

KOBİ'LER ve İNOVASYON

Mertcan ÖNEÇ

İÇİNDEKİLER



İNOVASYON



İNOVASYON TÜRLERİ VE
ÖRNEKLERİ



KOBİ'LER VE ÖNEMİ



KOBİ'LERDE İNOVASYON VE ETKİ
EDEN SÜREÇLER



TÜRKİYE 'DE İNOVASYON

İNOVASYON

- **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
- İnovasyon *“İşletme içi uygulamalarda, iş yeri 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

- Bir ülkede inovasyon, sürdürülebilir büyüme ile birlikte toplumdaki refahı ve iş olanağının artmasında ifade eder. Devletler için önceliklerden birisi de inovasyon için gerekli koşulları yaratmaktır. Bunun için gereken ise başarılı bir sistemin kurulup, etkin politikaların uygulanmasını sağlamaktır. Bilginin üretilmesi ve yayılarak uygulanması süreçlerini içeren, kurumlar arası etkileşimi odağına alan sistem yaklaşımı, inovasyon için son derece önem arz eder.
- İnovasyon yapamayan, “yenilikçi” ve “yıkıcı” ürün ve servisler geliştiremeyen firmaların rekabet ettikleri, hızla değişen pazarlar içinde küçüldüklerini ve söndüklerini görüyoruz. İnovasyona hazır olmayan firmaların, teknoloji ve dijital transformasyonun hızla ilerlediği 21’inci yüzyıl ekonomilerinde kalıcı olmaları beklenemez.

İnovasyon için Yol Haritası

- İnovasyon yol haritası üzerinde 4 temel hedeften bahsedebiliriz:
- Birincisi, çeşitlilik sağlamak, var olan ürün ve servis portföyünün gelişiminin önünü açmaktır.
- İkincisi, pazardaki çetin rekabette hayatta kalabilme ve pazar payı kazanma çabası ile hem müşterilerin hem de şirket paydaşlarının beklentilerini fark yaratan bir üstünlükle karşılayabilmektir.
- Üçüncüsü, düne bağımlı kalmadan, bugünün verileri ve trendleri ile geleceği görebilmek ve hazırlamaktır.
- Sonuncusu ise, büyüyebilmek ve ölçek ekonomisinden fayda ve kar sağlayabilmektir.

İnovasyon Türleri

- **İnovasyon**, kendi içerisinde ürün, hizmet, pazarlama ve organizasyonel olmak üzere 4 farklı çeşide ayrılır.



Ürün İnovasyonu

Farklı ve yeni bir ürünün geliştirilip, pazara sunulması sürecine ürün inovasyonu adını veriyoruz. Bu süreç sadece yeni bir ürünün ortaya çıkmasını gerektirmemektedir. Bununla beraber, var olan bir ürünün özelliklerini daha iyi bir doğrultuda geliştirmek veya farklılaştırmak da ürün inovasyonunun bir parçasıdır.



Ürün İnovasyonu Örnekleri

KARMAŞIK TUŞLARA ÇÖZÜM

Dünyanın en büyük otomotiv devlerinden BMW'nin karmaşık ön konsol tuşları için Playstation'un oyun konsolunun patentini kullanması da önemli inovasyon örnekleri arasında yer alıyor. Bu sayede el alışkanlığını da kullanan BMW bir çok övgü de almayı başardı.



Ürün İnovasyonu Örnekleri

ETRAFI KİRLETMEYEN KUPA

Kahve içerken en büyük sorunlardan biri de kupadan şans eseri sızan birkaç damla kahvenin masayı, laptobu, çeşitli evrakları kirletmesidir. Bu konuda çok basit ama harika bir çözüm var! Kupadan sızan damlalar artık fincanın altındaki haznede birikiyor.



Ürün İnovasyonu Örnekleri

SOĞUK KAHVEYE SON

Kahve veya çayınız sık sık soğuyor ve bunu ısıtmanızın imkanı yok mu? Küçük bir kit arayıcılığıyla cep telefonunuzun şarjı ile çay – kahvenizi ısıtmak çok kolay. Çok pratik bir yol olduğunu söylemek zor ancak inovasyon bir adımdır. Sonraki adımda geliştirilebilir.



Hizmet inovasyonu

Ürün inovasyonu gibi müşteriye sunulan bir hizmetin yenileştirilmesi veya geliştirilmesi üzerine kurulu bir sistemdir. Bunun haricinde tamamen yepyeni bir farklı hizmetin de ortaya konulması hizmet inovasyonu alanı içerisinde yer alır. Örneğin, bir hastane tahlil sonuçlarını alışlagelmişin dışında e-mail yoluyla hastalara gönderdiğinde bu bir hizmet inovasyonu olarak konumlandırılabilir.



Hizmet inovasyonu

Hizmet Türleri

1. Sağlık Hizmeti
2. Güvenlik Hizmeti
3. Servis Hizmeti
4. Sigortacılık Hizmeti
5. Eğitim Hizmeti
6. Bankacılık Hizmeti
7. Temizlik Hizmeti
8. Alış-veriş Hizmeti

Hizmet inovasyonu Örnekleri

E- Devlet

Resmi işleri düşündüğümüzde eski zamanlarda bürokrasiden daha fazla bahsetmek mümkündü. Örneğin Nüfus Cüzdanı çıkarmak istediğimizde başka şehirde ikamet etme durumunda eskiden öncelikle bağlı olduğumuz nüfus müdürlüğüne faks çekilmesi gerekiyordu.

Cevap gelmesi ortalama 3-7 gün sürdükten sonra onay geldiğinde kimliğimize kavuşabiliyorduk . Aynı şekilde ikametgah senedi, vs gibi evrakları almakta uzun sürüyordu. Adli Sicil Kaydı belgesi çıkarmak için 1 gün uğraştığımız zamanları da gördük. Devletimizin yaşama kattığı bu hizmet inovasyonu sayesinde devletle ilgili bir çok bilgiye hızlı şekilde ve kurumlara gitmeden erişmemiz mümkün.



Hizmet inovasyonu Örnekleri

Getir Uygulaması

Son zamanlardaki başarılı uygulamalardan birisi olan getir mobil uygulaması şimdilik istanbulda hizmet veriyor olsada başarılı bir hizmet inovasyonu örneği. Sürekli dolaşan getir servislerinin size yakınlığını öğrenip sipariş verebiliyorsunuz.



Pazarlama İnovasyonu

- Ürün ve hizmetler pazara sunulmak amacıyla geliştirilir ve üretilir. Ürün ve hizmetlerin daha çok satılması için daha fazla sayıda müşteri çekebiliyor olması gerekir.

Daha fazla müşteri çekebilmek için, ürün ve hizmetlerde farklı, değişik ve yeni tasarımların, ambalajların ve pazarlama yöntemlerinin geliştirilip kullanılması pazarlama inovasyonu olarak adlandırılır. Önceki bölümlerde sözü edilen Omega 3'lü yumurtaları çocukların ilgisini çekecek ve onları yumurta yemeğe özendirecek şekilde değişik paketlerde pazara sunan firma pazarlama inovasyonu yapmış olur.

Pazarlama Inovasyonu Örneği

Dünyanın en büyük teknoloji şirketi olarak kabul edilen, tasarıma yön veren ve yenilikleri ile herkesi kuyruklarda sabahlatan Apple, pazarlama inovasyonu söz konusunda olduğuunda rakipsizdir. Ürünlerinde az bir değişiklik olsa dahi tüm dünyanın ilgisini çekmeyi başaran bu markanın muhteşem bir pazarlama politikası vardır ve tüm pazarlama politikası inovasyona dayanır.

Apple ürünlerine ayrı isimler vermiştir mesela, Apple Laptop diyen kimse yoktur. Laptop Apple'dan alındıysa o artık MacBook'tur. Aynı şekilde telefonun adı da Apple değil iPhone'dur. Üstelik Apple sadece bununla da sınırlı kalmaz, Apple kendi fanlarını yaratmayı başaran ender firmalardandır. Apple ürünlerini almak isteyenler için "bekleyelim de fiyat ucuzlasın" diye bir durum söz konusu değildir. Apple ürünlerini tabiri caizse bir yatırım aracı gibi konumlandırmayı bilmiştir.



Organizasyonel İnovasyon

- Üretim, yönetim ve bir çok alanda işleşi düzenlemek, çalışmayı takip etmek ve kontrol altında tutmak gerekir. Bu sürece organizasyon denir. Yeni ve farklı çalışma yöntemleri, kullanılan mevcut yöntemlerin değiştirilmesi ve geliştirilmesine organizasyonel inovasyon denir.
- Amaç rekabetin içerisinde kalmak ve işleyişin verimli olmasını sağlamaktır.

Organizasyonel İnovasyon Örneği

GOOGLE OFİSLERİ

- Yazılım devi **Google**; ofis tasarımlarında ve ofis çalışma organizasyonda çok farklı düzenlemeler kullanmaktadır.
- **Google**; ofis mekan tasarımları ile çalışanlarını rahat, konforlu ve motive eden, baskı ve sıkıcılıktan uzak tutan bir yapı oluşturmuştur.
- **Google** ofislerinde çalışmak, mesaisi olan bir çalışma değildir. Çalışanlar zamanlarının istediklerini kısmını istediklerini yerde geçirebilirler. Ancak proje veya çözüm geliştirilecek ise ortak kararlar alınır.





Organizasyonel İnovasyon Örneği

GOOGLE OFİSLERİ

- Yazılım devi **Google**; ofis tasarımlarında ve ofis çalışma organizasyonda çok farklı düzenlemeler kullanmaktadır.
- **Google**; ofis mekan tasarımları ile çalışanlarını rahat, konforlu ve motive eden, baskı ve sıkıcılıktan uzak tutan bir yapı oluşturmuştur.
- **Google** ofislerinde çalışmak, mesaisi olan bir çalışma değildir. Çalışanlar zamanlarının istediklerini kısmını istediklerini yerde geçirebilirler. Ancak proje veya çözüm geliştirilecek ise ortak kararlar alınır.



İnovasyon Stratejileri

Günümüzde inovasyon işletme gelirlerinin artırılmasında, büyümede ve en önemlisi rekabet üstünlüğü sağlamada etkin bir yöntemdir.

İnovasyon stratejisi, inovasyon faaliyetlerinin yürütülmesine dair esasların ve kuralların belirlenmesi olarak tanımlanmaktadır.

İşletmelerin inovasyon stratejileri belirlerken; vizyon, misyon ve amaçları doğrultusunda hareket etmeleri gerekmektedir. Bununla birlikte inovasyon stratejileri örgütle ve departmanlarla uyumlu bir şekilde olmalıdır

İnovasyon stratejilerini saldırgan, savunmaya yönelik, **taklitçi, bağımlı, geleneksel, fırsatçı, elde etme, keşifsel** ve **arttırımsal** stratejiler olmak üzere sıralamak mümkündür.

KOBİ

- **KOBİ** (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler), yıllık 250 kişiden az işçi istihdam eden ve yıllık mali bilançosu 250.000.000 (iki yüz elli milyon) TL'yi aşmayan ve bu yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimdir.
- Kobi'ler ülkemizdeki işletmelerin çok büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Günümüzdeki Kobi tanımını sadece üretim yapan değil bütün işletmeleri karşılamaktadır.

KOBİ Türleri

- Kobilere, kendi içlerinde 3 sınıfa ayrılmaktadırlar. Bunlar;
- **Mikro Ölçekli KOBİ**
Çalışan sayısı 10'dan az, Yıllık Net Satış Hâsılatı veya Yıllık Mali Bilanço Toplamı 1 Milyon TL veya daha az
- **Küçük Ölçekli KOBİ**
Çalışan sayısı 50'den az, Yıllık Net Satış Hâsılatı veya Yıllık Mali Bilanço Toplamı 8 Milyon TL veya daha az
- **Orta Ölçekli KOBİ**
Çalışan sayısı 250'den az, Yıllık Net Satış Hâsılatı veya Yıllık Mali Bilanço Toplamı 40 Milyon TL veya daha az

Kobi'lerin Önemi

- Kobi'ler günümüzde ekonominin büyümesine oldukça yarar sağlamaktadır. Ekonomimizdeki istihdama, büyümeye ve yatırıma büyük destek vermektedirler.
- Özel şirketlerin birbiriyle rekabeti aynı zamanda ülkemizin gelişmişliğiyle doğru orantılıdır. Bu yüzden destek ve geliştirme programları ile Kobi'lerin büyümesi ülkemizin gelişmişliği bakımından önem arz etmektedir.
- Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de işletmelerin yaklaşık %99,8'ini KOBİ'ler oluşturmaktadır.
- Türkiye'deki istihdamın %77,8'ini , yatırım payının %53,2'sini ve üretimin %54,2'sini yine KOBİ'ler oluşturmaktadır.

KOBİ'LERDE İNOVASYON

- Başarının arkasından duran ve itme gücü sağlayan en önemli güç: İnovasyondur. Kurumun rakipleri karşısında beklenmedik hareket yaparak öne geçmek için kullandığı bilinç de inovasyondur. İnovasyon bir yaşam biçimidir ve benimsenmesi zaman alabilir. Bilinenin aksine; sadece yeni bir ürün icat etmek değil, mevcutta olan ürün, süreç gibi kavramlarla yeni değer yaratmak da inovasyondur.
- İnovatif ve yenilikçi düşünebilme, firmaların köklerinde var olmadığı takdirde, bu “geni” yaratabilmek veya canlandırabilmek için sadece yönetim ekibinde değil organizasyonun her seviyesinde değişimi tetiklemek ve inovasyona alan açmak gerekmektedir.

KOBİ'LERDE İNOVASYON

- İnovasyona sadece büyük ölçekli firmaların milyonlarca dolar harcayarak yarattıkları yeni ürün ve servisler olarak değil, **KOBİ**'lerin DNA'larına işlemeleri gereken yeni bir kod olarak bakmak daha doğru olur. İnovasyonu, KOBİ'lerin iş geliştirme ve sürdürülebilirlik süreçlerinin içine tamamen entegre edebilmenin önünde iki önemli konu yatmaktadır, ilki “şirketin inovasyon kültürü”, diğeri ise ortaya konulan “yöntem ve araçlardır.”

KOBİ'LERDE İNOVASYON

İnovasyon Kültürü

- KOBİ'lerin yaratıcılık ve yenilikçilik “moduna” geçebilmeleri için öncelikle firma kültürlerini “inovasyon frekansına” ayarlamaları gerekir.
- İnovasyon kültürü derken ekiplerin her kademesinde bulunması gerektiğini düşündüğümüz şu özellikleri sıralayabiliriz:
- Yeni, farklı ve yıkıcı fikirlere açık olmak, köklü, kalıtımsal ve katılaşmış fikirlere bağımlı kalmamak,
- Yenilikçi fikirleri dile getirirken kendine güvenmek ancak eleştiriye açık olmak, ekip içinde beyin fırtınalarını sürdürebilmek,
- Meraklı, yeni bilgiler edinmeye, denemeye, paylaşmaya hevesli olmak, başka sektör ve çevrelerden insanlarla tanışmaya, yeni ortamlarda bulunmaya gayret göstermek,
- İyi bir dinleyici olmak, dinleyerek öğrenmek, analiz etmek ve farkındalık yaratmak,
- Yenilmekten, hata yapmaktan çekinmemek, yenilgiden deneyim ve güç kazanmak.

KOBİ'LERDE İNOVASYON

İnovasyon için Yöntem ve Araçlar

- Bir KOBİ'de inovasyon kültürünün benimsenebilmesi, kısa sürede yaratılan başarı hikayeleri ile sağlanır. Bu başarı hikayelerini ve ötesinde inovasyon zincirini geliştirebilmek için, firmalar bazı yöntem ve araçları çalışma koşul ve ortamları içinde sağlamalıdır. Örnek vermek gerekirse bunlar ;
- Birbirinden kopuk ve iletişim içinde bulunmayan ekipler arasında fikir alışverişini desteklemek, ortak projeler yaratmak,
- Şirketin bulunduğu pazarın değer zincirinin tamamı üzerinde fikir ve bilgi sahibi olmayı organizasyon içinde teşvik ve motive etmek, bilgi ve fikir paylaşım ve iletişimi sağlayacak platformlar oluşturmak,
- Firma içinde sürekli eğitimi desteklemek, yenilikçi fikirlerin rahatça ve özgürce ifade edilebileceği, tartışılabileceği ve geliştirilebileceği zaman ve mekanlar sağlamak,

KOBİ'LERDE İNOVASYON

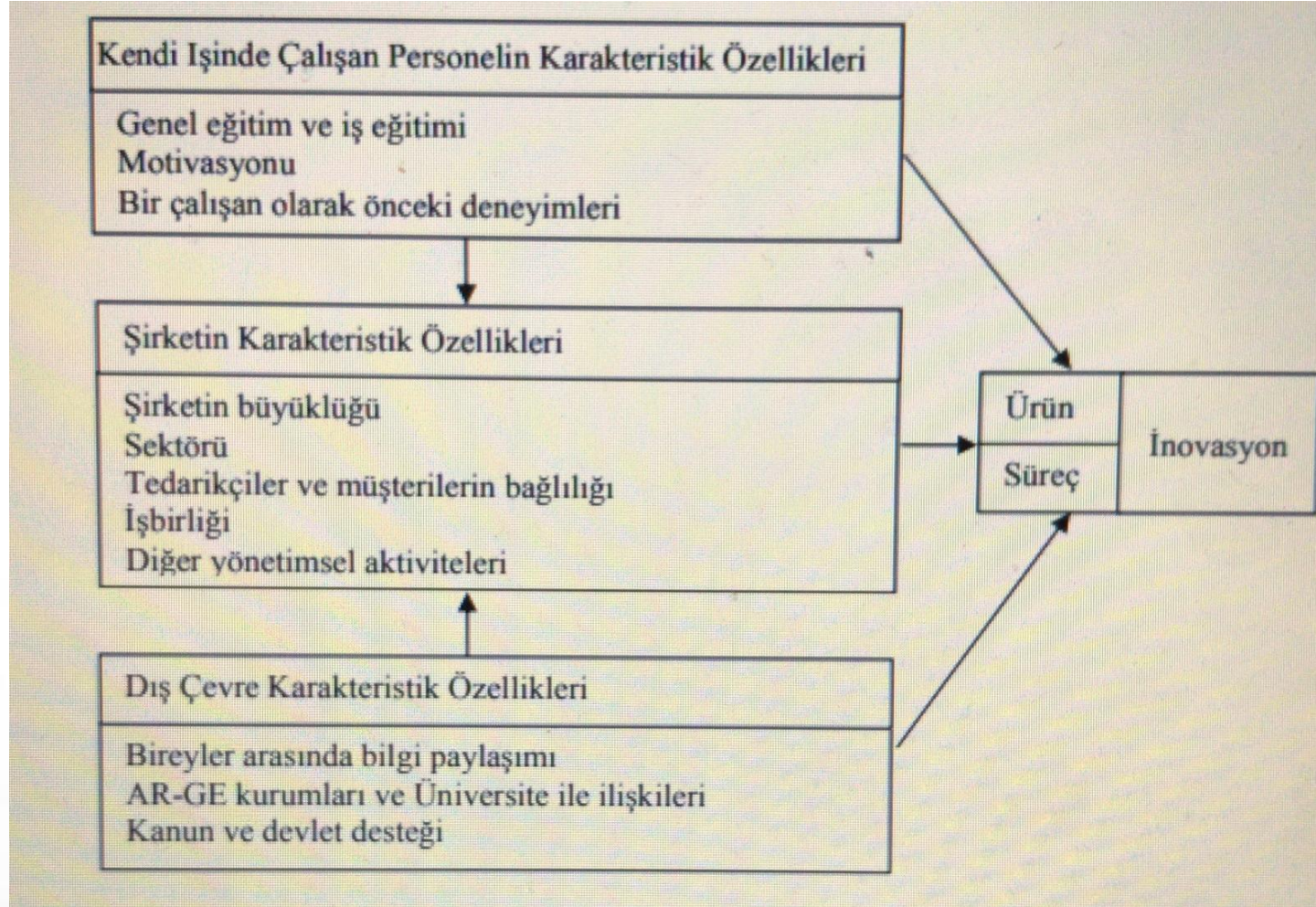
İnovasyon için Yol Haritası

- İnovasyon yol haritası üzerinde 4 temel hedeften bahsedebiliriz:
- Birincisi, çeşitlilik sağlamak, var olan ürün ve servis portföyünün gelişiminin önünü açmaktır.
- İkincisi, pazardaki çetin rekabette hayatta kalabilme ve pazar payı kazanma çabası ile hem müşterilerin hem de şirket paydaşlarının beklentilerini fark yaratan bir üstünlükle karşılayabilmektir.
- Üçüncüsü, düne bağımlı kalmadan, bugünün verileri ve trendleri ile geleceği görebilmek ve hazırlamaktır.
- Sonuncusu ise, büyüyebilmek ve ölçek ekonomisinden fayda ve kar sağlayabilmektir.

İNOVASYON SÜRECİ



KOBİLERDE İNOVASYONA ETKİ EDEN FAKTÖRLER



TÜRKİYE 'DE İNOVASYON

- Türkiye’de inovasyonun gelişimine bakılırken, öncelikli olarak Kalkınma Planlarındaki Ar-Ge ve yenilik kapsamındaki politikaları değerlendirmek doğru bir başlangıç noktası olacaktır. Teknoloji geliştirme ve inovasyon faaliyetlerinin özel sektör odaklı olarak artırılarak katma değere dönüştürülmesi, inovasyona dayalı bir ekosistem oluşturularak inovatif fikirlerin ticarileştirilmesi ve teknoloji yoğun ürün ve hizmetlerle Türkiye’nin rekabet gücünün artırılması Kalkınma Planlarındaki inovasyon politikalarının temel hedefleri olarak belirlenmiştir.
- Türkiye’de 1963 yılından bu yana dokuz adet beş yıllık Kalkınma Planı uygulanmış ve son olarak 2014-2018 yıllarını kapsayan Onuncu Kalkınma Planı yürürlüğe girmiştir. Uygulanan beş yıllık Kalkınma Planları çerçevesinde, Ar-Ge faaliyetleri ile konuyla ilgili destek ve teşvikler farklı boyutlarda gündeme gelmiştir

TÜRKİYE 'DE İNOVASYON

- 2008 yılında kabul edilen Ar-Ge Kanunu son şeklini Onuncu Kalkınma Planı ile planda yer alan Öncelikli Teknoloji Alanlarında Ticarileştirme Programı ve Kamu Alımları Yoluyla Teknoloji Geliştirme ve Yerli Üretim Programı kapsamında yasalaşan Ar-Ge Reform Paketi ile almıştır.

Bu reform paketi kapsamında gerçekleştirilen ve planlanan çalışmalar aşağıda sıralanmaktadır:

- Ar-Ge Merkezi asgari şartlarında değişiklik yapılmıştır.
- Ar-Ge ve tasarım merkezlerinde istihdam edilmesi gereken asgari Tam Zaman Eşdeğer (TZE) personel sayısı azaltılmıştır.
- Temel bilimler alanlarından mezun personel için sağlanan ek desteklerin kapsamında değişiklik yapılmıştır.
- Gelir vergisi stopaj teşviki uygulaması hayata geçirilmiştir.
- Sigorta primi desteği uygulaması getirilmiştir.
- Damga ve gümrük vergisi istisnası uygulaması başlatılmıştır.
- Rekabet öncesi işbirliği projelerine ek destek getirilmiştir.
- Tasarım merkezinin ve tasarım faaliyetlerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır.
- Siparişe dayalı Ar-Ge faaliyeti yürüten Ar-Ge veya tasarım merkezleri için siparişi veren şirketlerin de desteklenmesi amaçlanmaktadır.
- Öğretim elemanlarının Ar-Ge veya tasarım merkezlerinde istihdamının sağlanması planlanmaktadır.
- Tasarım tescil giderlerinin Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından karşılanması öngörülmektedir.
- Teknogirişim sermayesi desteği sağlanmakta ve teknogirişim sermaye desteği almış projelerin finansmanında kullanılmak üzere diğer şirketler tarafından sağlanan sermaye desteklerinin teşviklere konu edilmesi hedeflenmektedir.

TÜRKİYE 'DE İNOVASYON

TÜRK FİRMALARININ İNOVASYON PERFORMANSI

- TÜİK'in 2010-2012 yıllarını kapsayan üç yıllık dönem için 10 ve daha fazla çalışanı bulunan sanayi ve hizmet işletmeleri üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarına göre, 10 ve daha fazla çalışanı olan firmaların %48,5'i inovasyon faaliyetinde bulunmuştur. Bu kapsamda firmaların %17.7'si ürün inovasyonu, %20.4'ü süreç inovasyonu, %31.7'si organizasyonel inovasyon ve %34.7'si pazarlama inovasyonu yapmıştır. Aynı dönem içinde inovasyon faaliyeti devam eden firmaların oranı %14,2 iken inovasyon faaliyeti sonuçsuz kalan firmaların oranı ise %3,7'dir .