri seti 315 denekten oluşan bir örneklemden oluşmuştur.

B. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Bu araştırma için belirlenen hipotezler şu şekildedir:

H₁: İnovasyon stratejileri sosyal sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler:

H_{1a}: Keşifsel inovasyon sosyal sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.

H_{1b}: Artırımsal inovasyon sosyal sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.

H₂: İnovasyon stratejileri ekonomik sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler:

H_{2a}: Keşifsel inovasyon ekonomik sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.

H_{2b}: Artırımsal inovasyon ekonomik sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.

H₃: İnovasyon stratejileri çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler:

H_{3a}: Keşifsel inovasyon çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.

H_{3b}: Artırımsal inovasyon çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.

C. ARAŞTIRMANIN ÖLÇEKLERİ

Araştırmada kullanılan anketin geliştirilmesi için öncelikle konu ile ilgili geçmiş yıllara ait detaylı bir literatür taraması yapılmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda inovasyon stratejilerini ölçmek amacı ile 2 boyutlu 14 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Kurumsal sürdürülebilirliği ölçmek için ise 3 boyutlu 20 maddeden oluşan ve Türkçe'ye uyarlanmış bir ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek maddeleri daha önce yapılmış araştırmalarda tercih edilmiş, genel olarak geçerli ve güvenilir oldukları görülmüştür. Bu çerçevede geliştirilen anket formunda katılımcıların görüşlerini ölçmeye yönelik 5'li Likert ölçeği (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum-Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır. Araştırma kapsamında yararlanılan kaynaklar ve boyutlar aşağıda Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Araştırmanın Değişkenleri ve Referanslar

Araştırmanın Değişkenleri Ölçek Boyutları	Referanslar
İnovasyon Stratejileri Ölçeği Keşifsel İnovasyon Artırımsal İnovasyon	(Can, 2012, s. 214; Jansen vd., 2006, s. 1664; Li, Zhou ve Si, 2010, s. 303).
Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği Çevresel Sürdürülebilirlik Sosyal Sürdürülebilirlik Ekonomik Sürdürülebilirlik	Yıldız Çankaya ve Sezen tarafında 2015, s. 133) Türkçeye uyarlanmıştır.

D. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin analiz sonuçları verilmiştir. Araştırmanın verileri IBM SPSS 25 ve IBM AMOS 24 (Arbuckle, 2016) paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sürecinde öncelikle araştırmaya katılan işletmelerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler verilmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek için ise hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Yapılan regresyon analizlerinin birinci adımında bağımlı değişken üzerinde etkisi bulunma ihtimali bulunan işletmedeki toplam çalışan sayısı, firmanın faaliyet yılı ve yıllık satış hasılatı değişkenleri kontrol altına alınmıştır.

1. Araştırmaya Katılan İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

Aşağıda Tablo 4'te araştırmaya katılan işletmelerin özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılan İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

Özellikler	Frekans	Yüzde	Özellikler	Frekans	Yüzde		
Şehir	Kayseri	120	38,1	Sermaye Yapısı	Yüzde yüz yerli	272	86,4
	Ankara	115	36,5		Yüzde yüz yabancı	2	,6
	İnegöl	80	25,4		Karma	41	13,0
	Toplam	315	100,00		Toplam	315	100,0
Çalışan Sayısı	0-20	65	20,6	Satış Hasılatı	0-1 milyon TL	92	29,2
	21-40	74	23,5		1-5 milyon TL	105	33,3
	41-60	64	20,3		5-25 milyon TL	118	37,5
	61-100	43	13,7		Toplam	315	100,0
	101-180	39	12,4		Ulusal	187	59,8
	181 ve üzeri	30	9,5		İşletmenin Niteliği	Uluslararası	113
Toplam	315	100,00	Yatırım	12		4,3	
Toplam	315	100,00	Toplam	315		100,0	
Faaliyet Yılı	0-4	35	11,1	İşletmenin Niteliği	Uluslararası	113	35,9
	5-24	174	55,2				
	25-49	81	25,7				
	50-74	22	7,0				
	75 +	3	1,0				
Toplam	315	100,00					

Tablo 4'e göre, araştırmaya katılan işletmelerin %38,1'i Kayseri, %36,5'i Ankara ve %25,4'ü ise İnegöl de bulunmaktadır. Araştırmaya katılan işletmelerin

%20,6'sında 0-20 çalışan, %23,5'inde 21-40 çalışan, %20,3'nde 41-60 çalışan %13,7'sinde 61-100 çalışan, %12,4'ünde 101-180 çalışan ve son olarak, %9,5'inde ise 181 ve daha fazla çalışan bulunmaktadır. Araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet yıllarına bakıldığında ise %11,1'i 0-4 yıldır faaliyette, %55,2'si 5-24 yıldır faaliyette, %25,7'si 25-49 yıldır faaliyette, %7'si 50-74 yıldır faaliyette ve son olarak %1'i ise 75 ve daha fazla yıldır faaliyet sürdürmekte olduğu görülmektedir. Tabloya göre, işletmelerin büyük bir çoğunluğu (%86,4) tamamen yerli sermayeli işletmelerden oluşmaktadır. İşletmelerin satış hasılatlarına bakıldığında ise, %29,2'si yıllık 0-1 milyon TL hasılat, %33,3'ü 1-5 milyon TL hasılat ve %37,5'i ise 5 milyon ve daha fazla hasılatla sahip işletmelerden oluşmaktadır. Ayrıca işletmelerin %59,8'i ulusal nitelikteki işletmelerden oluşmaktadır. Uluslararası niteliğe sahip işletmelerin oranı ise %35,9'dur.

2. Güvenilirlik Testleri

İnovasyon stratejileri ölçeğinde yer alan boyutların Cronbach alfa cinsinden güvenilirlikleri hesaplanmıştır. Cronbach alfa analizi sırasında kişisel inovasyona ait bir madde (Firmamız için pazara yepyeni ürün icat edip sunmak önemlidir.) toplam madde korelasyonu düşük olduğu ve boyutun güvenilirlik katsayısını düşürdüğü için analizden çıkarılmıştır. Buna göre, güvenilirlik katsayıları kişisel inovasyon için 0,75; artırimsal inovasyon boyutu için 0,76 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı ise 0,86 olarak belirlenmiştir. Bu değerler, literatürde eşik değer olarak genel kabul gören 0,70'in üzerinde bir değer olduğu için (Gürbüz ve Şahin, 2018) bu ölçeklerin güvenilir ölçekler olduğu belirtilebilir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinde yer alan boyutların Cronbach alfa cinsinden güvenilirlikleri hesaplanmıştır. Cronbach alfa analizi sırasında sosyal sürdürülebilirlik boyutuna ait iki madde, ekonomik sürdürülebilirlik boyutuna ait bir madde ve çevresel sürdürülebilirlik boyutuna ait bir madde toplam madde korelasyonu düşük olduğu ve ait oldukları boyutun güvenilirlik katsayılarını düşürdüğü için analizden çıkarılmıştır. Buna göre, güvenilirlik katsayıları sosyal sürdürülebilirlik boyutu için 0,70; ekonomik sürdürülebilirlik boyutu için 0,75; ve çevresel sürdürülebilirlik boyutu için 0,54; olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı ise 0,79; olarak tespit edilmiştir. Çevresel sürdürülebilirlik boyutu hariç diğer boyutların güvenilirlik değerleri, literatürde eşik değer olarak genel kabul gören 0,70'in üzerinde bir değer olduğu için (Gürbüz ve Şahin, 2018) bu ölçeklerin güvenilir ölçekler olduğu belirtilebilir.

3. Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmada inovasyon stratejileri ölçeğinin yapısal geçerliliğini test etmek için maksimum olabilirlik (Maximum Likelihood) hesaplama yöntemi ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır (Gürbüz, 2019a). DFA sonuçları; RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation), SRMR (Standardized Root Mean Square Residual), CFI (Comparative Fit Index) ve χ^2/df (Ki Kare/degrees of

freedom) uyum iyiliği indeksleri kullanılarak raporlaştırılmıştır (Gürbüz, 2019a; Kline, 2016). DFA ile faktöriyel yapısı doğrulanamayan kurumsal sürdürülebilirlik ölçeği için ise KFA (Keşfedici Faktör Analizi) uygulanmıştır.

Çalışma kapsamında analiz sonuçlarını değerlendirmek için kullanılacak olan uyum iyiliği değerlerine ilişkin bilgiler Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçümü	Mükemmel	Kabul Edilebilir
	Uyum	Uyum
$X^{2/df}$ (Serbestlik derecesi)	$\chi^2/df \leq 3.00$	$\chi^2/df \leq 5.00$
CFI (Comparative Fit Index)	CFI ≥ 95	CFI ≥ 90
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	RMSEA ≤ 05	RMSEA ≤ 10
SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)	SRMR ≤ 05	SRMR ≤ 08

Kaynak: (Özdamar 2015; Thompson, 2008).

Gürbüz ve Şahin'in (2018) önerileri doğrultusunda inovasyon stratejileri ölçeğinin yapısal geçerliliğini test etmek için birinci düzey çok faktörlü doğrulamalı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA neticesinde 13 maddeden meydana gelen iki boyutlu faktöriyel yapı doğrulanamamıştır. Bunun üzerine aynı boyut içinde yer alan maddelerin modifikasyonları yapılmıştır. Buna rağmen yazında genel kabul gören uyum iyiliği değerlerine ulaşamamıştır. Maddelerin standardize yol katsayıları incelenmiş ve artırimsal inovasyon boyutunda yer alan iki maddenin standardize yol katsayılarının 0,5'in altında olduğu saptanmıştır. Gürbüz (2019a)'e göre DFA ölçüm modelinde yer alacak maddelerin standardize yol katsayılarının 0,5'in üzerinde olması gerektiği önerilmektedir. Bu nedenle bahse konu iki madde modelden çıkarılmış ve DFA tekrarlanmıştır. Yenilenen analiz neticesinde, elde edilen uyum iyiliği değerlerinin literatürde genel kabul gören sınırlar dâhilinde (Gürbüz, 2019a) olması, ölçeğin veri ile uyumlu ve geçerli olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 6'da inovasyon stratejileri ölçeğine dair DFA uyum ölçüt değerleri verilmiştir.

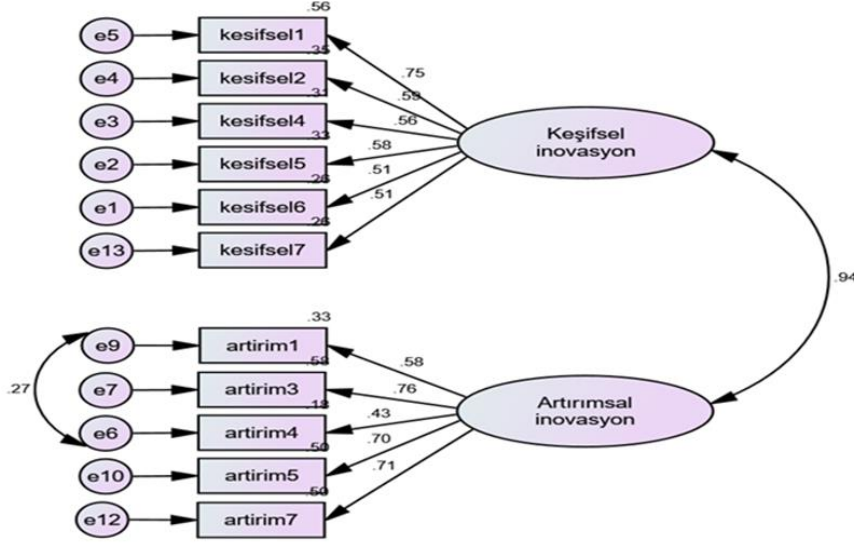
Tablo 6: İnovasyon Stratejileri Ölçeği Uyum Ölçütleri

Endeks Adı	Değerler	Uyum
$X^{2/df}$ (Serbestlik derecesi)	3,45	Kabul Edilebilir
CFI (Comparative Fit Index)	0,91	Kabul Edilebilir
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	0,07	Kabul Edilebilir
SRMR	0,04	Mükemmel Uyum

$(\chi^2 [N= 315] = 145,136; p > 0,05$

İnovasyon stratejileri ölçeğine ait DFA yol diyagramı Şekil 2’de verilmiştir.

Şekil 2: İnovasyon Stratejileri Ölçeği DFA Yol Diyagramı



a. Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi

Gürbüz ve Şahin’in (2018) önerileri doğrultusunda kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinin yapısal geçerliliğini test etmek için birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA neticesinde 16 maddeden meydana gelen üç boyutlu faktöriyel yapı doğrulanamamıştır. Bunun üzerine aynı boyut içinde yer alan maddelerin modifikasyonları yapılmıştır. Buna rağmen yazında genel kabul gören uyum iyiliği değerlerine ulaşamamıştır. Maddelerin standardize yol katsayıları incelenmiş ve birçok maddeye ait standardize yol katsayılarının 0,5’in altında olduğu saptanmıştır. Tüm bu işlemler sonucunda ölçeğin faktöriyel yapısının sorunlu olduğu değerlendirilerek ölçeğe KFA uygulanmasının daha doğru olacağı düşünülmüştür (Gürbüz, 2019a; Kline, 2016).

KFA kapsamında ölçüm maddelerinin hangi boyutlar altında toplanacağını belirlemek üzere temel bileşenler analizi yöntemi kullanılmıştır. Temel bileşenler analizinde açıklanan varyansı azami düzeye çıkaran varimax dik döndürme yöntemi tercih edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2018). KFA sonucunda öz değeri 1’den daha büyük yedi faktör elde edilmiştir. Bu bulgu ölçeğin faktöriyel yapısının oldukça sorunlu olduğunu işaret etmektedir. Yapılan inceleme sonucunda birinci

faktör dışında diğer faktörlerin açıkladığı varyansın oldukça düşük olduğu, bazı maddelerde çapraz yüklenme (cross loading) ve bazı maddelerin ise faktör yük değerlerinin oldukça düşük olduğu saptanmıştır. Çapraz yüklenme eğilimi gösteren ve faktör yük değeri 0,5'in altında kalan maddeler teker teker analizden çıkarılarak KFA tekrarlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda, elde edilen KFA sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Kurumsal Sürdürülebilirlik Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi Bulguları

Faktörler ve Maddeler			
Md. No.	1'inci Faktör: Ekonomik Sürdürülebilirlik	Açıklanan Varyans	Faktör Yükleri
1	Son birkaç yılda enerji tüketim maliyeti azalmıştır.	%26,97	.805
2	Son birkaç yılda satın alınan malzemenin maliyeti azalmıştır.		.781
3	Son birkaç yılda atıklarla ilgili maliyetler azalmıştır.		.761
4	Son birkaç yılda satışlar artmıştır.		.726
5	Son birkaç yılda karlılığımız artmıştır.		.542
Md. No.	2'inci Faktör: Sosyal Sürdürülebilirlik	Açıklanan Varyans	Faktör Yükleri
1	Son birkaç yılda müşteri şikâyetleri ve/veya geri dönen ürün miktarı azalmıştır	%20,13	.839
2	Son birkaç yılda tüm paydaşlar ile (örn. sivil toplum kuruluşları, çalışanlar, müşteriler) ilişkilerde anlamlı gelişmeler yaşanmıştır.		.802
3	Son birkaç yılda müşterimizin gözünde imajımız artmıştır.		.708
Md. No.	3'üncü Faktör: Çevresel Sürdürülebilirlik	Açıklanan Varyans	Faktör Yükleri
1	Son birkaç yılda işletmenin çevresel konumunda olumlu gelişme yaşanmıştır.	%15,00	.817
2	Son birkaç yılda zararlı kimyasalların kullanımı azalmıştır.		.805
Toplam Açıklanan Varyans		%62,01	
KMO = 0.72; $\chi^2(45) = 891,39$; Bartlett Küresellik Testi (p) = 0.000			

Bu bulgulara göre; kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinin 10 maddeden oluştuğu ve üç faktörlü bir yapıda olduğu, faktörlerin toplam varyansın %62,01'ini açıkladığı ve maddelerin faktör yüklerinin 0,5'in üzerinde olduğu saptanmıştır. Tablo 7'deki 0,542; ile 0,839; arası olan faktör yüklerini iyi (0,50-0,60 arası) ve mükemmel (0,70 ve üzeri) olarak yorumlamak mümkündür (Gürbüz ve Şahin, 2018).

4. Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Çalışmanın bu kısmında, hipotez testleri ve hipotezleri test etmek amacı ile kullanılan hiyerarşik regresyon analizi sonuçlarına dair bulgulara yer verilmiştir. Regresyon analizinin birinci adımında bağımlı değişken olarak ele alınan kurumsal sürdürülebilirlik boyutları üzerinde etkisi olabileceği düşünülen; çalışan sayısı, firmanın faaliyet yılı ve yıllık satış hasılatı değişkenleri kontrol altına alınmıştır.

Tablo 8’de inovasyon stratejileri boyutlarının, kurumsal sürdürülebilirlik boyutları üzerine etkisini gösteren hiyerarşik regresyon analizinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 8: İnovasyon Stratejileri Boyutlarının, Sosyal Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi

Değişkenler	İnovasyon Stratejileri-Sosyal Sürdürülebilirlik			
	Model-1		Model-2	
	β	S.H.	β	S.H.
İşletmede çalışan sayısı	.026	.024	.022	.024
Firmanın faaliyet yılı	-.042	.043	-.053	.042
Yıllık satış hasılatı	-.052	.048	.021	.048
Keşifsel inovasyon	-	-	.336***	.081
Artımsal inovasyon	-	-	-.087	.094
R^2	0,004		0,074	
ΔR^2	0,004		0,070***	
Değişkenler	İnovasyon Stratejileri -Ekonomik Sürdürülebilirlik			
	Model-1		Model-2	
	β	S.H.	B	S.H.
İşletmede çalışan sayısı	.070	.030	.064	.030
Firmanın faaliyet yılı	-.064	.053	-.072	.052
Yıllık satış hasılatı	-.120	.059	-.061	.059
Keşifsel inovasyon	-	-	.291***	.100
Artımsal inovasyon	-	-	-.098	.117
R^2	0,016		0,063	
ΔR^2	0,016		0,047**	
Değişkenler	İnovasyon Stratejileri-Çevresel Sürdürülebilirlik			
	Model-1		Model-2	
	B	S.H.	B	S.H.
İşletmede çalışan sayısı	.058	.022	.083	.019
Firmanın faaliyet yılı	-.032	.039	-.064	.034
Yıllık satış hasılatı	-.176**	.044	-.052	.039
Keşifsel inovasyon	-	-	.400***	.066
Artımsal inovasyon	-	-	.154*	.077
R^2	0,026		0,285	
ΔR^2	0,026*		0,259***	

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$; S.H.: Standart Hata. Standardize edilmiş beta katsayıları (β) raporlanmıştır.

Tablo 8’de görüldüğü üzere analize kontrol değişkeni olarak eklenen değişkenlerden yalnızca yıllık satış hasılatının ($\beta = -0,176$; $p < .01$), çevresel sürdürülebilirlik üzerinde olumsuz yönde anlamlı etkisinin olduğu saptanmıştır (Model-1). Buna karşın çalışan sayısı, firmanın faaliyet yılı ve yıllık satış hasılatının ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik üzerinde göstermiş oldukları etkinin anlamlı olmadığı belirlenmiştir. İkinci modelde, inovasyon stratejileri boyutları regresyon analizine eklendiğinde, sosyal sürdürülebilirlik üzerindeki değişimin yaklaşık % 7’si, ekonomik sürdürülebilirlik üzerindeki değişimin yaklaşık % 6’sı ve çevresel sürdürülebilirlik üzerindeki değişimin yaklaşık % 28’i açıklanabilmiştir. İnovasyon stratejileri boyutlarından keşifsel inovasyonun sosyal sürdürülebilirliği ($\beta = 0,336$; $p < .05$), ekonomik sürdürülebilirliği ($\beta = 0,291$; $p < .01$) ve çevresel sürdürülebilirliği ($\beta = 0,400$; $p < .01$) olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği, düzeltilmiş beta değerlerinden anlaşılmaktadır. Artırımsal inovasyonun ise, sosyal sürdürülebilirlik ve ekonomik sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir. Buna karşın artırımsal inovasyonun ($\beta = 0,154$; $p < .05$), çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği, düzeltilmiş beta değerlerinden anlaşılmaktadır.

Hiyerarşik regresyon analiz sonuçlarına göre hipotezlerin desteklenip desteklenmemeye durumları aşağıda Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9: Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez No	Hipotez	Hipotez Testi Sonuçları
H _{1a}	Keşifsel inovasyon sosyal sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.	Desteklendi
H _{1b}	Artırımsal inovasyon sosyal sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.	Desteklenmedi
H _{2a}	Keşifsel inovasyon ekonomik sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.	Desteklendi
H _{2b}	Artırımsal inovasyon ekonomik sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.	Desteklenmedi
H _{3a}	Keşifsel inovasyon çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.	Desteklendi
H _{3b}	Artırımsal inovasyon çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkiler.	Desteklendi

Araştırmanın ilk adımında analize kontrol değişkeni olarak dâhil edilen değişkenlerin, kurumsal sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı belirlenmiştir. Buna göre firmanın yıllık satış hasılatı, çalışan sayısı ve faaliyet yılı değişkenlerinin sosyal sürdürülebilirlik ve ekonomik sürdürülebilirlik üzerinde bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte yalnızca yıllık satış hasılatının

çevresel sürdürülebilirlik üzerinde olumsuz yönde anlamlı etkisinin olduğu görülmüştür. Bu durum yıllık satış hasılatı arttıkça firmaların çevresel sürdürülebilirlik performansının düştüğünü göstermektedir. Şahin ve Çankaya (2018) tarafından yapılan çalışmada, KOBİ ve büyük ölçekli işletmelere ait sürdürülebilirlik raporları karşılaştırılmış ve açıklamalarının işletmelerin büyüklüklerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Büyük ölçekli işletmelerin sürdürülebilirlik raporlarında KOBİ sürdürülebilirlik raporlarına oranla daha fazla açıklamanın yapıldığı görülmüştür.

Araştırmada ele alınan her iki inovasyon stratejisinin (keşifsel inovasyon ve artırimsal inovasyon) çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Benzer şekilde Aslan (2018) araştırmasında, çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik ile keşifsel inovasyon stratejileri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Aynı çalışmada ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik ile artırimsal inovasyon arasında pozitif bir ilişki; çevresel sürdürülebilirlik arasında negatif bir ilişki rapor edilmiştir. Buna karşın bu çalışmada, artırimsal inovasyonun yalnızca çevresel sürdürülebilirliği olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. Artırimsal inovasyonun sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Bu durumun aksine (Can, 2014; Li vd., 2010) tarafından yapılan çalışmada hem keşifsel inovasyon hem de artırimsal inovasyon stratejilerinin firmanın ekonomik performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Ledwith ve O'Dwyer (2009) tarafından yapılan çalışmada yeni ürün performansının örgütsel performans üzerinde doğrudan etkisinin olduğu raporlanmıştır. Ayrıca (Çakıcı, Çalhan ve Karamustafa, 2016) tarafından yapılan çalışmada ürün inovasyonunun sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü olumlu ve anlamlı şekilde etkilediği ortaya konulmuştur. Luo ve Du (2015) tarafından yapılan çalışmada ise firma inovasyonu ile kurumsal sosyal sorumluluk arasında olumlu yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yakın zamanda yapılan bir başka çalışmada (Pedersen, Gwozdz ve Hvass, 2018) ise inovatif iş modellerine sahip şirketlerin kurumsal sürdürülebilirliği artırma olasılıklarının daha yüksek olduğu raporlanmıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın bulguları, benzer konuda daha önce yapılan çalışmaların sonuçları ile tutarlılık göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yenilik firmaların rekabet edebilirliğini geliştirmek veya sürdürmek için önemli bir itici güçtür. Diğer bir çok sektörde olduğu gibi mobilya sektöründe de yenilik; ürünlerin, üretim süreçlerinin, pazar araştırmasının, müşteriye elde tutmanın, ortaklar ile ilişkilerin, karlılığın ve rekabet gücünün iyileştirilmesi açısından önemlidir. Teknolojinin hızla geliştiği günümüzde mobilya firmalarının gelişebilmesi için de muazzam fırsatlar ortaya çıkmıştır. Bu süreçte firmaları bir adım ileriye taşıyacak en önemli şey inovasyon süreçlerinin iyi yönetilmesidir.

İnovasyon işletmelerde kurumsal sürdürülebilirliğin geliştirilmesi için bir önceliktir. Keşifsel inovasyon ise sürdürülebilirliğin sağlanmasında inovasyon stratejileri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Bu inovasyon daha çok ürün tasarım

sürecinin ilk aşamasında görülmektedir. Bu tür stratejiyi benimseyen firmaların pazara sürekli yeni ürünler sunan, pazarda düzenli olarak yeni müşteriler arayan, yeni fırsatlardan ve pazarlardan sıklıkla yararlanan ve mevcut ürünlerde köklü değişimler yapabilen firmalar oldukları görülmektedir.

Araştırmada keşifsel inovasyonun sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Mobilya firmaları açısından düşünüldüğünde kurumsal sürdürülebilirlik, işletmelerin hedeflerine ulaşabilmesi ve yenilik faaliyetlerinde bir sonuç elde edebilmesi açısından ayrı bir öneme sahiptir. Firmalar kurumsal performanslarını artırmak ve firma ile ilgili değerlendirme yapabilmek için çok farklı yöntemler tercih ederler. Tercih edilen ve kullanılan bu yöntemlerden en etkilisini inovasyon oluşturmaktadır. Mobilya firmalarında yürütülen inovasyon stratejilerinin amacı kurumsal performansı arttırmaktır. Bu bağlamda yeni ürün tasarım sürecinde, mevcut ürünlerde köklü yenilikler yapılması, taklit edilmesi ve tasarlanması zor olan ürünler tercih edilmesi, rakipler tarafından kolaylıkla taklit edilemeyecek tarzda sonuç ortaya konulması, ürünlerini daha geniş bir yelpazede sunabilmesi adına yeni pazarlar bularak buralardan sıklıkla yararlanılması firmaların satışlarının ve kârlılığın artmasına katkıda bulunabilir.

Araştırmada kullanılan bir diğer strateji ise artırımsal inovasyon stratejisidir. Bu stratejiyi takip eden işletmeler keşifsel inovasyonun aksine ürün geliştirirken mevcut teknik bilgilerinden yararlanırlar. Ayrıca halen kullanmakta oldukları teknoloji ile yeni teknolojinin birleşimi olan teknolojik sistemleri tercih ederler. Bu firmaların pazardaki başarı şansı geliştirdikleri ürünlerin sayısına bağlıdır. Çalışmada artırımsal inovasyonun sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir. Özellikle mobilya sektöründe yenilik yapmanın önemli unsurlarından biri de müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır. Ürün tasarımlarını iyileştirme yoluna giden firmaların müşteri istek ve ihtiyaçlarını iyi analiz ederek müşteri memnuniyeti oluşturmaları gerekmektedir. Ayrıca Bu durumun işletmelerin sosyal performanslarının geliştirilmesinde önemli bir rol oynaması beklenir. Firmaların ekonomik performanslarını iyileştirmek için en uygun stratejiyi benimsemeleri gerekmektedir. Artırımsal stratejiyi benimseyen mobilya firmalarının ürün iyileştirme aşamalarında maliyetleri en aza indirerek ve özellikle tutundurma süreci iyi yönetilerek daha tedbirli davranmalarını beklenir. Çalışmada her iki inovasyon stratejisinin çevresel sürdürülebilirlik üzerinde olumlu etkisinin olduğu görülmüştür. Bu durum hem keşifsel inovasyonu hem de artırımsal inovasyonu tercih eden mobilya firmalarında çevrenin korunması ile ilgili yönetmeliklerin olumlu sonuçlar verdiği söylenebilir.

Bu araştırmanın bulguları Kayseri, Ankara ve Bursa (İnegöl)'daki mobilya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan 315 yönetici ile sınırlıdır. Bu nedenle araştırma bulgularının diğer sektörlerde genellemesinde dikkatli olunmalıdır. Bundan sonraki araştırmalarda farklı sektör ve iş kolları araştırmalara

konu edilerek daha genelleyici sonuçlar elde edilebilir. Araştırmada kullanılan inovasyon stratejileri ölçeğinde artırımsal ve keşifsel olmak üzere iki boyut kullanılmıştır. Yapılacak araştırmalarda inovasyon stratejilerinin diğer türleri de araştırmaya dahil edilebilir. Bu araştırmada kurumsal sürdürülebilirliği ölçmek amacıyla Türkçe'ye uyarlanan üç boyutlu ve 20 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Ancak yapılan DFA sonucunda söz konusu ölçeğin öngörülen faktöriyel yapısı veri ile doğrulanamamıştır. Bunun üzerine ölçeğin yapısını keşfetmek amacıyla KFA uygulanmış ve ölçeğin 10 maddeden oluştuğu ve üç faktörlü bir yapıda olduğu saptanmıştır. Ancak ölçeğin üçüncü boyutuna yalnızca iki maddenin yüklendiği tespit edilmiştir. Bundan sonraki araştırmalarda kurumsal sürdürülebilirlik ölçeğinin yeni keşfedilen yapısının başka örneklerde doğrulanmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksu, B. ve Akman, G. (2019). Eko-belirleyiciler ile sürdürülebilir performans faktörleri arasındaki ilişkilerde inovasyon stratejisinin moderatör etkisi. *International Marmara Sciences Congress*, 781-789.
- Alp, İ., Öztel A., ve Köse, M. S. (2015), Entropi tabanlı maut yöntemi ile kurumsal sürdürülebilirlik performansı ölçümü: Bir vaka çalışması, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(2), 65-82.
- Arbuckle, J. L. (2016). *IBM SPSS Amos 24 User's Guide* (2th Edition). Chicago: IBM Software Group.
- Aslan, İ. (2018). *Girişimcilik ve inovasyon stratejilerinin kobilerin sürdürülebilirliği ve performansına etkileri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Benner, M. J. ve Tushman, M. L. (2003). Exploitation, exploration and process management: the productivity dilemma revisited, *Academy of Management Review*, 28(2). 238-256. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.9416.096>
- Büyükkeklik, A., Toksarı, M., ve Bülbül, H. (2010). Çevresel duyarlılık ve yenilikçilik üzerine bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 373-393.
- Can, P. (2012). *Pazarlama süreçlerinin inovasyon stratejilerine etkisi üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Christofi, A., Christofi, P., ve Sisaye, S.(2012). Corporate sustainability: Historical development and reporting practices, *Management Research Review*, 35(2), 157-172. <https://doi.org/10.1108/0140917111195170>
- Coşkun, S. (2013). *Stratejik rekabet üstünlüğü sağlama aracı olarak inovasyon stratejileri: Kocaeli otel işletmeleri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çakıcı, C., Çalhan, H., ve Karamustafa, K. (2016). Yiyecek ve içecek işletmelerinde inovasyon ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ilişkisi, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 28-82.
- Dyllick, T. ve Hockerts, T. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability, *Business, Strategy and Environment*, 11 (1), 130-141. <https://doi.org/10.1002/bse.323>
- Ecevit Satı, Z. ve Işık, Ö. (2011). İnovasyon ve stratejik yönetim sinerjisi: stratejik inovasyon, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 538-559.

- Erciş, A. ve Can, P. (2013). Tedarik zinciri yönetiminin inovasyon stratejilerine etkisi üzerine bir araştırma, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 95-122.
- Forcadell, F.J., Aracil, E., ve Úbeda, F. (2019). The influence of innovation on corporate sustainability in the international banking industry, *Sustainability*, 11 (3210), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su11113210>
- Gallego Alvarez, I., Prado Lorenzo, J. M, ve Garcia Sanchez, I. (2011). Corporate social responsibility and innovation: A resource-based theory, *Management Decision*, 49(10), 1709-1727.
- Giller, K. E., Tittonell, P., Rufino, M. C., Van Wijk, M. T., Zingore, S., Mapfumo, P., Vanlauwe, B. (2011). Communicating complexity: Integrated assessment of trade-offs concerning soil fertility management within african farming systems to support innovation and development, *Agricultural Systems*, 104(2011), 191–203. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2010.07.002>
- Gençoğlu, Ü. G. ve Aytaç, A. (2016). Kurumsal sürdürülebilirlik açısından entegre raporlamanın önemi ve BIST uygulamaları, *Journal of Accounting & Finance*, (72), 51-66. <https://doi.org/10.25095/mufad.396719>
- Gürbüz, S. (2019a). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi* (1. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri - felsefe-yöntem-analiz* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürül, B. (2016). Kurumsal sürdürülebilirlik yaklaşımı bir örnek, *Proceedings of International Conference of Eurasian Economies*, 2016, 879-888. [10.25095/mufad.510443](https://doi.org/10.25095/mufad.510443)
- Hansen, E. G., Grosse-Dunker, F., ve Reichwald, R. (2009). Sustainability innovation cube a framework to evaluate sustainability-oriented innovations, *International Journal of Innovation Management*, 13(4), 683–713. <https://doi.org/10.1142/S1363919609002479>
- He, Z. ve Wong, P., (2009). Knowledge interaction with manufacturing clients and innovation of knowledge-intensive business services firms, *Innovation Management, Policy & Practice*, 11(3), 264-278. <https://doi.org/10.5172/impp.11.3.264>
- Hipp, C., Tether, B. S., ve Miles, I. (2000). The incidence and effects of innovation in services: Evidence from Germany, *International Journal of Innovation Management*, 4 (2), 417-453. <https://doi.org/10.1142/S1363919600000226>

- Işık, N. ve Kılınç, E. C. (2012). İnovasyon sistemi yaklaşımı ve inovasyonun coğrafyası: Türkiye örneği, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 7(1), 169-198.
- Jansen, J. J. P., Van den Bosh, F. A. J., ve Volberda, H. W. (2006). Exploratory innovation, exploitative innovation and performance: Effects of organizational antecedents and environmental moderators, *Management Science*, 52(11) 1661–1674. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1060.0576>
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modelin* (4th Edition). London: The Guilford Press.
- Kocmanova, A. ve Docekalova, M. (2011). Environmental, social and economic performance and sustainability in SMEs. Kocourek, A. Ortová, M. ve Myšáková, D. (Eds), *Proceedings of the 10th International Conference Liberec Economic Forum 2011* içinde (242-250. ss). Technical University of Liberec Studentská 2, Liberec, Czech Republic.
- Kuşat, Nurdan. (2012). Sürdürülebilir işletmeler için kurumsal sürdürülebilirlik ve içsel unsurları, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 227-242.
- Ledwith, A. ve O'dwyer, M. (2009). Market orientation, NPD performance and organizational performance in small firms, *Journal of Product Innovation Management*, 26(6), 652-661. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2009.00690.x>
- Lee, K. H.ve Min, B. (2015). Green R&D for eco-innovation and its impact on carbon emissions and firm performance, *Journal of Cleaner Production*, 108, 534-542.
- Lendel, V. ve Varmus, M. (2011). Creation and implementation of the innovation strategy in the enterprise, *Economics and Management*, 16, 819-825.
- Li, Y., Zhou, N., ve Si, T. (2010). Exploratory innovation, exploitative innovation and performance: Influence of business strategies and environment, *Nankai Business Review International*, 1(3), 297-316. <https://doi.org/10.1108/20408741011069223>
- Linnenluecke, M. K. ve Griffiths, A. (2010). Corporate sustainability and organizational culture, *Journal of World Business*, 45(4), 357-366.
- Lopez, M., Perez, M., ve Rodriguez, L. (2009). Corporate social responsibility and innovation in European companies. An empirical research, *Corporate Ownership and Control*, 7(1), 274-284.
- Luo, X. ve Du, S. (2015). Exploring the relationship between corporate social responsibility and firm innovation, *Marketing Letters*, 26, 703-714. DOI 10.1007/s11002-014-9302-5

- Mueller, V., Rosenbusch, N. ve Bausch, A. (2013). Success patterns of exploratory and exploitative innovation, *Journal Of Management*, 39(6), 1606–1636. DOI: 10.1177/0149206313484516
- Nidumolu, R., Prahalad., C. K., ve Rangaswami M. R. (2009). Why sustainability is now the key driver of innovation, *Harvard Business Review*, 87(9), 56–64.
- Once, S., Onay, A., ve Yesilçebi., G. (2015). Corporate sustainability reporting and situation in Turkey, *Journal of Economics Finance and Accounting*, 2(2), 230-25. DOI: 10.17261/Pressacademnia.2015211515
- Örücü, E., Kılıç, R., ve Savaş, A. (2011). KOBİ’lerde inovasyon stratejileri ve inovasyon yapmayı etkileyen faktörler: bir uygulama, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1), 58-73
- Özdamar, K. (2015). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi* (10. Baskı). Eskişehir: Nisan Kitapevi.
- Pedersen, E., Gwozd, W., ve Hvass, K. (2016). Exploring the relationship between business model innovation, corporate sustainability, and organisational values within the fashion industry, *Journal of Business Ethics*, 149, 267-284. DOI 10.1007/s10551-016-3044-7
- Phillimore, J. (2001). Schumpeter, schumacher and the greening of technology, *Technology Analysis and Strategic Management*, 13(1), 23–37. <https://doi.org/10.1080/09537320120040428>
- Ratajczak, P. ve Szutowski, D. (2016), Exploring the relationship between CSR and innovation, *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7 (2), 295-318. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-07-2015-0058>
- Sarıkaya, M., Erdoğan, M., ve Kara, F. Z. (2010). İnternet ekonomisi ve kurumsal sürdürülebilirlik, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 31-50.
- Szekely, F. ve Strebel, H. (2013). Incremental, radical and game-changing: strategic innovation for sustainability, *The International Journal and Business in Society*, 13(5), 467-481. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2013-0084>
- Şahin, Z. ve Çankaya, F. (2018). KOBİ’lerde sürdürülebilirlik raporlaması ve Türkiye örneği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(4), 117-132.
- Şeker, M. (2018). *Kurumsal sürdürülebilirlik performansının promethee yöntemiyle ölçülmesi: Tüpraş örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Thompson, B. (2008). *Foundations of behavioral statistics: An insight-based approach* (1th Edition). Newyork: Guilford Press.
- Wagner, M. (2010). Corporate social performance and innovation with high social benefits: A quantitative analysis, *Journal of Business Ethics*, 94, 581-594. DOI 10.1007/s10551-009-0339-y
- Wang, C., Rodan, S., Fruin, M., ve Xu, X. (2014). Knowledge networks, collaboration networks and exploratory innovation, *Academy of Management Journal*, 57(2), 484-514. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0917>
- Yıldız Çankaya, S. ve Sezen, B. (2015). Ekolojik yenilik ile sürdürülebilirlik performansı arasındaki ilişkide çevresel belirsizliğin moderatör etkisi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(24), 111-134.