

## İnovasyon Türleri Üzerine Bir Araştırma: Manisa İli İncelemesi

Mehmet Naci Efe<sup>1,2</sup>

### ÖZET

Girişimci özelliklere sahip olmak, bir firmayı inovasyona teşvik etmektedir. İnovasyon, bir şirket için yeni pazarlar açabilir. İnovatif ürün veya hizmeti piyasaya süren olarak ilk firma rakiplere göre önemli avantajlar sağlayabilir. İnovasyon, rekabette önde kalmak için önemli bir strateji olarak görülmekte, mikro ve makro olarak taşıdığı önem her geçen gün artmaktadır. Taşıdığı öneme karşın inovasyon konusunda kaleme alınan çalışmalar inovasyon türleri konusunda oldukça dağınık ve bazı durumlarda eksik özellikler gösterebilmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada mevcut literatürde yer alan ve önem taşıyan inovasyon türleri incelenmiş ve yukarıda izah edilen literatüre ilişkin boşluk doldurulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte; Manisa İli'nde OSB ve Teknokent aracılığı ile inovatif çalışmaların önünün açıldığı görülmüş ve il bazlı yapılan akademik çalışmalar incelenmiştir. Yapılmış olan çalışmanın amacı; inovasyon türlerini açıklamak, inovasyonun işletmelerin rekabet üstünlüğü üzerindeki etkisini ortaya koymak ve Manisa İli'ndeki inovasyon temelli hali hazırda yapılmış olan çalışmaları incelemektir.

**Anahtar Kelimeler:** İnovasyon, İnovasyon Türleri, Açık İnovasyon, Yönetim Stratejileri.

**JEL Sınıflandırması:** O30, O36.

## A Research on Innovation Types: Manisa Province Review

### ABSTRACT

Having entrepreneurial characteristics encourages a company to innovate. Innovation can open new markets for a company. The first company to launch an innovative product or service can gain significant advantages over competitors. Innovation is seen as an important strategy to stay ahead of the competition, and its micro and macro importance is increasing day by day. Despite its importance, the studies written on innovation can be quite scattered and in some cases incomplete in terms of innovation types. Accordingly, in this study, the important innovation types in the existing literature were examined and the gap in the literature explained above was tried to be filled. With this; It has been seen that the way for innovative studies has been opened in Manisa Province through OIZ and Technocity, and provincial-based academic studies have been examined. The purpose of the conducted study is; To explain the types of innovation, to reveal the impact of innovation on the competitive advantage of businesses, and to examine the current innovation-based studies in Manisa Province.

**Keywords:** Innovation, Innovation Types, Open Innovation, Management Strategies.

<sup>1</sup> mnaciefe@gmail.com

<sup>2</sup> Doç. Dr., İstanbul Beykent Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Orcid:0000-0001-7039-5659

*JEL Classification: O30, O36.*

## 1. GİRİŞ

Birçok çalışmada inovasyon olumlu etki ve değere sahip yeni fikirlerin, yöntemlerin, ürünlerin, hizmetlerin veya çözümlerin ortaya çıkarılması süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu süreç sonunda ortaya çıkan inovasyonlar sonuç olarak ekonomik katma değere dönüşmektedir. İnovasyon, günümüzde kuruluşların karşılaştığı en önemli ve en karmaşık konulardan biri olmakla birlikte organizasyonlar için başarının anahtarı konumundadır (Tohidi ve Jabbari, 2012).

İnovasyon genellikle teknoloji ile ilişkilendirilmesine karşın teknolojik gelişmelerle sınırlı değildir. İnovasyon problem çözüme, süreçler, organizasyonel uygulamalar veya iş modeli inovasyonlarına yönelik yeni yaklaşımları da kapsamaktadır. İnovasyon temel olarak merak, yaratıcılık ve iyileştirme arzusu gibi faktörlerin bir kombinasyonu tarafından yönlendirilmektedir. İnovasyon yeni fikirleri memnuniyetle karşılayan, değişimi benimseyen ve denemeyi teşvik eden bir bakış açısı gerektirmektedir. İnovasyon şirketlerin performansını iyileştirmeye, ekonomik büyümeye, sosyal ilerlemeye, yaşam kalitesinin artmasına ve sürdürülebilir kalkınmaya destek olmaktadır.

Taşıdığı büyük önemle birlikte inovasyon üzerine literatür önemli bir ivme kazanarak hızla gelişmektedir. Buna karşın, konu üzerine literatürün dağınık bir yapı gösterdiği de söylenebilir. Özellikle inovasyon türleri üzerine yapılan çalışmalar çoğu zaman birbirinden kopuk ve çoğu zaman eksik özellikler gösterebilmektedir. Bu araştırmanın temel amacı; farklı inovasyon tanımları için temel bir çerçeve sunabilmek ve Manisa İli özelinde yapılan faaliyetleri açıklamaktır.

Bu doğrultuda çalışma üç temel bölümde ilerlemektedir. İlk bölümde inovasyon ile ilgili genel tanımlara yer verilmektedir. İkinci bölümde ise inovasyonun mikro ve makro önemi anlatılmaktadır. Çalışmanın özünü oluşturan üçüncü bölümde ise birçok bilimsel yayının sistematik bir şekilde taranması suretiyle elde edilen inovasyon türleri ve bunlara ilişkin tanımlar genel hatlarıyla tanıtılmaya çalışılarak, Manisa İl’inde OSB tarafından yürütülen inovatif faaliyetler incelenmektedir.

## 2. İNOVASYON KAVRAMI

Joseph Schumpeter 1940’larda ekonomik dinamizm ve büyüme için bilgi ve inovasyonun taşıdığı önemi ifade etmiştir. Schumpeter aynı zamanda ekonomik kalkınmanın büyük ölçüde girişimciğe dayandığını da fark etmiştir. Bu süreçteki ana rol, sadece yönetici değil, aynı zamanda yeni ürün ve teknolojilerin tanıtılmasıyla ilgili tüm ticari ve finansal riskleri de üstlenen bir kişi olan girişimciye aittir. Bu sayede girişimci ekonomik ve sosyal kalkınma için hayati önem taşıyan inovatif bir süreci gerçekleştirmektedir (Bubanja ve Madzar, 2021).

Akademi, endüstri, hükümet ve hizmet sunumunda farklı alanlarda kullanılan önemli sayıda inovasyon tanımı mevcuttur (Taylor, 2017). Genel olarak, inovasyon kavramı oldukça karmaşık ve çok yönlüdür. Ancak buna rağmen bilimde inovasyonun genel kabul görmüş tanımı mevcut değildir (Kogabayev ve Maziliauskas, 2017: 62).

İnovasyon, yeni gereksinimleri, açıklanmamış ihtiyaçları veya mevcut pazar ihtiyaçlarını karşılayan daha iyi çözümlerin uygulanmasıdır. Bu, piyasaların, hükümetlerin ve toplumun kolayca erişebileceği daha etkili ürünler, süreçler, hizmetler, teknolojiler veya fikirler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. İnovasyon kavramı, orijinal ve sonuç olarak pazara veya topluma “sızan” yeni bir şey olarak tanımlanabilmekte ve genellikle bir şekilde önemli olan yeni olgularla ilişkilendirilmektedir (Saremi, 2015). Bu bağlamda inovasyonun önemli bir bileşeni de yaratıcı süreçtir (Taylor, 2017).

Ekonomik ve sosyal değişimin itici gücü olarak inovasyonun önemi arttıkça, doğası, rolü ve belirleyicileri de giderek daha fazla ilgi görmektedir. İnovasyon, piyasalar, girişimcilik, ağlar ve rekabetin yanı sıra beceriler ve organizasyonlar, yaratıcılık ve bilgi aktarımı gibi çok çeşitli faaliyet ve süreçleri kapsayan geniş bir kavram olarak görülmektedir (OECD, 2009).

İnovasyon, her gün farklı durumlarda gördüğümüz ortak bir kelimedir (Öberg, 2017). Herkema (2003) inovasyonun pazarlamanın gelişimine katkıda bulunacak yeni bilgiler üretmeyi amaçlayan bir süreç olduğunu belirtmektedir. İnovasyon, yeni fikirlerin bir firmanın ürünlerine, süreçlerine veya faaliyetlerinin diğer yönlerine uygulanması ve “değerin” artmasına yol açması olarak tanımlanabilir. Bu “değer”, firma için daha yüksek katma değeri içerecek ve aynı zamanda tüketicilere veya diğer firmalara fayda sağlayacak şekilde geniş bir şekilde tanımlanmaktadır (Greenhalgh ve Rogers, 2010).

Bilgi çağında yaratıcılık ekonomisine geçişin simgesi haline gelen inovasyon, yeni yaklaşımların, teknolojinin ve çalışma biçimlerinin gelişim süreci olarak görülmektedir. İnovasyonlar, iyi bir fikirle başlamakta; ama iyi bir fikirden daha fazlasıyla devam etmektedir. Aynı zamanda iyi olanı kullanılabilir hale getiren yaratıcı sürecin bütünü olarak görülmektedir. Tüm bunlarla birlikte; uzak hedeflere ulaşmak için yola çıkan bir süreç olarak da ifade edilmektedir (Şengün, 2016: 194-195).

Diğer yandan inovasyon süreci, problem/gereksinim analizinden başlayarak fikir üretmeye, değerlendirmeye/seçmeye, proje planlamaya, ürün geliştirme ve test etmeye ve son olarak ürün pazarlamaya kadar uzanan sistematik adımları kapsamaktadır. Bireysel adımlar birbiriyle örtüşebilir ve basitleştirilmiş bir inovasyon sürecini temsil eden farklı aşamalara ayrılabilir (Tiwari vd., 2007).

Şirketler artık inovasyon sürecini bir proje içinde veya bir proje etrafında sınırlayan bir yaklaşımı benimsediğinden, inovasyon projelerine yeni ürünler ortaya çıkarmak için sınırlı bir süre içinde süreci tamamlamaktadır. Özellikle üretim sürecinin netleşmesi için sınırlı bir zaman dilimi tahsis edilerek, inovatif faaliyetler tamamlanmaktadır. İnovatif şirketlerde

Ar-Ge, pazarlama, üretim ve satın alma gibi farklı birimler bir grup olarak etkin bir şekilde birlikte çalışabilmektedir (Temel vd., 2009).

### 3. İNOVASYONUN ÖNEMİ

İnovasyon şirketler için çok önemlidir. Çünkü ürünü rekabetten farklılaştırmanın temel yollarından biri inovasyondur. Fiyatta rekabet edilemediği durumda, işletmeyi diğerlerinden farklı kılmak için inovatif ürünlere ve fikirlere ihtiyaç olacaktır. İşletmedeki inovasyon, rakiplerin yaptığı inovasyon miktarına da bağlı olabilir. Yeni bir ürünle pazara ilk çıkmak, müşteri tabanı oluşturma açısından önemli bir avantaj sağlayabilir (Saremi, 2015).

İnovasyon literatürünün incelenmesi, inovasyonun sadece organizasyonu etkilemediğini, aynı zamanda iş tatmini, ürün kalitesi, performans, toplam kalite yönetimi, bilgi yönetimi, bilgi sisteminin benimsenmesi vb. gibi birçok organizasyonel kavramı da etkilediğini göstermektedir (Tohidi ve Jabbari, 2012).

Stenberg (2016) tarafından ifade edildiği üzere inovasyon, işler, kâr ve yaşam standardı arasında kuvvetli bir bağlantı vardır. İnovasyonu ilişkilendirmenin yaygın bir yolu yeni ürünler, materyaller, yeni süreçler, yeni hizmetler ve yeni organizasyonlar olarak görülmektedir.

Ekonomik büyüme teorisi, inovasyonun önemini doğrulamıştır. İnovasyon verimlilik artışının temel kaynağıdır. Aslında ekonomik büyümeye ilişkin literatür, teknik değişimin verimlilik artışına en büyük katkıyı sağladığını tespit etmiştir. Dolayısıyla yeni ve iyileştirilmiş ürünler ile verimliliği artıran yeni üretim yöntemlerinin yaratılması olarak tanımlanan inovasyon, ekonomik büyümenin itici gücü olmaktadır (Bouhajib vd., 2018).

İnovasyon, toplumun dünya çapında ilerlemesi için önemlidir. İnovatif ürünler yaşam standardını yükseltebilir ve insanlara yaşamlarını iyileştirme fırsatları sunabilir. Tıp ve teknolojiadaki atılımlar dünya çapında yaşam standartlarını önemli ölçüde iyileştirmektedir. İnovasyon aynı zamanda işletmelerin çalışma biçiminde de önemli gelişmelere yol açmış ve farklı pazarlar arasındaki boşlukları kapatmıştır (Saremi, 2015).

İnovasyonun firmaların ayakta kalabilmesi için vazgeçilmez bir unsur olduğunun anlaşıldığı zamanlardan bu yana, farklı bilim insanları bu kavramı; psikolojik, sosyolojik, organizasyon teorisi ve endüstriyel ekonomi gibi farklı bakış açılarından ele almaktadır (Tohidi ve Jabbari, 2012).

İşyerinde inovasyon kritik öneme sahiptir. İnovasyon işletmelere pazarlara daha hızlı erişimde avantaj ve yeni pazarlarla daha güçlü bir bağlantı sağlamaktadır. Bu da özellikle gelişmiş ülkelerde daha fazla potansiyele yol açabilir. İnovasyonun yardımıyla, mucitlere risk alma ve işleri tamamlama konusunda proaktif, kendinden emin bir tutum kazandıran orijinal fikirler üretilebilir (Dagan vd., 2021).

İnovasyon, modern işletmenin büyümesi, hayatta kalması ve canlılığı için gereklidir; Ar-Ge, inovasyonun en önemli kaynaklarından biridir. Başarılı bir Ar-Ge faaliyeti hem

firmaya hem de tüketiciye fayda sağlayacaktır. Yapılan Ar-Ge faaliyetinin kalitesi, inovasyonun başarısı ile pozitif yönde ilişkilendirilmektedir (Mircevska, 2015).

Pazarın sürekli değişen temposu ve sıkı rekabetle birlikte işletmelerin inovasyon yapma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle işletme sahiplerinin pazar trendine ayak uydurabilmeleri için inovasyona öncelik vermeleri önemlidir. İnovasyon, bir işletmenin daha karlı ve uygun maliyetli olmasını sağlamaktadır. Rekabetçi bir pazarda kendi kimliğine sahip olabilmek için inovasyon yapmak çok önemlidir (Dagan vd., 2021).

Bubanja ve Madzar' e (2021) göre; bilgi ve teknolojik ilerleme, inovasyonun ve sürdürülebilirliğin temelini oluşturmaktadır. Bu da ekonomik büyüme ve iş rekabeti açısından bazı faydalar sağlamaktadır. Bir şirketin ekonomik gelişimi, iş geliştirme süreçlerinde mikro düzeyde analiz edildiğinde, işini geliştirmek amacıyla üstlendiği tüm finansal ve ticari faaliyetleri içermektedir. Daha spesifik olarak, inovasyonlar, çağdaş organizasyonların değişimlerini ve rekabetçiliğini yönetmede üç temel faktörün tetiklenmesini gerektiren önemli bir rol oynamaktadır: a) değişen organizasyon yapısı b) teknoloji gelişimi ve c) insan kaynakları gelişimi. Bu şekilde inovasyonlar, gelişmeyi, ilerlemeyi ve modern organizasyonların değişen küresel çevreye uyum sağlama sürecini teşvik etmektedirler.

İnovasyon yeni bir pazarın kapılarını açabileceği için işletmeler açısından çok önemli bir itici güç olarak görülmektedir. Bu durum pazarlama boyutu olarak algılanmakta ve ürünlerin sorunsuz pazarlanmasının sağlanmasına yönelik çabalarla ilişkilendirilmektedir. Bu kapsamda, çalışanlar ve yönetim açısından inovasyonun, daha iyi pazarlama seçeneklerine dönüşmesi ve daha iyi satış oranlarını elde etmesi beklenmektedir. Organizasyonel inovasyon; malzeme, ekipman ve diğer çeşitli girdiler gibi alternatif tedarik kaynaklarının geliştirilmesiyle sonuçlanabilmektedir. Son olarak inovasyon, endüstriyel yapılarda ve organizasyonel yapıda temel dönüşümlerle sonuçlanmaktadır (Alharbi vd., 2019).

İnovasyonun yayılma süreci ise; dört ana faktörle doğrudan bağlantılı olarak görülmektedir. Bunlar: inovasyonun özellikleri, iletişim kanalları, sosyal sistem ve zaman faktörü olarak ifade edilmektedir. Bazı yeni teknolojilerin farklı ülkelerde farklı yayılma modellerini takip ettiği tespit edilmiştir. Gelişmiş ekonomileri geliştirmekte olan ekonomilerle karşılaştığımızda bu gerçek açıkça görülmektedir. İkinci gruptaki ülkelerde inovasyonun daha düşük yayılma oranlarına sahip olduğu ifade edilmektedir (Drenta ve Lobontiu, 2016: 576).

#### **4. İNOVASYON TÜRLERİ**

Bu bölümde inovasyon türleri ile ilgili literatür ve teorik perspektifler detaylı olarak incelenecektir.

**Ürün İnovasyonu:** Ürün inovasyonu, firmanın önceki mal veya hizmetlerinden önemli ölçüde farklı olan ve piyasaya sunulan yeni veya geliştirilmiş bir mal veya hizmettir (OECD, 2018). Ürün inovasyonu yeni bir ürünün piyasaya sürülmesi veya mevcut bir

üründe önemli niteliksel bir değişiklik yapılması olarak tanımlanmaktadır. Ürün inovasyonları, somut üretilmiş mallar, soyut hizmetler veya bu ikisinin birleşimi olabilir. İnsanların yaşama ve çalışma biçimleri üzerinde çok önemli etkisi olan son zamanlardaki somut ürün inovasyonlarına örnek olarak kişisel bilgisayarlar, cep telefonları ve mikrodalga fırınlar gösterilebilir. Bu tür fiziksel ekipmanı tamamlayan maddi olmayan ürünler arasında, bu cihazlar aracılığıyla bilgi akışını kontrol etmek için gereken, bilginin dağıtımına, iletişim hizmetlerinin sağlanmasına veya doğru şekilde ısıtılan bir akşam yemeğinin gelmesine yol açan çeşitli bilgisayar yazılımı parçaları yer almaktadır (Greenhalgh ve Rogers, 2010).

**Süreç İnovasyonu:** Süreç inovasyonu mal ve hizmetlerin üretimi veya dağıtımı için yeni bir sürecin başlatılması olarak tanımlanmaktadır (Greenhalgh ve Rogers, 2010). Süreç inovasyonu, yeni üretim veya lojistik yöntemlerini içermektedir. Bu, tekniklerdeki, ekipmandaki veya yazılımdaki tüm değişiklikleri kapsamaktadır (Svebis ve Varga, 2017).

**Hizmet İnovasyonu:** Hizmet inovasyonu, yeni hizmetlerin sunulması veya mevcut hizmetlerin kademeli olarak iyileştirilmesi de dahil olmak üzere, hizmetlerin çeşitli bağlamlarında gerçekleşen inovasyonlara atıfta bulunan bir terim olarak tanımlanmaktadır (Durst vd., 2015). Hizmet inovasyonu, uygulamaya konulan ve onu geliştiren kuruluşa fayda sağlayan yeni bir hizmet veya mevcut bir hizmetin yenilenmesi olarak görülmektedir. Fayda genellikle yenilemenin müşterilere sağladığı katma değerden kaynaklanmaktadır (Toivonen ve Tuominen, 2009; Witell vd., 2016). Hizmet inovasyonunun hizmet sektöründe gerçekleştiği ancak bu durum mutlak olmadığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, yeni ve geliştirilmiş hizmetler, tedarik portföylerini katma değerli hizmetlerle genişletmeyi amaçlayan imalat firmaları gibi hizmet dışı sektörler tarafından da sağlanabilmektedir. Benzer şekilde, hizmet inovasyonu da doğası gereği bir “ürün”den farklı görülmekte, zira genellikle ürün inovasyonlarının somut doğasından yoksun olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Durst vd., 2015).

**Teknolojik İnovasyon:** Teknolojik İnovasyon, üretim alanındaki yaşam standardını iyileştirerek daha iyi bir yaşam tarzı sağlayan teknoloji çözümlerini iyileştirecek yeni düşünceler, öğeler, yönetimler ve prosedürler geliştirmeyi ifade etmektedir. İnovasyonların, vasıflı işgücünün, iş faaliyetlerinin, önemli Ar-Ge yoğunluğunun ve bilim dünyasındaki en önemli mükemmeliyet merkezleriyle bağlantıların sonucu olduğu kabul edilmektedir (Fayomi vd., 2019). Coccia' e (2021) göre; teknolojik inovasyon, birden fazla varlıktan veya teknoloji alt sisteminden oluşan karmaşık bir sistem ve belirli hedeflere ulaşmak için sistemdeki her bir varlık ile en az bir diğer varlık arasında var olan bir ilişki olarak tanımlanabilecek teknoloji ile desteklenmektedir.

**Radikal İnovasyon:** Radikal (yaratıcı) inovasyonlar, yalnızca üretkenliğe doğrudan katkıları nedeniyle değil, aynı zamanda daha fazla inovasyonun bunların üzerine inşa edilebilmesi nedeniyle ekonomik büyümede önemli bir rol oynamaktadır (Acemoglu vd., 2022). Radikal inovasyonlar, müteakip önemli teknolojik gelişmeleri teşvik etmektedir. Bu nedenle, radikal inovasyonlar sıklıkla yeni teknolojik sistemlerin, sektörlerin veya alanların

temelini oluşturmakta, şans ya da deha yoluyla önemli kavramsal atılımlar içermektedir (Kasmire vd., 2012). Buhar motorları, içten yanmalı motorlar, elektrikli aletler, mikroişlemciler ve internetteki gelişmelerin tümü bu bağlamdaki gelişmeler olarak düşünülmektedir (Greenhalgh ve Rogers, 2010).

**Artımsal İnovasyon:** Artımsal inovasyon, bir kuruluşun mevcut konseptlerinin, ürünlerinin veya hizmetlerinin kademeli olarak tasarlanması ve sürekli iyileştirilmesidir. Artımsal inovasyonda yeni teknolojiler nadiren kullanılmaktadır. Ürün yelpazesini genişletme, maliyet düşürme ve yeni nesil ürünler gibi özellikler aracılığıyla kusurları ortadan kaldırmaya ve performansı kademeli olarak artırmaya odaklanılmaktadır (Zhang, 2022). Artımsal inovasyon ile radikal inovasyonun karşılaştırılması yapıldığında arasındaki farklar şu şekilde belirtilmektedir: Artımsal inovasyon, mevcut bir süreç veya üründe küçük bir değişiklik yapmaktadır. Radikal inovasyon ise; geniş bir uygulama yelpazesine tamamen yeni bir üretim süreci tipini ortaya çıkarmakta ve bir inovatif ürün türünün ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Greenhalgh ve Rogers, 2010).

**Organizasyonel/Yönetimsel İnovasyon:** Organizasyonel, idari ve yönetsel inovasyonlar olarak da adlandırılan bu inovasyon, teknolojiye dayalı ürün ve süreç inovasyonlarının aksine kavramsallaştırılan ve yeni organizasyon yapıları, idari sistemler ve yönetim uygulamalarıyla ilgili olan teknolojik olmayan inovasyonlar olarak ifade edilmektedir (Damanpour, 2014). Organizasyonel inovasyonlar firmanın iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanması olarak görülmektedir (iş organizasyonundaki değişiklikler; iş iyileştirme yapan ekiplerin oluşturulması, kalite standartlarının getirilmesi vb.) (Mircevska, 2015). Nguyen'e (2021) göre; organizasyonel inovasyon, yeni yönetim fikirlerinin, uygulamalarının, araçlarının veya yapılarının bir kuruluşta benimsenmesi olarak belirtilmektedir (Alharbi vd., 2019).

**Pazarlama İnovasyonu:** Pazarlama inovasyonu; ürün tasarımında veya ambalajlamada, ürün yerleştirmede, ürün tanıtımında veya fiyatlandırmada önemli değişiklikleri içeren yeni bir pazarlama yönteminin uygulanması olarak karşımıza çıkmaktadır (Mircevska, 2015). Svebis ve Varga (2017)'deki tanımda ise; "pazarlama inovasyonu, ürün planlamasında veya ambalajlanmasında, ayrıca yeni ürünlerin pazara sunulmasında ve hatta malların reklamında ve fiyatlandırılmasında önemli değişiklikler getiren yeni pazarlama yöntemlerinin kullanılması" olarak ifade edilmektedir.

**Mimari İnovasyon:** İnovasyon bilinmeyene doğru bir arayış olduğu düşünülmektedir. Genel olarak mimari inovasyonun tanımı, ya sistem bileşenlerinin temel konseptini geliştirmek amacıyla mevcut parçaların iyileştirilmesi ya da bileşenler arasındaki bağlantıların değiştirilmesidir (Henderson ve Clark, 1990). Bağlantı parçalarındaki değişime, yükseltmenin ilgili parçaları da eşlik etmektedir. Mimari inovasyon, sistem mimarisini doğrudan değiştirmek yerine parçanın verimliliğinin artırılması daha fazla endişe kaynağı olduğunda ortaya çıkmaktadır (Han, 2017). Mimari inovasyon, yeni ürün veya hizmetlerin, yeni pazarlar ve/veya bu ürünü daha önce satın almamış yeni tüketiciler yaratmak için mevcut teknolojiyi kullanması durumunda ortaya çıkmaktadır. Örneğin;

akıllı saat, mevcut cep telefonu teknolojisini kullanmaktadır ve bir saat olarak yeniden şekillendirilebilmektedir. Bu durum, mevcut bir teknolojiyi yeniden paketleyerek yeni bir alıcı pazarı açmaktadır (Kennedy, 2020).

**Sosyal İnovasyon:** Sosyal bir ihtiyacı karşılama hedefiyle motive edilen ve ağırlıklı olarak temel amaçları sosyal hizmet olan kuruluşlar aracılığıyla geliştirilen ve yayılan inovatif faaliyet ve hizmetler sosyal inovasyondur. Sosyal inovasyon, sosyal hedeflere ulaşmada işe yarayan yeni fikirleri ifade etmektedir. Bu şekilde tanımlandığında terimin potansiyel olarak cep telefonu mesajlarını kullanmanın yeni yollarına, yeni yaşam tarzlarından yeni ürün ve hizmetlere kadar çok geniş sınırları vardır (Mulgan vd., 2007). Diğer yandan, sosyal inovasyon bireylerin, grupların veya toplulukların karşılaştığı sosyal sorunları çözmek için yeni fikirlerin icat edilmesi, geliştirilmesi ve uygulanmasıdır (Oeij vd., 2019).

**Çığır Açan İnovasyon:** Adından da anlaşılacağı gibi, çığır açan inovasyonlar, artımsal olanlardan farklı olarak, şirket için en azından yeni bir pazar açma, kesinlikle duyulmamış bir müşteri arzusunun tatmin etme, tamamen yeni bir değer akışını başlatma veya en iyi ihtimalle şirket için yeni bir pazar açma gücüne sahiptir. Ancak burada önemli bir nokta bulunmaktadır. Çığır açıcı inovasyon kulağa ilgi çekici bir kavram olmasına karşın bazı alanlarda bunu başarmanın çok zor olduğu düşünülmektedir (Soni, 2007). Çığır açan inovasyonlar, rekabetin temellerini değiştirebilmekte, bir sektörün “kurallarını yeniden yazabilmekte” ve başarılı inovatörlerin beklentilerini dönüştürebilmektedir (Francis vd., 2015). Çığır açan inovasyon teknolojik süreksizlik çağında ortaya çıkmakla birlikte ürünün teknolojik yörüngesine spesifiktir (Rakic, 2020).

**Dijital İnovasyon:** Dijital teknolojiler günümüzün çağdaş ekonomilerinde inovasyonun önemli bir itici gücü haline gelmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki inovasyonlar, bilgi ve iletişim teknolojileri sektörünün ekonomik kalkınmanın motoru olmasını, yeni işler yaratmasını, tüm endüstri ve sektörlerde daha ucuz ve daha karlı işler sunmasını sağlayan bir ön koşul olarak görülmektedir (Bubanja ve Madzar, 2021). Dijital inovasyon “dijital teknolojilerin mümkün kıldığı ve yeni dijitalleşme biçimlerinin yaratılmasına yol açan bir inovasyon” olarak tanımlanmaktadır. Dijitalleşme ile daha önce dijital olmayan eserler veya ilişkiler tarafından aracılık edilen mevcut sosyo-teknik yapıların, yeni dijital yeteneklerle dijitalleştirilmiş eserler ve ilişkiler tarafından aracılık edilen yapılara dönüştürülmesini kastedilmektedir (Yoo vd., 2010).

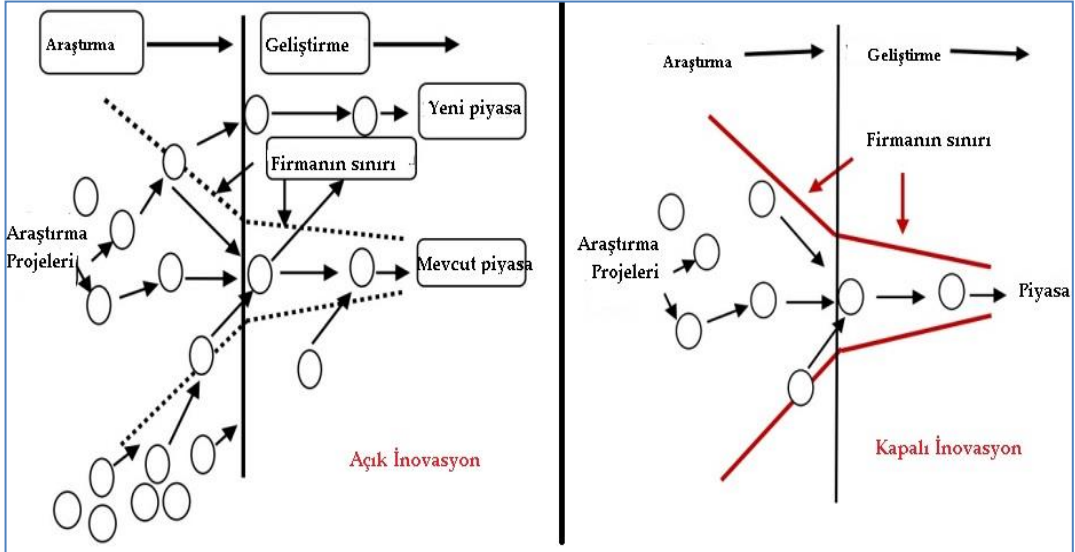
**Sonuç Odaklı İnovasyon:** Sonuç odaklı inovasyon, insanların işleri bitirmek için ürün ve hizmet satın aldığı teorisi etrafında inşa edilmiş bir strateji ve inovasyon süreci olarak ele alınmaktadır. Bir şirketin değer yaratma faaliyetlerini müşteri tanımlı ölçümlere bağlamaktadır ve bu alanda gerçekten devrim niteliğinde bir kavram olduğu söylenmektedir (Ulwick, 2013). Sonuç odaklı inovasyon çerçevesi, inovasyon fırsatı ile yeterince karşılanmayan ihtiyaç arasındaki bağlantı etrafında yapılandırılmaktadır. İhtiyaçlar stratejik olarak müşterilerin faaliyetleriyle ve bunların önem ve memnuniyetleriyle ilişkilendirilmektedir. İnovasyon yaratmak için en iyi fırsatın, müşteri



için ihtiyacın çok önemli olduğu ve pazardaki ürün veya hizmetlerden tatmin olunmadığı zaman olduğu düşünülmektedir (Gribaudo vd., 2015).

**Açık İnovasyon:** Açık inovasyon kavramı birçok uygulayıcıya Ar-Ge'nin doğası hakkında konuşmak için yeni bir dil kazandırmış ve Ar-Ge'nin baskın mantığının içsel keşiften dış katılıma doğru kaydırılmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda bu araştırmacıların inovasyon üretmek ve ticarileştirmek için bir dizi yeni modeli denemeleri konusunda cesaretlendirilmesine de katkı sağlamaktadır (West vd., 2014). Açık inovasyon, sırasıyla iç inovasyonu hızlandırmak ve inovasyonun harici kullanımına yönelik pazarları genişletmek amaçlı bilgi giriş ve çıkışlarının kullanılmasıdır. Bu paradigma, firmaların teknolojilerini ilerletmeye çalışırken, iç fikirlerin yanı sıra dış fikirleri ve pazara giden iç ve dış yolları da kullanabileceğini ve kullanması gerektiğini varsaymaktadır (Orlova, 2019). Şekil 1'de Açık ve Kapalı inovasyona ilişkin görsel paylaşılmaktadır.

**Şekil 1.** Açık ve Kapalı İnovasyon



**Kaynak:** Aichouche, K., & Bousalem, R. (2016). Open Innovation: A New Mechanism for Adoption of Organizational Innovation From Algerian Companies. *International Journal of Innovation*, 4(2), 11-22.

**İş Modeli İnovasyonu:** Araştırmacılar arasında bir iş modelinin ne olduğu konusundaki anlaşmazlık, iş modeli inovasyonunu kavramsallaştırmayı karmaşık hale getirmektedir. Uygulayıcıların ve birçok araştırmacının, yeni bir rekabet avantajı kaynağı olarak iş modeli inovasyonunun stratejik önemi konusunda hemfikir oldukları görülmektedir (Foss ve Saebi, 2015). İş modeli inovasyonu, firmaların değer teklifini tanımlamanın, müşteriler, tedarikçiler ve ortaklar için değer yaratmanın ve elde etmenin yeni yollarını keşfettiği organizasyonel bir inovasyondur (Ramdani vd., 2019). İş modeli inovasyonu, bir kuruluşun

tüketicileri ve mevcut durumla ilişkili olarak başka bir iş modeline geçmesine olanak tanımaktadır. İş modeli inovasyonu, bir kuruluşun pazarda rekabet etmesini mümkün kılmakta ve kuruluşun, iş endüstrisindeki mevcut ve yeni gelenler tarafından yerinden edilmesini önlemektedir (Dagan vd., 2021).

**Sürdürülebilir/Yeşil İnovasyon:** Son zamanlarda şirketler sürdürülebilirliği inovasyonun sınırı olarak görmeye başlamıştır. Aslında giderek daha fazla şirket sürdürülebilirliğe odaklanmakta ve bu da onları ürünleri, teknolojileri, süreçleri ve iş modellerini yeniden düşünmeye zorlamaktadır (Alderin ve Do, 2016). Sürdürülebilir inovasyon, sürdürülebilirlik hususlarının (çevresel, sosyal, finansal) fikir üretiminden Ar-Ge ve ticarileştirmeye kadar şirket sistemlerine entegre edildiği bir süreç olarak belirtilmektedir. Bunun; ürünler, hizmetler ve teknolojilerin yanı sıra yeni iş ve organizasyon modelleri için de geçerli olduğu belirtilmektedir (Charter ve Clark, 2017). Küçük farklılıklar olmasına rağmen, mevcut literatürde sıklıkla eşanlamli olarak sürdürülebilir inovasyon yerine kullanılan diğer bir kavram “yeşil inovasyon”dur (Chavira vd., 2023). Yeşil inovasyon, kirlilik gibi çevresel riskleri ve kaynak kullanımının (enerji gibi) olumsuz sonuçlarını azaltmak amacıyla yeni üretim ve teknolojilerin yaratılmasına katkıda bulunan bir süreç olarak tanımlanabilmektedir (Takalo vd., 2021).

**Yıkıcı İnovasyon:** Yıkıcı inovasyon, tamamen yeni olan, bir piyasa segmentini bozan veya üreten bir fikir, ürün veya hizmeti ifade etmektedir (Mookerjee ve Rao, 2021). Rahatsız edici inovasyon olarak da ifade edilen yıkıcı inovasyon alt düzey veya yeni pazar dayanaklarından kaynaklanmaktadır. Yıkıcı inovasyonlar, yerleşik şirketlerin gözden kaçırdığı iki tür pazarda başladığı için mümkün olmaktadır. Yerleşik şirketlerin genellikle en karlı ve talepkâr müşterilerine sürekli gelişen ürün ve hizmetleri sunmaya çalışması ve daha az talepkâr müşterilere daha az ilgi göstermesi durumu görülebilmektedir. Aslına bakılırsa, yerleşik şirketlerin teklifleri çoğu zaman ikincilerin performans gereksinimlerini aşmaktadır. Bu, ilk başta alt düzey müşterilere “yeterince iyi” bir ürün sağlamaya odaklanan bir yıkıcıya kapıyı açmaktadır (Christensen vd., 2013).

## 5. MANİSA İLİNDE İNOVASYON TEMELLİ ÇALIŞMALAR

Manisa ili; coğrafi konumu, farklı endüstriyel kollarda sahip olduğu altyapı, il bünyesinde bulunan organize sanayi bölgeleri ile verimliliği desteklemektedir. Ayrıca gerek üniversitenin kurmuş olduğu gerekse özel sektörün sahip olduğu Ar-Ge merkezleri aracılığıyla teknoloji geliştirme bölgesi olarak vasıflı emek gücüne de sahiptir. Diğer yandan, Manisa sanayi ve tarım endüstrisi aracılığı ile uluslararası piyasalara entegre olmuş bir şehirdir. Buna örnek olarak; elektronik ürünler, otomotiv yan sanayi, tarımsal ürün ihracatı, iklimlendirme endüstrisi ile teknoloji odaklı sektörler gösterilebilir (Çelik, 2017). Sarihan ve Tepeci (2017) tarafından yapılan çalışmada Manisa’da ihracat yapan kuruluşların inovasyon yeteneklerinin ihracat performansları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu açıdan Manisa’da ihracat yapan kuruluşlardan elde edilen veriler temelinde yapılan analizler, kuruluşların inovasyon yeteneklerinin ve ihracat performanslarının yüksek olduğunu göstermiştir. Diğer yandan, Yücel ve Özgül’ün (2020)

yapmış oldukları çalışmada; Manisa ve İzmir’de yer alan üniversiteler ve sanayi işbirliği sayesinde, sanayideki gelişmeler ele alınmış ve incelenmiştir. Yapılan inceleme sırasında Manisa ve İzmir’ de yer alan Ar-ge merkezlerindeki 21 yönetici ile görüşülmüş, derinlemesine mülakat tekniği uygulanmıştır. Söz konusu görüşmeler neticesinde, Üniversite-Sanayi İşbirliğinin, işletmelerin inovatif faaliyetlerini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Organize Sanayi Bölgelerinde (OSB) İnovasyon Merkezlerinin kurulmasının en önemli amacının, günümüzün bilgi ve teknoloji toplumunun yarattığı ihtiyaçlara yönelik hizmetler sunması olduğu düşünülmektedir. Buna bağlı olarak bilinen iş yapma pratiklerinin de geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Cansız, 2020). OSB’lerin, önümüzdeki yıllarda inovatif bir ekonomi yaratmadaki önemi görülmüş ve ekonomi içerisindeki yeni rollerinin geliştirilmesi için 11. Kalkınma Planı çerçevesinde ele alınmıştır. 2023 yılına dair Sanayi ve Teknoloji Stratejisinde, Organize Sanayi Bölgelerinde, İnovasyon Merkezlerinin yer almasının önemi görülerek, yeni inovasyon merkezlerinin kurulması planlanmıştır. Bu kapsamda “OSB’lerde Teknoloji Geliştirme Projesi” adı altında birçok paydaşı olan stratejiler geliştirilmiştir. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından finanse edilen, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı öncülüğüne, UNDP tarafından yürütülen bu projede Manisa Organize Sanayi Bölgesi (OSB) pilot uygulama yapılması planlanan bölgelerden ilki olarak karşımıza çıkmaktadır. Manisa Organize Sanayi Bölgesi (MOSB) bünyesinde yer alan, İnovasyon Merkezi’nin personeli seçilmiş ve seçiminin ardından MOSB İnovasyon Merkezi 23 Kasım 2020 tarihi ile itibarıyla ile görevine başlamıştır. Bu doğrultuda ilk iş olarak İnovasyon Merkezlerinin iş planı hazırlık süreci tamamlanmış ve çeşitli hazırlıkların ardından Manisa OSB İnovasyon Merkezi 2 Ocak 2021 tarihinde çalışmalarına başlamıştır (MOSB Yenilik Merkezi, 2024).

İnovasyon Merkezleri aracılığıyla, OSB’lerin inovasyona dayalı Türkiye ekonomisindeki rollerinin artacağı ifade edilmektedir. Manisa OSB’de kurulacak İnovasyon Merkezinin; kendi bölgesinde bulunan firmaların inovasyon, Ar-Ge, girişimcilik ve dijitalleşme gibi konulardaki sorunlarına çözüm bularak onları destekleyeceği, Türkiye’nin rekabet edebilirliğine hizmet edecek küresel ölçekte etkin bir sanayi ve teknoloji bölgesi oluşturacağı beklenmektedir (Cansız, 2020).

Konu ile ilgili olarak yapılan saha çalışmalarından elde edilen bulgulara göre, OSB’lerin firmaların verimliliğine olumlu etki yaptığı, OSB’lerin yatırım yeri olarak genel bir memnuniyet içinde olduğu ve yüksek prestij etkisi ile ön plana çıktığı sonucuna varılabilir. Diğer taraftan OSB’lerin kümelenmeye ve firmaların yenilikçiliğine etkin bir katkı sağladığını söylemenin mümkün olmadığı ifade edilmektedir (Cansız vd., 2019).

Cansız ve Şavlı (2022) yapmış oldukları çalışmalarında, Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nin inovatif dönüşümünü hızlandırmak adına kurulan “İnovasyon Merkezi” bir vaka olarak ele almış ve analiz etmiştir. Bu bağlamda kuramsal çerçeveden yola çıkarak organize sanayi bölgelerinin dönüşümüne ilişkin temel eksenler belirlenmeye çalışılmıştır.

Tüm bunlarla birlikte, Teknoloji Geliştirme Bölge ilanı çıktıktan sonra, Manisa Celal Bayar Üniversitesi tarafından kurulan Teknokent 2013 yılından beri birçok firmayı kuluçka merkezinde geliştirme ve destekleme misyonunu üstlenmiştir. Manisa’da yer alan irili ufaklı yazılım firmaları başta olmak üzere, Ar-Ge temelli mühendislik, makine-imalat, elektrik-elektronik ve endüstriyel işlem alanında da firmalar Teknopark bünyesinde yer almaktadır. Manisa’daki ekonomik faaliyetlerin önemli bir kısmını oluşturan, tarım endüstrisini destekleyen ve inovasyon geliştiren firmaların yer alması da dikkat çekicidir.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnovasyon; bir ürünün yaratılması, değiştirilmesinden ve pazara sunulması olarak tanımlanmaktadır. Tekerleğin icadından tıp ve teknolojiye kadar inovasyon, medeniyetlerin büyümesiyle paralel bir gelişme göstermektedir. İnovasyon kavramı iş dünyası için etkili çözümler sunmak ve müşterilerin ve genel olarak toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için gelişmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle inovasyonun uygulanması organizasyona rekabet karşısında avantaj sağlayabilir. Sürekli olarak yeni ortamlara ve tüketicilerin acil taleplerine uyum sağlamanın önemli olduğu, değişen bir dünyada yaşadığımız için bu, her zamankinden daha gerekli hale gelmektedir.

Her şirket inovasyon yapmak, pazarda öne çıkmak ve müşterilerine, çalışanlarına ve ortaklarına en iyisini sunmak doğrultusunda amaç gösterebilir. Bir sektör, segment veya marka inovasyon yapmaya karar verdiğinde, bu bir bütün olarak toplumun gelişimine katkıda bulunmaktadır. Ancak ticari bir organizasyon açısından en temel düzeyde bakıldığında, esas olarak süreçlerinde inovasyon yapan bir şirket, süreçleri düzenlemek, yaratıcılığı artırmak, karı yükseltmek, verimliliği iyileştirmek ve rekabeti artırmak gibi birçok avantaj elde etmektedir.

İnovasyon çalışmaları bağlamında inovasyonun sınıflandırılması, organizasyonun nerede inovasyon yaptığını (iş modelinde, nihai üründe, üretim sürecinde vb.) belirlediği için strateji ve süreç açısından önemlidir. Bu kavramı daha derinlemesine incelemek için mevcut ana inovasyon türlerini doğru analiz etmek büyük önem taşımaktadır. Bu konuda çalışmalarda bulunan OECD’nin temel kılavuzlarından biri olan Oslo İnovasyon El Kitabı (Oslo Manual), farklı inovasyon türlerini açıklamaktadır. Bu kılavuz, inovatif kabul edilen bilimsel ve teknolojik faaliyetlere yön vermekte ve bunları amaçlarına ve değişim derecelerine göre sınıflandırmaktadır. Buna karşın inovasyon alanındaki çalışmalar bu kılavuzun çok ötesine geçmiş durumdadır. Bu yaşanan gelişmeler ise inovasyona ilişkin olarak yeni geliştirilen kavramların ve teorik formülasyonların dönem dönem belirli çerçeveler altında toplanmasını ve sistematik hale getirilmesini gerektirmektedir.

Söz konusu inovasyon çalışmaları Manisa İli özelinde incelendiğinde yerel yazında yapılmış olan çalışmalara rastlanmaktadır. Manisa coğrafi konumu ile birlikte, vasıflı iş gücü ve OSB’ne yapılan yatırımlarla dikkat çekmektedir. İnovasyonun ihtiyaç duyduğu teknolojiye ulaşılabilirlik, alt yapı yeterliliği ve bilgiyi işleme-geliştirme yeteneği olan iş gücü ile Manisa’daki koşulların elverişli olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca yalnızca OSB değil Manisa TEKNOKENT projesi ile de inovatif gelişmelere olanak tanımaktadır.

Burada yer alan firmaların desteklenmesinin yanı sıra, verilen eğitimler ve yürütülen etkinliklerle inovasyonun ilin geneline yayılmasının planlandığı görülmüştür.

İşletmeler açısından inovasyonun önemi yadsınamaz derece önemli görülmektedir. Ancak işletmelere ve girişimcilere öneri olarak, özellikle Ar-Ge çalışmaları yürütülmesi planlandığı durumlarda açık ve kapalı inovasyon arasındaki farkların bilinmesi ve stratejilerin bu bağlamda belirlenmesi gerekliliği unutulmamalıdır. Ayrıca bir diğer öneri de çalışmada yer alan inovasyon türlerinden işletmenin yetenek ve kabiliyetlerine uygun olanın seçilmesi ve yatırım süreçlerinde seçilen inovatif yolun belirlenmesi gerekmektedir. Yalnızca işletmeler için değil, tüm organizasyonlarda fark yaratabilmenin ve rekabet üstünlüğü ele edebilmenin önündeki engeller bu şekilde ortadan kaldırılabilecektir. Çalışmada inovasyon açısından irdelenen Manisa İli için bir öneride bulunmak gerekirse; sanayide yer alan (savunma, beyaz eşya, elektronik sektörü, yazılım vb.) işletmeler dışında; tarımda da inovatif teknolojilere yönelmesi gerekliliği görülmektedir. Böylece hem üretim maliyetlerini aşağıya çekmek hem de birim metrekarelik alanda verimliliğin artacağı düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalara öneriler ise; inovasyon türlerinin birbirlerine göre üstün ve zayıf yönlerinin kıyaslanması, mevcut inovasyon türlerinin hangi sektör ya da iş kolunda daha verimli sonuçlar verebileceğinin belirlenmesi bağlamında çalışmalar yapılmasıdır.

### **Kaynakça**

- Acemoglu, D., Akcigit, U., & Celik, M. A. (2022). Radical and incremental innovation: The roles of firms, managers, and innovators. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 14(3), 199-249. doi: 10.1257/mac.20170410
- Aichouche, K., & Bousalem, R. (2016). Open Innovation: A New Mechanism for Adoption of Organizational Innovation From Algerian Companies. *International Journal of Innovation*, 4(2), 11-22.
- Alderin, C., & Do, T. (2016). *Sustainable Innovation-Driving Factors in Large Firms*. (Master Thesis Department of Business Studies Uppsala University). Retrieved from <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:939361/FULLTEXT01.pdf>
- Alharbi, I. B. A., Jamil, R., Mahmood, N. H. N., & Shahraroun, A. M. (2019). Organizational innovation: A review paper. *Open Journal of Business and Management*, 7(3), 1196-1206.
- Bouhajib, M., Mefteh, H., & Ben Ammar, R. (2018). Higher education and economic growth: the importance of innovation. *Atlantic Review of Economics (ARoEc)*, 1(2).
- Bubanja, M. V., & Madzar, L. (2019). The Importance of Innovation and Knowledge for Economic Development of the Country and the Competitive Business of Companies. *Journal of Social Sciences*, 11(XI), 157-173.
- Cansız M. (2020). *Türkiye’de Organize Sanayi Bölgelerinin Dönüşümü Manisa OSB Yenilik Merkezi Tasarımı ve Kurulması*, United Nations Development Programme.
- Cansız, M. Kurnaz, Z. ve Çağlar, E. (2019). *Progressing Towards 2023: The Transformation of Organised Industrial Zones In Turkey*. United Nations Development Programme.
- Cansız, M. ve Şavlı, D. (2022). Yeni Nesil Sanayi Bölgeleri: OSB’lerde Yenilikçi Dönüşümün Sosyolojisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, Dijitalleşme Özel Sayısı*. 204-223. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1181235>
- Charter, M. and Clark, T., 2007. *Sustainable Innovation: Key conclusions from sustainable innovation*, Conferences 2003-2006 organised by The Centre for Sustainable Design. The Centre for Sustainable Design, University College for the Creative Arts.

- Chavira C., P., Shamsuzzoha, A., Kuusniemi, H., & Jovanovski, B. (2023). Defining green innovation, its impact, and cycle—A literature analysis. *Cleaner Engineering and Technology*, 17, 100693. <https://doi.org/10.1016/j.clet.2023.100693>
- Christensen, C., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2013). *Disruptive innovation*. Brighton, MA, USA: *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>
- Coccia, M. (2021). Technological innovation. *Innovations*, 11, 112. doi: 10.1002/9781405165518.wbeost011.pub2
- Çelik, A. (2017). Bir Yatırım Merkezi Olarak Manisa'nın Dinamiklerinin Değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (04). 258-312.
- Dagan, J. G., Rafi, M. R., Sia, Y. B., & Dilla, S. (2021). How Business Innovation Affects a Company to Improve the Organization, Entrepreneurship, and Business Model. In *Conference Towards ASEAN Chairmanship 2023 (TAC 23 2021)*, Atlantis Press, 98-102.
- Damanpour, F. (2014 ). Footnotes to Research on Management Innovation, *Organization Studies*, 35(9)-1265-1285. doi.org/10.1177/017084061453
- Dreñța, R. F., & Lobonțiu, G. (2016). The Characteristics of Innovation And The Technological Diffusion. Edited by Constantin Brătianu Alexandra Zbucea Florina Pînzaru Ramona-Diana Leon Elena-Mădălina Vătămănescu, in *Opportunities and Risks in the Contemporary Business Environment*, 575-586.
- Durst, S., Mention, A. L., & Poutanen, P. (2015). Service innovation and its impact: What do we know about?. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 21(2), 65-72.
- Fayomi, O. S., Adelakun, J. O., & Babaremu, K. O. (2019). The impact of technological innovation on production. *Journal of Physics: Conference Series*, IOP Publishing, 1378(2), 022014.
- Foss, Nicolai & Saebi, Tina. (2015). Business Models and Business Model Innovation. In book: *Business Model Innovation*, 1-23.
- Francis, R., Härenstam, F., & Eagar, R. (2015). Organizing for breakthrough innovation. Structures for systematically developing and exploiting radical ideas. *Prism*, 1. 12-29.
- Greenhalgh, C., & Rogers, M. (2010). *The nature and importance of Innovation. Introductory Chapters*, Princeton University Press
- Griboaud, M., Iacono, M., Manini, D., Pironti, M., & Pisano, P. (2015). A simulation based approach for the evaluation of outcome driven innovation models. In *Proceedings-29th European Conference on Modelling and Simulation, ECMS 2015*, 138-144.
- Han, J. (2017). Exploitation of architectural knowledge and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(3), 15. doi.org/10.1186/s40852-017-0068-x
- Henderson, R., & Clark, K. B. (1990). Architectural Innovation: the reconfiguration of existing product technologies and the failure of established firms. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 9–30
- Herkema, S. (2003). A complex adaptive perspective on learning within innovation projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340-6. doi.org/10.1108/09696470310497177
- Kasmire, J., Korhonen, J. M., & Nikolic, I. (2012). How radical is a radical innovation? An outline for a computational approach. *Energy Procedia*, 20, 346-353. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2012.03.034>
- Kennedy, Reed. (2020). *Strategic Management*. Blacksburg, VA: Virginia Tech Publishing. Retrieved from <https://doi.org/10.21061/strategicmanagement>.
- Kogabayev, T., & Maziliauskas, A. (2017). The definition and classification of innovation. *HOLISTICA—Journal of Business and Public Administration*, 8(1), 59-72. doi.org/10.1515/hjbpa-2017-0005
- Mircevska P. T. (2015). The role and importance of innovation in business of small and medium enterprises. *Economic development: journal of the Institute of Economics*, 17(1/2), 55-74.
- Mookerjee, J., & Rao, O. (2021). A review of the impact of disruptive innovations on markets and business performance of players. *International Journal of Grid and Distributed Computing*, 14(1), 605-630.
- MOSB Yenilik Merkezi (2024). *OSB'lerin Dönüşümü MOSB'da Başlıyor*. <https://www.intracmip.com/osblerin-donusumu-mosbda-basliyor/>
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated. *Skoll centre for social entrepreneurship Working paper*.
- OECD (2009). *Innovation in firms: A microeconomic perspective*. Organisation for Economic Co-operation and Development.

- OECD (2018). *Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation*. OECD. DOI, 10, 24132764.
- Oeij, P. R., Van Der Torre, W., Vaas, F., & Dhondt, S. (2019). Understanding social innovation as an innovation process: Applying the innovation journey model. *Journal of Business Research*, 101, 243-254.
- Orlova L.S. (2019). Open innovation theory: Definition, instruments, frameworks. *Strategic Decisions and Risk Management*, 10(4), 396-408.
- Öberg, M. (2017). *The importance of finding a clear definition of innovation*. EKP 14 Halmstad University
- Rakic, K. (2020). Breakthrough and disruptive innovation: A theoretical reflection. *Journal Of Technology Management & Innovation*, 15(4), 93-104. dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000400093
- Ramdani, B., Binsaif, A., & Boukrami, E. (2019). Business model innovation: a review and research agenda. *New England Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 89-108. doi.org/10.1108/NEJE-06-2019-0030
- Saremi, H. (2015). Role of Innovation In Organization Management Success, *Science International (Lahore)*, 27(2), 1551-1558
- Sarihan, A. ve Tepeci, M. (2017). Manisa İlindeki İhracatçı Firmaların Yenilik Yeteneklerinin İhracat Performanslarına Etkileri. *International Journal of Management Economics and Business*. 13. 867-879.
- Soni, P. (2007). *White Paper, Imperatives of A Breakthrough Innovation*. Wipro Technologies.
- Stenberg, A. (2016). *What do people associate with innovation and why?*. Retrieved from <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1057358/FULLTEXT01.pdf>.
- Svebis, R., & Varga, J. (2017). Importance of Innovation Management. *Engineering Management*, 3(2), 1-11.
- Şengün, H. (2016). Sağlık hizmetleri sunumunda inovasyon. *Med. Bull. Haseki*, 54, 194-198. doi: 10.4274/haseki.3057
- Takalo, S. K., Tooranloo, H. S. & Parizi Z. S. (2021). Green innovation: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 279, 122474. doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122474
- Taylor, S. P. (2017). What is innovation? A study of the definitions, academic models and applicability of innovation to an example of social housing in England. *Open Journal of Social Sciences*, 5(11), 128-146. doi.org/10.4236/jss.2017.511010
- Temel, S., Akdeniz, R. C., & Sukan, F. V. (2009). Importance of Innovation in Agriculture. *Tarım Makinaları Bilimi Dergisi*, 5(1), 1-8.
- Tiwari, R., Buse, S., & Herstatt, C. (2007). Innovation via global route: Proposing a reference model for chances and challenges of global innovation processes. In *Proceedings of the Second International Conference on Management of Globally Distributed work*, Indian Institute of Management, 451-465.
- Tohidi, H., & Jabbari, M. M. (2012). Innovation as a success key for organizations. *Procedia Technology*, 1, 560-564. doi.org/10.1016/j.protcy.2012.02.122
- Toivonen, M., & Tuominen, T. (2009). Emergence of innovations in services. *The Service Industries Journal*, 29(7), 887-902. doi.org/10.1080/02642060902749492
- Ulwick, A. W. (2009). What Is Outcome-Driven Innovation®(ODI)? *White Paper*. Strategyn.
- West, J., Salter, A., Vanhaverbeke, W., & Chesbrough, H. (2014). Open innovation: The next decade. *Research Policy*, 43(5), 805-811. doi.org/10.1016/j.respol.2014.03.001
- Witell, L., Snyder, H., Gustafsson, A., Fombelle, P., & Kristensson, P. (2016). Defining service innovation: A review and synthesis. *Journal of Business Research*, 69(8), 2863-2872. doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.055
- Yoo, Y., K. Lyytinen, V., Thummadi and A. Weiss (2010). *Unbounded Innovation with Digitalization: A Case of Digital Camera*, Academy of Management Annual Meeting 2010.
- Yücel, E. ve Özgül, E. (2020). İşletmelerin Yenilik Performansının Arttırılmasında Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Rolü. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*. 404-434. <https://doi.org/10.30784/epfad.722019>
- Zhang, X. (2022). Incremental Innovation: Long-term impetus for design business Creativity. *Sustainability*, 14(22), 14697. doi.org/10.3390/su142214697