



Bir Yenilikçilik Konsepti Olarak İnovasyonun Kuramsal Çerçevesinin İncelenmesi

Gökhan Şimşek

Millî Eğitim Bakanlığı Eğitim Yöneticisi

gokhansimsek52@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5269-5404

Rasim Giray

Millî Eğitim Bakanlığı Eğitim Yöneticisi

rsmgry51@gmail.com

ORCID:0000-0003-3852-0012

Özet

Bu çalışmamızda bir yenilikçilik konsepti olarak inovasyon kavramının kuramsal çerçevesi üstünde durularak, değişimler ve gelişime açık yenilikçi düşüncelerin önemi incelenecektir. Yeni proje ve düşünceler girişimci ruh olmadan inovasyona, dolayısı ile yarışma faydasına dönüşemez. İnovasyon girişimci ruhla biraraya gelir ise ekonomi değeri yaratır. Bu neden ile yetkin bulunan inovasyonun temelinde inovasyona odak merkezli yenilikçilik ve dinamik bir anlayış yatmaktadır. İnovasyon, değişimlere ve gelişmelere açık modern bir yaklaşım olarak görünmekte ve firmaya yaratıcı, enerji dolu iş mekanı hazırlar iken yeni iş olanağı da oluşturmaktadır. Bunun yanında inovasyon firmanın yetkin iş yapan ve alıcı bağlılığını artıran ve alıcı memnuniyetini sağlayan bir unsurdur. Firmaların açık bir sistem olması

nedeni ile çevre ve zaman koşullarına adaptasyon sağlanması gerekmektedir. Bunun sağlanılmasındaki en mühim unsurdan birisi de inovasyondur. İnovasyon düşüncesine haiz bulunmayan bir firmanın gelişebilmesi ve gücü de eksik olacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Değişimler, Devamlılık, Yenilikçi Düşünceler

Investigation of the Theoretical Framework of Innovation as an Innovation Concept

Abstract

In this study, the importance of innovative ideas that are open to change and development will be examined by focusing on the theoretical framework of the concept of innovation as an innovation concept. New ideas and projects cannot turn into innovation, and therefore into a competitive advantage, without entrepreneurship. If innovation comes together with entrepreneurship, it creates economic value. Dec. For this reason, an innovative and dynamic understanding focused on innovation underlies a successful innovation. Innovation is seen as a modern approach that is open to change and development and creates new employment opportunities while preparing a creative, energetic working environment for enterprises. In addition, innovation is an element that increases the competent employee and customer dependence of the enterprise and ensures customer satisfaction. Enterprises need to adapt to the environment and time due to the fact that it is an open system. One of the most important elements in achieving this harmony is innovation. A business that does not have an understanding of innovation will also lack the ability to develop and survive.

Key Words: Innovation, Change, Continuity, Innovative Thoughts

Giriş

Günümüzün hızla değişen ve gelişen yarışma ortamında ayakta kalabilmek için firmalar, istihsal metodunu, pazarlamayla alakalı stratejisini ve hizmetini devamlı olarak değiştirmelidir, geliştirmelidir ve yenilemelidir.

Bütün bunu yapabilmek ve faaliyetini gerçekleştirmek yolunda kurum olarak bir üslup haline getirmelidir. Bunu gerçekleştirmede ve faaliyete geçirilmesin de rol oynayacak kişiler kurum

Bir Yenilikçilik Konsepti Olarak İnovasyonun Kuramsal Çerçevesinin İncelenmesi

yöneticileri yani önderlerdir. Önderler inovasyonun kurumsal bir kültür haline gelmesini sağlamak için girişimlerde bulunmalıdırlar.

Önderler; aynı zamanda inovasyonun başarısı için gerekli vizyon, önderlik, kurum yapısı, kurum kültürü-inovatif kurum kültürü, iletişim, alıcı odaklılık, performans gibi inovasyon yönetim unsurları ve inovasyon stratejisi belirleme gibi yönetsel faaliyet oluşturmada da yetkin role sahiptirler.

Bu neden ile; inovasyonun kurumsal ölçüde meydana çıkması çoğunluk ile önderlerin girişimcilik bakışaçılarına haiz olmalarına bağlıdır.

İnovasyon vetiresi, bilgilerin ekonomi ve toplum anlamında yarara dönüştürülmesi olarak tanımlanır. Bu neden ile de teknik, mali ve toplumsal vetirelerin meydana getirdiği bir bütünselliktir. Birey ve toplumlarda değişime yönelik istekler, yeniliklere açıklıkla ve girişimci - ruhuyla özdeşleşen bir kültürel birlik gerektirir.

İnsan hayatını sürdürebilecek asgarî ihtiyacının yanında her an daha da azıcık çabayla değişik istihdaller ya da vetireler tasarlayıp daha rahatça bir hayat sürmek eğilimindedir.

Yenilikler, sürdürülebilirli büyüme aracı şeklinde görünmekte ve firmalara yaratıcılıklı, enerjikli bir iş ortamı hazırlar iken yeni istihdamlar da oluşturmaktadır. Bunun yanında yenilikler firmanın yetkin iş yapan ve alıcı bağlılığını artıran ve alıcı memnuniyetlerini sağlayan unsurdur.

Firmaların açık ve sistemli olması nedeni ile çevre ve zaman durumuna adaptasyon sağlaması gerekmektedir. Bunun sağlanılmasındaki en mühim unsurdan birisi de inovasyondur. İnovatif bulunmayan bir firmanın gelişmesi yetersiz olacaktır.

İnovasyon teriminin bir başına kullanılması inovasyon geliştirmekte varolan hatalardan biri olur. İnovasyonun yanında kullanılan terimleri de göz önünde bulundurmamız gerekmektedir. Bu terimleri de incelemek, karışıklığın önlenilmesi bakımından mühim ve gereklidir. Bunu şu ölçüde sıralamak mümkün:

Girişimci Ruh

Yenilikçi düşünceler ve projelerle girişimci ruh olmadan inovasyona, dolayısı ile yarışma faydasına dönüşemez.

Yaratıcılık

Yaratıcılıklar, bilim ve teknik buluşun ve mali yeniliğin kaynağı olan, yararlı, değişik durum ve değerlerdir.

Değişimler

Değişim her hangi bir düşünceyi bir ölçüden farklı bir seviyeye getirmek olgusunu ifade etmektedir.

Ar-Ge

Yeni bilgi edinme amacı ile yürütülen yetkin araştırmadır.

İnovasyonun Kavramsal Çerçevesi

En yalın tanımı ile inovasyon, ilhinc, yenilikçi düşünceler geliştirme ve bunu uygulamaktır. Bu düşünceler, önceden çözülememiş problemleri çözmeye ya da önceden karşılanılmayan ihtiyaca cevaplar verme amacı ile geliştirilir. Ya da varolan pekçok istihsal ve hizmeti daha güzelce, kullanışlıca, çokça kesimin işine yarayabilecek hale getirmeyi amaçlar.

İnovasyon terim şeklinde, hem bir vetiresi hem de bir neticesi bulunan durumu ifade eder. İnovasyon daha çok sıkıntıyı gidermek konusunda odaklanmak suretiyle varolan, bizleri huzursuz eden problemlere çözüm bulmaktadır.

İnovasyon bir buluşlar manzumesi değil elbet. Daha çok günümüz koşullarında varolan bir istihsal, hizmeti ele alıp istihsale yeni yetkin özellikler katarak tekrardan insanın hizmetine sunmaktır. Bu aşamadaysa mühim bulunan değişmekteki yeni özelliğin yetkin olmasıdır. Yetkin bir özellik buna katmasıdır.

Bu düşüncelerin hayata geçirilebilmesi ve meydana istihsal, hizmet ya da iş yapış metodunun çıkarılması ile ve istihsal ve hizmetin satılmaya ya da iş yapış metodunun uygulanılmaya

başlanması ile inovasyon yapılmış olur

Yeni dünya düzeni inovasyon ve dijital teknoloji tabanlı yeni bir kalkınma ve gelişim modelini öngörmektedir. İnovasyona, ileri teknolojiye ve girişimciliğe dayalı bu dönüşüm, konvansiyonel istihlal ilişkilerini derinden etkilemektedir. Yeni sermaye birikim modelinin adı “inovasyon”dur.¹

İnovasyon vetiresi, bilginin mali ve toplumsal yarara dönüştürülmesi olarak tanımlanır. Bu neden ile de teknik, mali ve toplumsal vetirelerin meydana getirdiği bir bütünselliktir. Bireylerde ve toplumda değişimlere bulunan istek, yeniliğe açıklık ve girişimci ruh ruhuyla özdeşleşen bir kültür gerektirir.

Bir firma, yıkanığında buruşmayan, dolayısı ile da ütü gerektirmeyen kumaş geliştirip üretir ve satarsa inovasyon yapmış olur. Başka bir firmanın daha iri, bol istihlal veren, hastalıklara dayanıklı domates üretmek için domates tohumlarını geliştirmesi de inovasyondur.

Diğer bir firmanın, insan sağlığı için yararlı bir yağ bulunan Omega 3 içeren yumurtalar üretmesi ve bunu çocukların ilgisini çekecek ve onları yumurta yemeğe özendirerek ölçüde güzel paketler içinde satması da bir inovasyondur. Ya da bir hastane, hastalarının tahlil sonuçlarını internette görebilmelerini sağlıyorsa o da inovasyon yapmış olur.

İnovasyon kendi başına ayrı bir yetkinlik değildir. Teknoloji ve bilimin tüm vetirelerini kapsar. Ancak inovasyondan beklenen, bilim ve teknoloji yetkinliğinde bir fikrin kuram, aksiyon ve sonuç bakımından yarara dönüşmesi ve belki de mana bakımından çok mühim olmak üzere bu yararın pazarlanabilir, somut bir çıktı ile birlikte olmasıdır.

Bu neden ile, inovasyon sadece yalın ya da karmaşık anlamlı bir yenilenme değil, yenilenmenin kuramsal aşamasından başlayarak yenilik istihsalinü de içine alan ve pazarlanabilme niteliğini kabul eden bir süreçtir.²

Yukarıdaki örneklerde bahsettiğimiz, hasta tahlil sonuçlarını internette veren hastane, buruşmayan kumaşı, verimli domates tohumlarını ve Omega 3’lü yumurtaları üretip satan firmalar

¹ Ali Rıza Büyüksulu, *İnovasyon ve Girişimcilik*, Derin Yayınları, İstanbul, 2015, s. 25.

² Yeşim Matiloğlu, İnovasyon; Yenilik, Yenilikçilik, <https://www.gecce.com/haber-inovasyon-yenilik-yenilikcilik>, (Erişim Tarihi 12.11.2016).

diğer hastanelere ve firmalara göre yarışma faydası kazanırlar.

İnovasyon ve türleriyle alakalı ayrıntılara girmeden önce bazı mühim kavramlara göz atmakta yarar var. Bu kavramlardan ilki “pazar”. Pazar, bir istihsalin ya da hizmetin gerçek alıcılarını ve potansiyel (alma ihtimali olan) alıcılarını ifade eder.³

İşletmeler, istihsal ve hizmetini genellikle pazardaki belli alıcı gruplarına hitap edecek ölçüde tasarlar ve sunarlar. Bu alıcı gruplarına hedef pazar adı verilir. Bu pazarın oluşturulması süreç gerektirmektedir.

Yukarıda sözü edilen örneklerdeki Omega 3’lü yumurtaları üreten firmanın, yumurta paketlerini çocukların ilgisini çekecek ölçüde hazırladığını söylemiştik. Bu onun yumurtaları çocuklara satmayı hedeflediğini; dolayısı ile da bu firmanın Omega 3’lü yumurtalardaki hedef pazarını çocukların meydana getirdiğini gösterir.

Firmaların, istihsal ve hizmetini satmak için yaptıkları planlama, fiyatlandırma (yani istihsalin ve hizmetin fiyatının ne olacağını belirleme), tanıtma (reklam yapma) ve dağıtma (marketlere gönderme ya da internet üstünden satma) vetiresine pazarlama denir.⁴

Değişik ve yeni bir istihsalin geliştirilmesi ya da varolan istihsalde değişiklikler, farklılıklar ve yeniliklerin olması ve bu istihsalin pazara sunulması bir yerde pazarlama ürün inovasyonu olarak adlandırılmaktadır.⁵

Bir firma tarafından pazara sunulan, el ile tutulan göz ile görünen nesnelere istihsal şeklinde adlandırılır. Bir firmanın farklı, değişik bir istihsal geliştirebilmesi ve bunu pazara sunabilmesi istihsal inovasyonu manasına gelir.

Ancak firmaların istihsal inovasyonu yapmak için illa ki yeni bir istihsal üretmeleri gerekmez. Varolan istihsalini daha güzel, daha kalite dolu, daha yetkin özelliklerde yapma için değiştirir ise ve farklılaştırırlar ise istihsal inovasyonu yapmış olur.

Yukardaki örnekte bahsedilen kumaşlar, domates tohumları ve yumurtalar istihsaldir. Bunun,

³ Milli Eğitim Bakanlığı, *Teknoloji ve Tasarım*, MEB Yayınları, Ankara, 2013, s. 305.

⁴ MEB, a.g.e., s. 306.

⁵ Adıgüzel, a.g.e., s.45.

Bir Yenilikçilik Konsepti Olarak İnovasyonun Kuramsal Çerçevesinin İncelenmesi

pazardaki diğer kumaşlardan, domates tohumlarından ve yumurtalardan değişik ve değişik olacak ölçüde geliştirilip üretilmeleriyle yapılan da istihsal inovasyonudur.

Buruşmayan kumaş, daha verimli ve hastalıklara dayanıklı domates tohumu, her türden organik yiyecek istihselleri ve çekici ambalajlarda satılan Omega 3'lü yumurtalar ayrı ayrı birer istihsal inovasyonudur.

- 1.Diz üstü bilgisayarda kablosuz internet ağları
- 2.Cep telefonunda görüntü konuşmalar, televizyon izleyebilmek, aynı an değişik iki sim kartı kullanabilmek
- 3.Yeni fonksiyonel özellikleri bulunan gıda istihselleri
- 4.Enerjinin tüketimini azaltan istihseller (prizlere takılan elektriğin tüketim ve elektro manyetiği azaltan tasarruf kutular, tasarruf ampulleri, azıcık enerjiler harcayan buz dolapları ya da ısıtma-soğutma sistemi)
- 5.Otomobilde uyarılı mesafe sistemi, ısıtılmalı-soğutmalı koltuklar, otomatik farlar ve silecek sistemleri
- 6.Nanoteknolojiyle üretilmiş olan boya ve küpler
- 7.Kokusuz klozet sistemi
- 8.Su geçirmez kumaş
- 9.Otomatik sıkımalı, anti bakteriyel paspas, mikro fiber bezler
- 10.Bankamatikten tüm gün para çekebilmek, internet bankacılık uygulaması
- 11.Kredi kartları ekstresinin cep telefonu ya da posta adresine gönderilmesi
- 12.İnternet üstünden, istihsal bilgisi ve çeşitli destek işlevi gibi yeni hizmet ve imkanların ücretsizce müşteriye sunulabilmesi
- 13.Hastanelerin hastalarına tahlil sonuçlarını elden vermekte olduğu internet ortamından da verebilmesi pazarlama yöntemlerine örnek olarak verilebilir.⁶

⁶ Seda Kanber, İmalat Sanayinde İnovasyon, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, 2010, s. 9
(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)

Ürün inovasyon çabası, baştan sona dek kurumlarca dikkatlice değerlendirilmelidir. Zira istihsal inovasyonu, karşılığını vermek garantileri olmadan firmanın pekçok kaynağını çekebilir.

Pazarlardaki ya da teknolojilerdeki her hangi ani değişim, çok güzel bir fikri kötü bir fikire dönüştürür. Bu neden ile vetiresin her devresinde pazarların, müşterilerin, rakiplerin faaliyeti dikkatlice gözlemlenmelidir.⁷

İnovasyon Döngüsü

İnovasyon ülkemizde geniş kitlelerce yeni konuşulmaya, anlaşılmaya ve tartışılmaya başlansa da gelişmiş ve gelişmekte bulunan ülkelerin pek çoğunun gündemlerini uzun yıllardır meşgul ediyor.

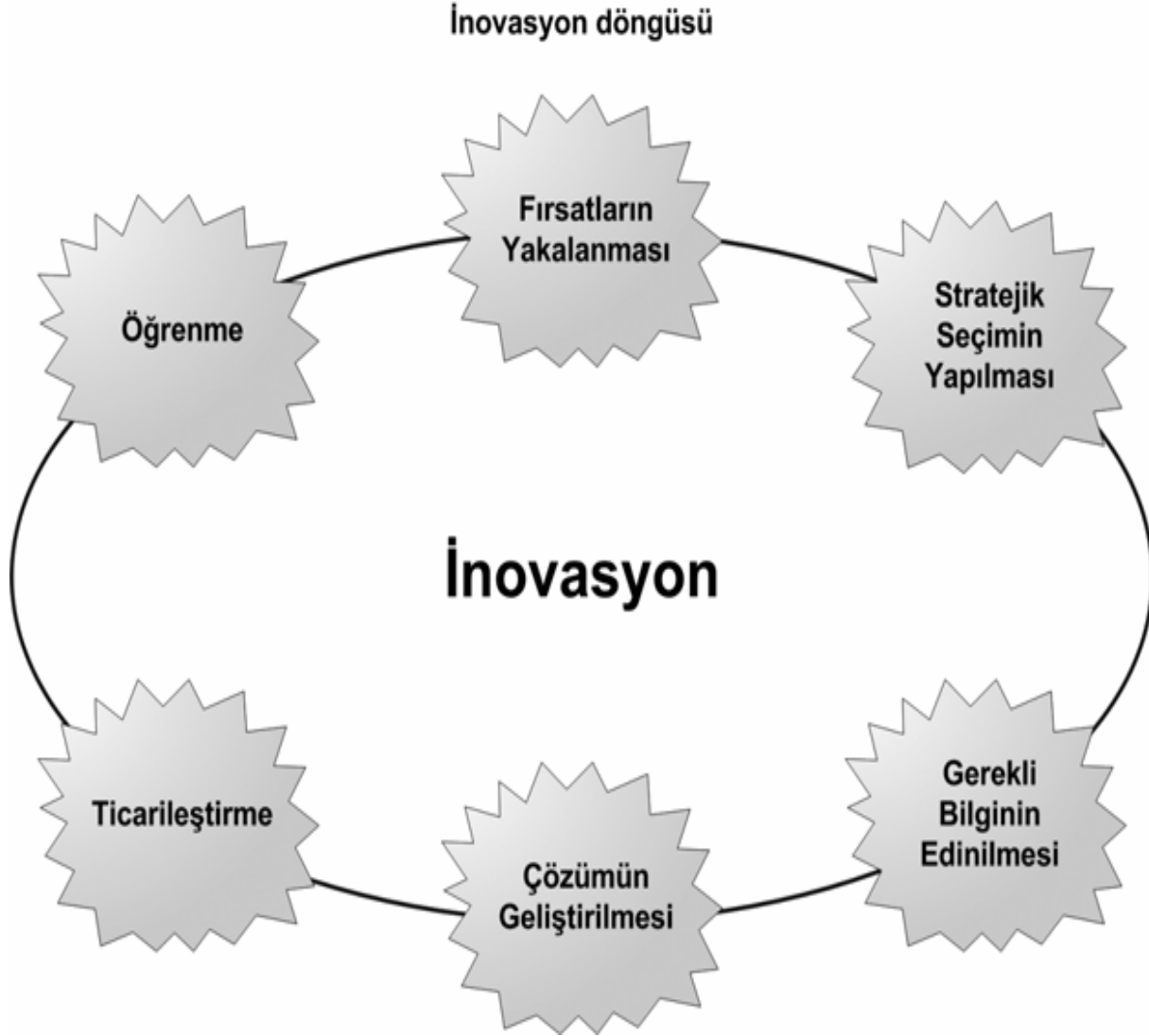
Ülkemizde bu kavram 1990'lı yılların ortalarında Avrupa'yla hemen hemen aynı zamanda konuşulmaya başlandı. Fakat, inovasyonu asıl yapacak bulunan kesim, firmalar, bu kavramla yeni yeni ilgilenmeye başladılar.⁸

Bu sebepten dolayı firmaların yarışma faydalarını koruyabilmeleri için devamlı inovasyon yapmaları gerekir.

⁷ Adıgüzel, a.g.e., s.32.

⁸ Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO), *İnovasyon Nedir Şirketlere Ne Getirir*, Bursa Ekonomi Dergisi, Ocak 2007, Cilt:227, 23-25 s. 23.

Şekil-1. İnovasyon Döngüsü⁹



İnovasyon, devamlılığı bulunan ve her devresinde geri beslemelerin olduğu bir süreçtir. İnovasyon döngüsü olarak adlandırılan bu süreç, belli bir dizi sıra ve aşama takip etmek suretiyle aşağıdaki adımlardan oluşur.

İnsanlar hayatını sürdürebilecek asgarî ihtiyacının yanısıra her zaman daha az çaba sarf etmek için

⁹ Elçi, a.g.e., s.16.

yeni istihdaller ya da vetireler tasarlayıp daha rahat bir hayat sürme eğiliminde olmuştur.

Yenilik, sürdürülebilir büyüme aracı olarak görünmekte, sürdürülebilirliğin sağlanması için çabaya gereksinim duyulmakta ve firmalara yaratıcı, enerjik bir çalışma ortamı hazırlar iken yeni istihdam olanakları da oluşturmaktadır.¹⁰

ABD’de varlıklarını güçlkle sürdürebilen işletmelerle hızlı bir tempoda gelişen firmalar üstünde yapılan araştırmalar neticesi yeniliğe ve değişikliğe açık firmaların daha hızlı bir gelişme eğrisi bulunduğu ve sektörlerinin önderleri oldukları görünmüştür.

Bu araştırma yeniliğin; büyüme, gelişme, varlığını sürdürme, rekabette fayda sağlama ve hatta önder olmadaki rolünü meydana koymaktadır.

Bunun yanısıra yenilik firmanın yetkin iş yapan ve alıcı bağlılığını artıran ve alıcı memnuniyetini sağlayan bir unsurdur. Firmaların açık bir sistem olması nedeni ile çevreye ve zamana adaptasyon sağlaması gerekmektedir.

Bu adaptasyonun sağlanmasındaki en mühim unsurdan birisi de inovasyondur. İnovatif bulunmayan bir firmanın gelişme ve ayakta kalma gücü de eksik olacaktır.

İnovasyonun firmalara kazandırdığı faydaları verimliliğin artması, rekabette üstünlük sağlanması, ödemeler dengesizliğinin giderilmesi, toplumsal sorumluluk bilincinin geliştirilmesi, sadık alıcı kitlesinin kazanılması, kurumsallaşma ve markalaşmayı sağlaması ile işletmeleri Ar-Ge’ye yöneltmesi olarak sıralamak mümkündür.¹¹

İnovasyonun normal planlama çevrimleri dışında gelişebilmesini teşvik etmenin bir yolu beklenmedik fırsatlar için fon havuzu ayrılmasıdır. Bu ölçüde, gelecek vaat eden düşünceleri geliştirmede beklemeye gerek kalmaz¹².

¹⁰ Kumar Nochur, *İnovasyon Yapmak*, Optimist Yayınları, İstanbul, 2014, s. 65 .

¹¹ Sinem Gökçe Güravşar, “*İnovasyon Kavramı ve İnovasyonun Önemi.*” Fırat Kalkınma Ajansı Dergisi, Temmuz, 2010, Cilt:1, 12-13, s.12.

¹² Cemal Engin, *İnovasyon*, Optimist Yayınları, İstanbul, 2014, s. 160.

İnovasyonun Önemi

İnovasyon günümüz dünyasında giderek daha fazla ismini duyduğumuz bir kavram olarak yaşantımıza girmiş durumda. İnovasyonun yalın bir tanımla yeni düşünceler, yapılmayanı yapma, değişik, düşünülmemiş istihaller olarak ve yenilik olarak ifade edilmektedir, tabi bunu yaparken tamamen bir değişimler değil de değişiklik olarak denilebilir.

Günümüzde bu teknik bir terim olarak da dünyada oldukça fazla kullanılan bir isim olmuş bunun fakat isminde daha fazla tüm toplumları farklılaştırmaya ve değiştirmeye ilişkili olarak toplumsal ve mali bir vetiresi ifade eder olmuştur.

İnovasyonun ne olduğu ve bir kurum içerisinde inovasyonun gelişimine zemin hazırlayan unsurların neler olduğu konusu, son dönemlerde teorisyenlerin ve uygulayıcıların üstünde önemle durdukları hususlardan biridir. Konunun bu denli mühim olmasının temel nedeni örgütlerin uzun dönemde varlıklarını devam ettirebilmelerinde inovasyonun belirleyici bir rol oynamasıdır.¹³

Tüm dünyada sektörlerin büyüklüğü ne olursa olsun artık hepsi inovasyon yapması kaçınılmazdır. İnovasyon, tesadüfen gerçekleştirilen, büyük ve parlak düşüncelerin ve fırsatların nadiren yakalanıp uygulamaya konduğu bir eylem değildir. Bilinçli ve sistemli atılan adımlarla gerçekleşen, stratejik bir bakış açısıyla yürütülen bir süreçtir.¹⁴

Sonuç

Günümüz dünyasında siyasi, kültürel, toplumsal, mali, ticarî ve teknolojik değişmeler, özellikle de bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler işletmecilikle alakalı yeni görüş ve düşünceleri tetiklemiştir.

¹³ Durdu Mehmet Biçkes, Örgütsel Öğrenme, İnovasyon Ve Firma Performansı Arasındaki İlişkiler:İnovasyonun Aracılık Etkinsine Yönelik Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma, Ercisay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Ana Bilim Dalı, Kayseri, 2011, s. 72 (**Yayımlanmış Doktora Tezi**).

¹⁴ Şirin Elçi, *İnovasyon Rehberi*, Nova Yayınları, Ankara, 2006, s. 16.

Yarışma ortamının hırçınlaştığı günümüz ekonomilerinde sürdürülebilir üstünlük kazanmak için firmalarda denenmemişi denemek, olmayanı oluşturmak, hızlı ve inovatif olmak, devamlı yeni düşünceler geliştirerek uygulamaya koymak firma yöneticilerinin yeni tarzlarını oluşturmuştur. Bu yüzden inovasyon ve inovasyon yönetimi hayati ehemmiyet kazanmıştır.

Ancak tüm bu çalışmalarda çok mühim bir faktörün, önderlik faktörünün atlanmıştır. Önderlik olmadan kurumların inovasyonda ileri gitmesi maalesef mümkün olmuyor. İnovasyonun temel dinamiğini “yeni bulunan her şey değil, mali ve toplumsal bir katma değere dönüşen ya da dönüştüren yenilikler” oluşturmaktadır.

İnovasyonun yetkin bir ölçüde ticarileştirilmesi, yeterli toplumsal ve mali katma değer elde edilmesi hem rekabetçilik bakımından hem de kullanılan kaynağın yetkinliği bakımından faydalı bir konum elde etmeyi sağlayacağı açıktır.

Ülkelerin inovasyon performanslarındaki artışın, mali ve toplumsal kalkınma, refah ve gelişme bakımından kilit rol oynadığını göstermiştir. Bu neden ile; inovasyonun kurumsal ölçüde meydana çıkması çoğunluk ile önderlerin girişimci bakış açısına haiz olmalarına bağlıdır.

İnovasyon vetiresi, bilginin mali ve toplumsal yarara dönüştürülmesi olarak tanımlanır. Bu neden ile de teknik, mali ve toplumsal vetirelerin meydana getirdiği bir bütünselliktir. Bireylerde ve toplumda değişimlere bulunan istek, yeniliğe açıklık ve girişimci ruh ruhuyla özdeşleşen bir kültür gerektirir.

İnsanlar hayatını sürdürebilecek asgarî ihtiyacının yanında her zaman daha az çaba sarf etmek için yeni istihaller ya da vetireler tasarlayıp daha rahat bir hayat sürme eğiliminde olmuştur.

Kaynakça

ADIGÜZEL Büşra, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı İnovasyon Ve İnovasyon Yönetimi: Steve Jobs Örneği, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)

AKSEL İbrahim, İşletmelerde İnovasyon ve İnovasyonu Destekleyen Örgüt Kültürünün Belirleyicileri, İstanbul Üniversitesi, sosyal bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010, s. 40 (Yayımlanmış

Bir Yenilikçilik Konsepti Olarak İnovasyonun Kuramsal Çerçevesinin İncelenmesi

Doktora Tezi)

AKSOY Müfit, Firma Düzeyinde Yenilikçilik (Yenilik) Ve Bilgi Yönetimi,İnovasyon Çeşitleri, http://www.sistems.org/know_info1.htm, (Erişim Tarihi 19.12.2016).

BÜYÜKUSLU Ali Rıza, İnovasyon ve Girişimcilik, Derin Yayınları, İstanbul, 2015.

CEMAL Engin, İnovasyon, Optimist Yayınları, İstanbul, 2014.

ÇELİK Vehbi, Eğitim Ve Okul Yöneticiliği, Pegem A Yayıncılık, Ankara, 2005.

DRUCKER Peter, İnovasyon ve Girişimcilik, Optimist Yayınları, İstanbul, 2016.

ELÇİ Şirin, İnovasyon Ve Kalkınma Rekabetinin Anahtarı, [http://C:/Users/Hp/Downloads/Inovasyon-SirinElci%20\(1\).pdf](http://C:/Users/Hp/Downloads/Inovasyon-SirinElci%20(1).pdf), (Erişim Tarihi 11/22/2016)

KASIMOĞLU Murat, ve Feridun AKKAYA, “Kamu Kurumlarında İnovasyon.”, İstanbul Kalkınma Ajansı, 2012, 12-13, s.12.

KAYA Ali, Yönetimde İnsan İlişkilerinin Sırları, Eğitim Yayınları, İstanbul, 2009.

KAYGISIZ Buğra,” İnovasyon”, Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi, 2015, sayı, 234, 10-12, s.10

MİRZE Kadir, İşletme, Literatür Yayınları, İstanbul, 2010.

MURRAY Kevin, Önderlik Ve İletişim, İş Bankası Yayınları İstanbul, 2016.

Onur GÖKCEK, Yenilik Yönetimi Süreci ve Yenilik Stratejileri: Otomotiv Sektöründe Bir Alan Çalışması, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2007(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi)

ÖZKENT Bora, Adım Adım İnovasyon, Elma Yayınları, İstanbul, 2015.

SABUNCUOĞLU Zeyyat, Tuncer TOKOL, Genel İşletme, Pegem Yayıncılık, İstanbul, 2013.

“Teknoloji ve Tasarım “, MEB Basım Evi, Ankara, 2016.

UZKURT Cevahir, “İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır ve Nasıl Pazarlanır?”,Ankara Sanayi Odası Yayın Organı (Dosya), Temmuz/Ağustos, 2010, 46-49, s.46.

ÜLGEN Hayri, Kadir MİRZE, Stratejik Yönetim, Beta Yayınları, İstanbul, 2013.