



MARKA VE İNOVASYON

Türker GÖKSEL



AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

İNNOVASYON YAP

Günümüz ortamını en iyi ifade eden sözcük rekabettir.

Küreselleşme rekabeti hem artırmakta hem de keskinleştirmektedir.

Ülke içindeki yapılar (alt yapı, sektörel yoğunlaşma, kümelenme v.s.) rekabette belirleyici öneme sahiptir.



İNNOVASYON YAP

Rekabet dün kalite ve ucuzluğa bağılı iken, bugünkü yeni paradigması inovasyondur.

İnovasyon kelimesi dilimize Latince “innovare” kökünden türetilen “inovasyon” kavramından geçmiştir.

İnovasyon kısaca; yenilik yapabilme kabiliyetidir.



İNNOVASYON YAP

Yenilik yapabilme; belirli bir sistem dâhilinde yapılması durumunda ancak etkin olabilmektedir.

İş dünyasındaki literatürlerde ise “para kazandıran, rekabette öne çıkaran yenilikler” olarak tanımlanıyor.

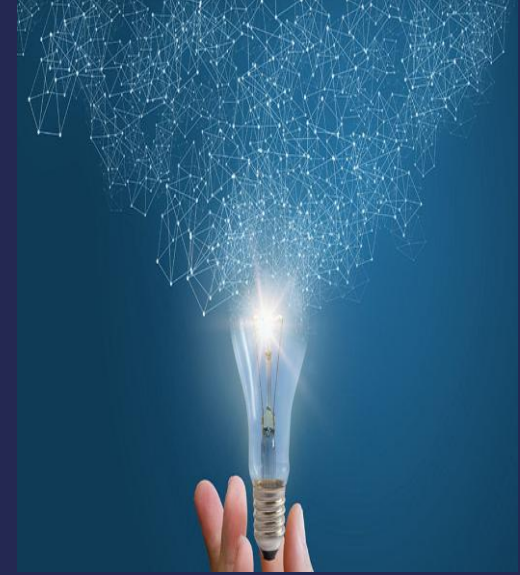


İNOVASYON YAP

Literatürdeki başka bir tanıma göre:

“Yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün hizmet veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır.”

İnovasyon kelimesi günümüzde rekabetçilikle birlikte kullanılan ve neredeyse klişe haline gelmiş bir kavramdır.



İNNOVASYON YAP

Hiper-rekabetçi iş ortamında kalıcı olmak ve sürdürülebilir karlı büyümeyi sağlayabilmek inovasyondan geçmektir.

Eskiden rekabet avantajı sağlamak için yeterli olan kalite ve maliyet avantajları bugün sadece geçici rahatlamalar sağlayabiliyor.



İNOVASYON YAP

Ürünlerin ve hizmetlerin giderek birbirine benzediği, hızla metalaştığı ve bir iletişim bombardımanı ile benzerleri arasında tüketiciye sunulmaya çalışıldığı günümüz pazarlarında, önemli olan farklılık yaratmaktır.

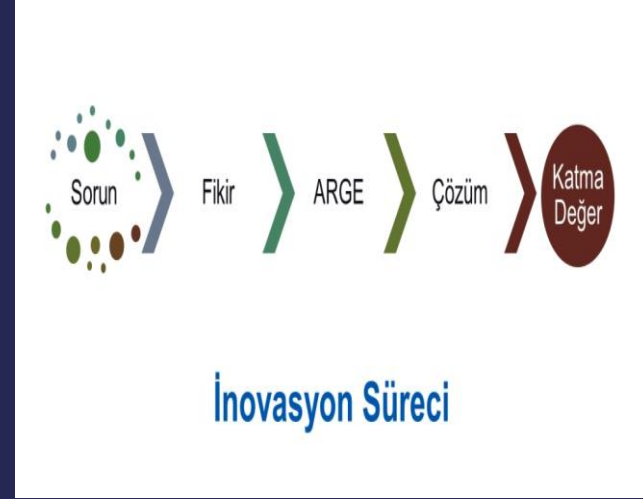
Ancak hiçbir ürün veya hizmet kalıcı değildir.



İNOVASYON YAP

Dolayısıyla, daha da önemli olan, sürekli inovasyon yapabilme ve farklılığı her seferinde kendini aşarak yaratabilme, yani bilme ve farklılığı her seferinde kendini aşarak yaratabilme, yani inovasyon yeteneğine kavuşabilmektir.

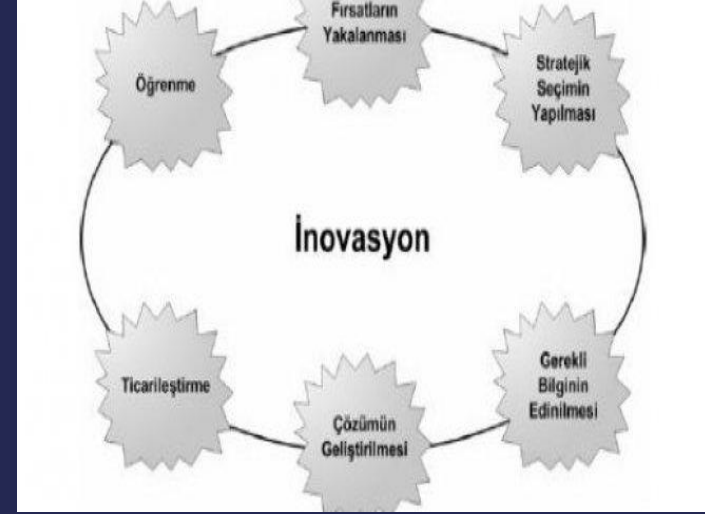
Bugün ve yarın sürdürülebilir karlılık ve sürdürülebilir büyüme için tek yol inovasyondan geçmektedir.



İNNOVASYON YAP

Örneğin; Avrupa Komisyonu 2009’u Avrupa İnovasyon Yılı ilan etti.

PWC Trendsetter Barometer’in 2005 yılında ki araştırma sonuçlarına göre Amerika’nın en hızlı büyüyen özel şirketlerinin üçte ikisinin CEO’ları inovasyonun şirket çapında bir öncelik olduğunu ve iş sonuçları üzerinde önemli bir olumlu etkisi olduğunu söylüyorlar.



İNNOVASYON YAP

Aynı araştırma sonuçlarına göre, inovasyonda en iyi şirketler, cirolarının %75'inden fazlasını 5 yıl önce var olmayan ürün ve hizmetlerden yapıyorlar.

IBM firmasının 2006 yılındaki araştırmasında dünya çapında 765 CEO, inovasyonun en önemli konu olduğunu söyledi.



İNOVASYON YAP

Motorola firmasının CEO'su Ed Zander, ise konuya ilişkin “Bu göreve geldiğimden beri bütün yaptığım, tek bir kelimeye odaklanmak oldu: İnovasyon.” Diyerek inovasyon kavramının önemini vurgulamıştır.

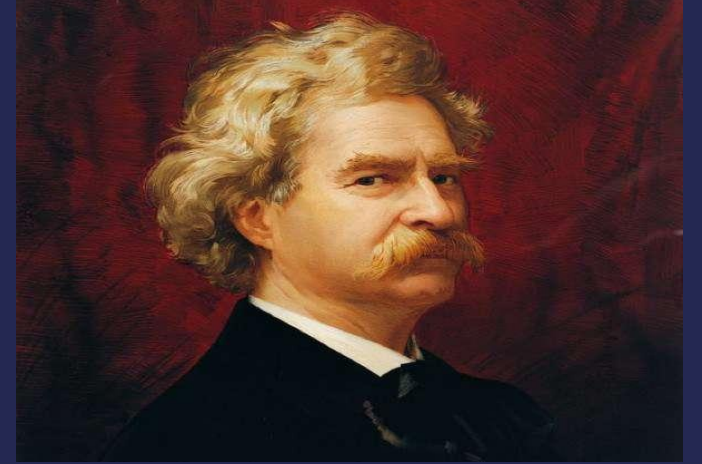


İNOVASYON YAP

Mark Twain bir keresinde şöyle yakınmış:

“Çok ender olarak bir fırsatı, fırsat olmaktan çıkmadan önce görebilmişimdir.”

Kendilerinin düşünmüş olduğu bir yeniliği, bir rakiplerinin yaptığını görmek, bir çok şirketin kaderidir.



İNOVASYON YAP

Daha da kötüsü, bu fikir, farkına varılıp piyasaya sürülebileceği yeterince yüksek bir düzeye erişmeden, kendi organizasyonları içinde uzun bir süredir dolanmakta olabilir.

İyi fikirler havada uçuşur; ustaları acemilerden ayıran özellik, yeni fikirleri yakalayıp değerlendirmeye tabi tutmakta ve daha sonra geliştirilip başarılı bir şekilde piyasaya sürmekte ne kadar iyi organize olduklarıdır.



İNNOVASYON YAP

Şirketlerin çoğu yenilikçi kültürden yoksundur, fakat az sayıda rekabet üstünlüğünün uzun ömürlü olduğu aşırı rekabetçi pazarda, yenilikçilik en iyi savunmadır.

Yenilik yapmak risklidir, fakat yapmamak öldürücü olabilir.



İNOVASYON YAP

Günümüz koşullarında yaşanan hızlı değişim sürecinde markaların ayakta kalabilmesi, sürekli gelişme anlayışıyla birlikte ürün, hizmet veya süreçlerini iyileştirmesi, geliştirmesi, gerektiğinde yenilerini sunmasına, değişimin önüne geçebilecek şekilde fark atmasına bağlıdır.



İNNOVASYON YAP

Dolayısıyla yenilikçilik gözlemlenebilir, ölçülebilir ve gerçekleştirilebilir bir yetenek olarak şirketlerin sürdürülebilir rekabet gücünü artırmada çok önemli bir araç olmaktadır.

Bugün ve gelecekte şirket performansına etki edecek, rekabet avantajı kazandıracak nitelikte farklılıklar oluşturma gücünü sağlayan yenilikçi düşünce ortamının gelişmesi, tüm sektördeki şirketler için vazgeçilmez bir unsurdur.



İNOVASYON YAP

Bu sebeple şirketler:

İnovasyonu teşvik eden bir ortam sağlanmalıdır.

İnovasyona sürekli açık olmalıdır.

İnovasyonu sadece Ar-Ge bölümü değil, tüm çalışanlar sağlayabilmelidir.

Yeni bir fikrin ortaya çıkışından, uygulama aşamasına kadar her aşamada yenilikçi düşünce yapısını göstermelidir.



İNOVASYON YAP

Müşterilerden gelen sorun ve öneriler yenilikçi düşünme yaklaşımı ile çözümlenmeli hatta bunu bir rekabet avantajına dönüştürmelidir.

Rekabetin giderek keskinleştiği global piyasalarda geliştirilen stratejiler son derece önemlidir.

Coca-Cola, Pepsi'ye; Samsung, Apple'a, BBC, CNN'e ve GM, Ford'a karşı sürekli tetikte olmak zorundadır.



İNOVASYON YAP

En iyi rekabet stratejilerinden biri sürekli kendini yenilemek ve inovasyon yapmaktır.

Yenilikler, ürün çeşitlerinde, müşteri servislerinde, maliyet düşürme ve dağıtımda özellikle önemlidir.

Müşterilere değer kazandıran yenilikler, rakip firmalar karşısında etkenlik ölçüsüdür.

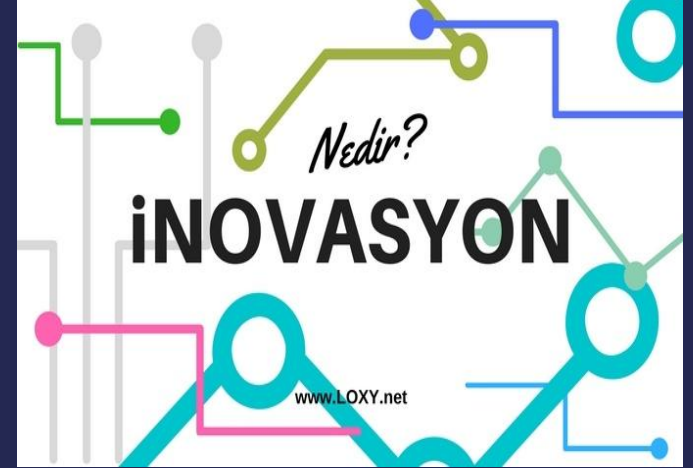
Burada rakiplerin zayıf taraflarından yararlanmak söz konusudur.



İNNOVASYON YAP

Tüm dünyada lokomotif durumunda olan otomotiv sektörü hız alduğunda; her altı ayda yeni bir otomobil modelinin kullanıcıların beğenisine sunulduğu görülmektedir.

Otomobil üreticilerine bağlı olarak, tüm yan sanayi durumundaki firmalar da bu ortamdan büyük oranda etkilenmektedir.



İNOVASYON YAP

Bu durum global pazarlarda meydana gelen kıran kırana rekabet ortamından kaynaklanmaktadır.

Şirketlerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve pazarda rekabet şansı elde edebilmeleri için, yenilikçi kabiliyetlerini sürekli olarak artırmaları gerekmektedir.



İNNOVASYON YAP

Yenilikçilik, karmaşık düzeyi ne olursa olsun parlak fikirlerin pazarı yakalama başarısı sağlayacak şekilde uygulanmasıdır ve yenilikçilik, kesinlikle icat değildir.

Örnekleme gerekirse, telefon bir icattır; ancak cep telefonu bir yenilikçiliktir.

Bir adım sonrası da örneğin, WAP'lı cep telefonu da yenilikçiliktir.



İNNOVASYON YAP

Yenilikçilik olan ürünlerde sürekli bir değişiklik ve yenilik söz konusudur.

Öyle bir yenilik ve değişiklik ki, özellikleri sayesinde müşteri sayısını sürekli arttırıyor ve yenilik ve değişikliği yapan firmaya sürekli artan bir karlılık ve rekabet gücü kazandırıyor.



İNNOVASYON YAP

Teknolojik ürün ve süreç yenilikçiliği, yeni veya teknolojik olarak iyileştirilmiş, geliştirilmiş ürünlerin pazara sunulması; yeni veya teknolojik olarak iyileştirilmiş, geliştirilmiş ürün ve süreçlerin üretimde kullanılmasını ifade eder.



Orijinal boyutu 300 x 450



İNNOVASYON YAP

Teknolojik olarak yeni bir ürün, teknolojik özellikleri veya kullanım alanları daha önce üretilen ürünlerden belirgin bir şekilde farklılık gösteren ürünlerdir.



İNOVASYON YAP

Bu tip bir yenilikçilik tamamıyla yeni bir teknolojiyi veya var olan teknolojilerin yeni alanlara uygulanmasını içerebilir ya da yeni bir bilgi, bulgunun kullanıma geçirilmesinden meydana gelebilir. İlk mikroişlemci, ilk video cihazı ve walkman bu bölüme örnek olarak gösterilebilir.

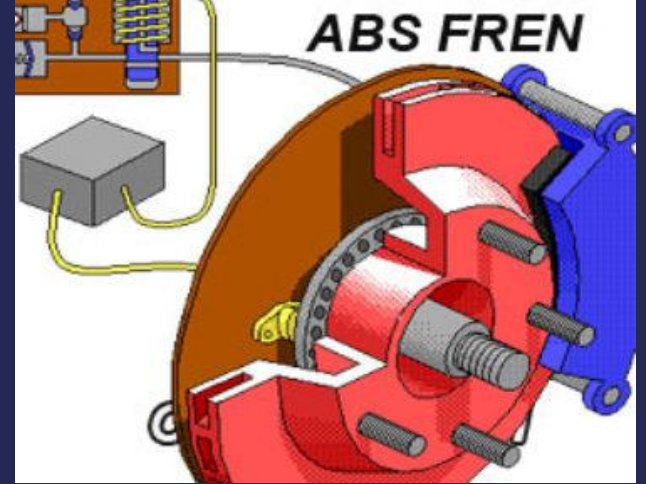


İNOVASYON YAP

Teknolojik olarak iyileştirilen veya geliştirilen ürün, halen mevcut olup performansı veya özellikleri belirgin bir şekilde iyileştiren üründür.

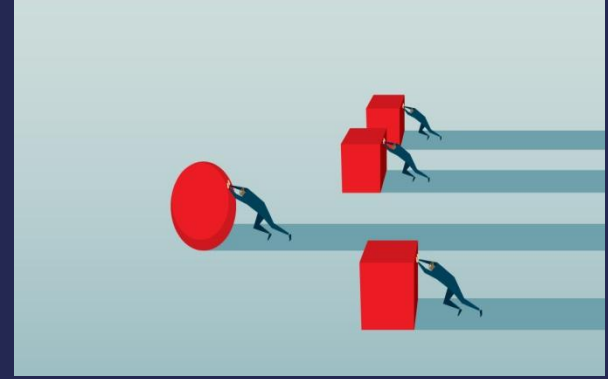
Çevreye duyarlı ürünlerin geliştirilmesi bu kavram altında değerlendirilir.

Örneğin, otomobillerde kullanılmak üzere geliştirilen ABS fren sistemleri bu kategoriye girer.



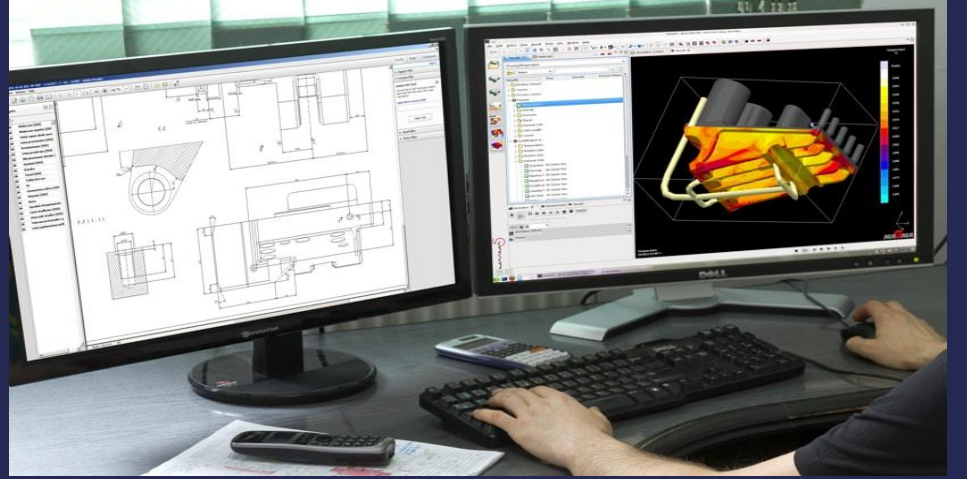
İNOVASYON YAP

Teknolojik süreç yenilikçiliği, teknolojik olarak yeni olan veya belirgin bir şekilde iyileştirilmiş üretim yöntemleri kullanılarak üretilmesi mümkün olmayan, teknolojik olarak yeni veya iyileştirilmiş ürünlerin üretilmesine veya mevcut ürünlerin üretim verimliliğini arttırmaya yönelik yöntemler olabilir.



İNNOVASYON YAP

Örneğin bilgisayar yardımlı tasarım (CAD) yoluyla yazılım uygulamaları geliştirme yönteminin uygulanması süreç, yenilikçiliğine girer.



İLETİŞİM

 tgoksel@aku.edu.tr

 tgoksel55@hotmail.com

 twitter.com/tgoksel55

 [instagram.com/turker_goksel/](https://www.instagram.com/turker_goksel/)

