

İnovasyon Kavramı Ve İnovasyonun Önemi

Günümüzde inovasyon, giderek daha sık duyduğumuz bir kavram haline geldi. İş dünyasıyla ilgili her programda ya da yayında karşımıza çıkıyor. Hatta Avrupa Komisyonu 2009’u “İnovasyon ve Yaratıcılık Yılı” olarak ilan etti. Peki nedir bu “inovasyon”? Ya da ne değildir?

İNOVASYON NEDİR?

“İnovasyon” (yenilik), yenilik faaliyetleri, yenilikçi firma gibi temel yenilik kavramlarını sistematik bir biçimde tanımlayan, bu konularda ortak bir dil ve kavram birliği sağlayarak, bütüncül bir bilim ve teknoloji politikası yürütülebilmesi ve uluslararası karşılaştırmaların yapılabilmesi amacıyla hazırlanan Oslo Kılavuzu’na göre inovasyon “*İşletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir*”.

İnovasyon, yaratıcı bir fikri katma değer yaratabilir ve pazarlanabilir bir ürüne dönüştürme sürecidir. Yani inovasyon, buluşun ötesinde “yeni bir iş fırsatı” yaratmaktır. Bu nedenle tüm işletmeler için hayati öneme sahiptir.

İNOVASYON NE DEĞİLDİR?

Yukarıdaki tanımdan her değişikliğin inovasyon olarak tanımlanabileceği anlaşılmamalıdır. Bir ürün, süreç, pazarlama yöntemi veya organizasyonel yöntemin yenilikçi olabilmesi için yeniliğin felsefesinde olan yaratıcı fikir, fayda sağlama, pazarlanabilme... vb. özellikler sağlanmalıdır. Bu nedenle aşağıdaki durumlar yenilik olarak değerlendirilmeyen değişikliklerdir:

- Bir sürecin, bir pazarlama yönteminin veya bir organizasyon yönteminin kullanımının veya bir ürün pazarlamasını durdurulması;
- Basit sermaye yenileme veya artırımı,
- Yalnızca faktör fiyatlarındaki değişimlerden kaynaklanan değişiklikler,
- Kişiselleştirme,

- Düzenli, mevsimsel ve diğer döngüsel değişiklikler,
- Yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş ürünlerin ticareti.

İşletmeler inovasyon potansiyellerini bu sınırlar içinde değerlendirmelidirler. Peki inovasyonu işletmeler için bu kadar önemli kılan etkenler nelerdir?

İŞLETMELERDE İNOVASYONUN ÖNEMİ

İnsanlar yaşamını sürdürebilecek asgari ihtiyaçlarının yanısıra her zaman daha az çaba sarfetmek için yeni ürünler veya süreçler tasarlayıp daha rahat bir hayat sürme eğiliminde olmuştur. Yenilik, “sürdürülebilir büyüme aracı” olarak görülmekte ve işletmelere yaratıcı, enerjik bir çalışma ortamı hazırlarken yeni istihdam olanakları da yaratmaktadır.

A.B.D.’de Stanford Research Institute tarafından varlıklarını güçlkle sürdürebilen işletmelerle hızlı bir tempoda gelişen işletmeler üzerinde yapılan karşılaştırmalı araştırmalar sonucu yeniliğe ve değişikliğe açık işletmelerin daha hızlı bir gelişme eğrisi bulunduğu ve sektörlerinin liderleri oldukları görülmüştür. Bu araştırma yeniliğin; büyüme, gelişme, varlığını sürdürme, rekabette avantaj sağlama ve hatta lider olmadaki rolünü ortaya koymaktadır.

Bunun yanısıra yenilik işletmenin yetkin çalışan ve müşteri bağımlılığını arttıran ve müşteri memnuniyetini sağlayan bir unsurdur. İşletmelerin açık bir sistem olması nedeniyle çevreye ve zamana uyum sağlaması gerekmektedir. Bu uyumun sağlanmasındaki en önemli unsurlardan biri de inovasyondur. İnovatif olmayan bir firmanın gelişme ve ayakta kalma gücü de eksik olacaktır.

İnovasyonun işletmelere kazandırdığı avantajları verimliliğin artması, rekabette üstünlük sağlanması, ödemeler dengesizliğinin giderilmesi, sosyal sorumluluk bilincinin geliştirilmesi, sadık müşteri kitlesinin kazanılması, kurumsallaşma ve markalaşmayı sağlaması ile işletmeleri Ar-Ge’ye yöneltmesi olarak sıralamak mümkündür.

• VERİMLİLİĞİN ARTMASI

Küreselleşmenin getirdiği yüksek ilerleme hızı, işletmeleri yoğun bir rekabet ortamına sürüklemektedir. Bu nedenle, bilgiyi ve bilgi teknolojilerini en verimli şekilde kullanarak kaliteyi amaçlayan ve ürün, hizmet ve süreçlerinde farklılık yaratabilen işletmeler ve bu süreci destekleyecek yönetim anlayışına sahip işletmeler verimliliği sağlama şansına sahiptir. Gelişen teknolojiler, yeni yöntemler, örgüt yapılarının yeniden düzenlenmesi, maliyetin azaltılması için uygulanan yenilikçi örgüt yapıları verimliliği arttıracak yenilikçi çalışmalardır. Ayrıca yenilik kaynaklarının daha rasyonel kullanımına olanak verdiğinden üretim maliyetlerini düşürebilir ve üretimi arttırabilir.

• REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ

Günümüzde her sektörde yoğun bir rekabet ortamı bulunmaktadır. Bu ortamda sürdürülebilir rekabet için en etkin aracın yenilik stratejileri olduğu değerlendirilmektedir.

• ÖDEMELER DENGESİZLİĞİNİN GİDERİLMESİ

Ödemeler dengesi, “belli bir süreç içinde bir ülkenin tüm yabancı ülkelerle olan ekonomik ilişkilerini gösteren tablodur”. Yüksek teknolojik fırsatlar ve inovasyon ekonomik büyümede ve dolayısıyla ödemeler dengesinde önemli etkiler yaratmaktadır. Ülkelerin inovasyon performansları aynı zamanda

ekonomik performanslarını da göstermektedir. Bu noktada işlemlerin talep eden tarafta mı yoksa tedarikçi konumunda mı oldukları önemlidir. Tedarikçi konumundaki işletmeler, yenilik yaratma ve teknoloji yayma gibi faaliyetlerle ülkelerinin uzun vadeli büyümesine katkı sağlarken, talep eden taraftakilerin ödemeler dengesi büyüme modelini zorlamaktadır. Talep eden taraftakilerin ödeme dengesindeki açıklarını kapatabilmesi için dış satımlarını arttırması gerekmektedir. Yenilikçiliği başarabilmiş işletmeler tedarikçi konumunda olacak ve ödemeler dengesini artıda tutabileceklerdir.

• **SOSYAL SORUMLULUK BİLİNCİNİN GELİŞİMİ**

İşletmeler açısından bakıldığında sosyal sorumluluk kavramı, bir işletmenin faaliyette bulunduğu ortamı koruma ve geliştirme konusundaki yükümlülüklerini içermektedir. Bu yükümlülükler arasında müşteri ihtiyaçlarının karşılanarak refah seviyesinin yükseltilmesi, müşteri memnuniyetinin sağlanması, istihdam yaratılması, çevreye ve tüketici sağlığına duyarlı olma çalışmaları bulunmaktadır. Bu gelişmelerin sağlanması da yine inovasyonla yakın ilişkilidir.

• **SADIK MÜŞTERİ BİLİNCİ**

İşletmeler her yeni müşteri için mevcut müşteriyi koruma maliyetinin en az 2-3 katı harcama yapmak durumundadır. Dolayısıyla, işletmeler için müşteri bağlılığını arttırabilmek ve onların da çevrelerini olumlu olarak etkilemelerini hedeflemek yeni müşteri edinmekten daha az maliyetlidir. İşletmelerde sadık müşterinin oluşturulabilmesi ile “hızlı üretim, artan pazar payı, yüksek kar payı, düşük stok maliyeti, güvenli ve tatmin edici işgücü ve daha fazla istihdam” sağlanabilecektir. Bu noktada yenilikçilik de önem kazanmaktadır.

• **KURUMSALLAŞMA ve MARKALAŞMA**

Kurumsallaşma, “işletmelerin faaliyet gösterdikleri çevreyle uyum sürecini ve bu kuruluşlarda zamanla oluşan ilerlemeleri açıklamaktadır”. Sürdürülebilir başarı için gereken yönlendirme, yönetim ve kontrol sistemlerinin yenilikçi uygulamaları kurumsallaşma için önemlidir. Kurumsallaşma işletme süreçlerine belli standartlar getirmesine rağmen yenilikçiliği sınırlandırmaz ise başarıyı sağlayabilir.

Markalaşma ise işletmenin üretmiş olduğu ürün veya hizmetin taklit edilebilirliğini azaltabilmek için farklılığını ortaya koyabilmek olarak tanımlanmaktadır. Markalaşma, genelde ancak yenilikçi örgütlerin sağlayabileceği bir başarıdır. Kurumsal bir kimlik kazanan işletme, yenilikçi yapısı ile markalaşmaya giderek yenilik stratejilerinden özellikle farklılaşma üzerine etkili olabilmektedir. İşletmelerin yenilik kapasiteleri ve yenilikçi davranış biçimleri aynı zamanda pazar performansını ve markalaşma düzeyini de etkilemektedir. Gündelik hayatta da “marka” denildiğinde aklımıza gelen Turkcell, Arçelik, Garanti Bankası gibi işletmelerin yenilikçilikleriyle fark yaratabilenler olduğunu görülmektedir.

• **ARAŞTIRMA GELİŞTİRMEYE (Ar-Ge) YÖNELTME**

Ar-Ge, yeni bilgilere yapılan yatırımlar dahil, teknolojik açıdan yeni veya iyileştirilmiş ürün veya süreçlerin ortaya konması için bilimsel, teknolojik, örgütsel, finansal ve ticari adımlardan oluşan teknolojik yenilik oluşturma çalışmalarından biridir. Ar-Ge ile yenilikçilik ayrılmaz bir bütündür. Ar-Ge yenilikçi fikirlerin gelişmesini sağlarken yenilikçi bir kurum kültürü veya imajı da Ar-Ge’yi desteklemektedir. ■

FIRAT KALKINMA AJANSI İNOVASYON KONUSUNDA SİZE NASIL DESTEK VEREBİLİR?

Fırat Kalkınma Ajansı, inovasyona yönelik çalışan kurum ve kuruluşlara mali ve teknik destek sağlayacaktır. Bu destekleri şu şekilde özetleyebiliriz.

MALİ DESTEKLER

Bölgenin kaynak ve imkânlarını tespit etmeye, ekonomik ve sosyal gelişmeyi hızlandırmaya, rekabet gücünü ve yenilik kapasitesini artırmaya ve ulusal ve uluslararası düzeyde etki ve etkinliği artırmaya yönelik her türlü strateji ve plan çalışması, araştırma, inceleme ve çalışmalarına yönelik mali destekleri kapsamaktadır. Bunların yanı sıra bölgedeki girişimcilik ve yenilikçilik kapasitesini geliştirecek nitelikteki;

- İş geliştirme merkezleri, teknoparklar ve teknoloji geliştirme merkezleri kurulması,
- İşletmelerin ortak kullanımına açık fuar, ticaret merkezi, sergi salonu, laboratuvar ve atölyelerin yapılması,
- İşletme destekleri faaliyetlerinin yürütülmesi, faaliyetleri de desteklenecektir.

TEKNİK DESTEK

Ajans, kurum ve kuruluşlara bölgenin yenilik kapasitesini artırmaya yönelik

- Eğitim verme,
 - Program ve proje hazırlanmasına katkı sağlama,
 - Geçici uzman personel görevlendirme,
 - Danışmanlık sağlama,
 - Lobi faaliyetleri ve uluslararası ilişkiler kurma
- kapsamında teknik destek verecektir.

DAHA FAZLA BİLGİ İÇİN

FIRAT KALKINMA AJANSI
Ferhadiye Mh. İl Genel Meclisi Binası, Kat:2 Malatya
Tel.: 0422 324 30 93 Faks: 0422 324 30 92
Web: www.fka.org.tr , e-mail: info@fka.org.tr

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Aygen, Selin. “İşletmelerde Yenilik Yönetimi Sürecinde Örgüt Yapılarında ve Hizmet Tasarımlarında Yaşanan Dönüşümler: Antalya İli Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Ampirik Bir Araştırma ve Hizmet Tasarımı Önerisi”, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2006.

Bingöl, Murat. “İşletmelerde Bilişim Teknolojileri ve Yenilikçilik: Erzurum, Erzincan ve Bayburt’taki İmalat İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma”. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2006.

Burgelman, Sayles. Inside Corporate Innovation. U.S.A.: Free Press. 1986.

Duygulu, Ethem. “İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007.

Eren, Erol. *İşletmelerde Yenilik Politikası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 1982.

Korkmaz, Nuray. *Sorularla Yenilikçilik (İnovasyon)*. İstanbul: İTO, 2004.

OECD ve Eurostat. *Oslo Kılavuzu, Yenilik Verilerinin Toplanması İçin İlkeler*. 3. Baskı. Tübitak, 2005.

Terzioğlu, Mustafa. “İşletmelerde İnovasyon Yeteneği: Denizli Tekstil Sektörü Örneği”. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 2008.

TÜSİAD. *Ulusal İnovasyon Sistemi*. İstanbul: TÜSİAD, 2003.

Vrande, Varaske; Jong, Jeroen; Vanhaverbeke, Wim; Rochemony, Maurice. “Open Innovation in SMEs: Trends, Motives and Management Challenges”. *Technovation*. 2009. ss. 423-437.

