



# Inovasyonun Renkleri

Tarih: Ağustos 2009

Sayı: 8




**Inovasyon Liderlerinden ..... 1-2**

Küresel liderlerle McKinsey Röportajları: Cisco CEO'su John Chambers ..... 1-2


**-35: Yenilikçi Portre ..... 3-5**

Ergi Şener Röportajı ..... 3-5


**Duydunuz mu? ..... 6-7**

Uluslararası İşbirliği Etkinlikleri (INCO) Alanı 2010 Yılı Çağrılarını ..... 6

3.Uluslararası Gelecek için Öğrenme Alanında Yenilikler Konferansı 2010: e-Öğrenme .. 6-7

Nanobilimler, Nanoteknolojiler, Malzemeler ve Yeni Üretim Teknolojileri (NMP) Alanı

2010 yılı çağrılarını ..... 7

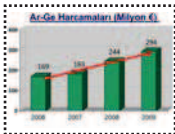
AB 7. ÇP Kapasiteler Özel Programı ..... 7


**Inovasyon Süreçleri ..... 8**

Inovasyonun Geleceği-The Future of Innovation Projesi ..... 8


**Havadan Sudan Derin Konular ..... 9-10**

Kavramdan Ticarete: Yeni İnovasyon Modelleri İşbirliği ve Büyüme Teşvik Ediyor (1) .. 9-10


**Güncel Bakış ..... 11-12**

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) 19. Toplantı Notları ..... 11-12

## Küresel liderlerle McKinsey Röportajları: Cisco CEO'su John Chambers

Bu sayımızda McKinsey Quarterly dergisinin Cisco CEO'su John Chambers ile yaptığı röportajdan bölümlere yer verdik. Bu röportajda ekonomik kriz sürecinde Cisco'nun yönetim ve inovasyon stratejisi, Web teknolojilerinin geleceği ve darboğaz dönemlerinin şirketlere sunduğu önemli fırsatlar üzerine değerlendirmeler bulabilirsiniz.

### Ekonomik Kriz: Fırsatlar için pozisyon almak

#### İlk olarak herkesin aklındaki soru ile başlayalım: darboğaz ve ekonomik krizi nasıl değerlendiriyorsunuz?

"Birçok kişi gelecek ay veya gelecek çeyrekte ne yapacaksınız?" diye soruyor. Bu benim son 20 yılda yaşadığım 5. darboğaz. Bütün bu süreçlerin tamamından pazar payımızı artırarak ve kriz öncesi döneme göre güçlenerek çıktık. Bunun aslında biraz da kısa dönemli düşünmememize bağlı. Hiç kimse kesin olarak bilemez. Ancak ister 6 aylık dönem, isterse 24 aylık dönem için olsun biz kendimizi hazır tutmaya çalışıyoruz. Burada strateji değişmez. Ancak bana sorarsanız, sanki ekonomi toparlanmaya başladı gibi hissettiğimi söylemem gerekir. Tüketicilerim, ilk defa

olarak, ayaklarının altında sağlam bir yapıya sahipler. Bunun yine yıkılmayacağı veya uzun zaman düzgün biçimde kalacağına dair garanti yok. Ancak yine de yükselişe geçmeden önce bir toparlanma yaşamamız gerekir.

#### Müşterilerinize ne diyorsunuz? Paydaşlarınızın, çalışanlarınızın oldukça endişeli olduklarını hayal edebiliyorum. Onlara ne diyorsunuz?

Onlara söylediğim en önemli kararlarını gelecek aya veya gelecek çeyreğe yönelik vermemeleri. Çünkü büyük ihtimalle yanılacaklar. Buna ek olarak keşke bizim de her zaman bunu yapabildiğimizi söyleseydim ancak bir parçası ekonomik sorunlar olan bizim pazar değişimi olarak adlandırdığımız süreci ne kadar iyi idare ettiğiniz sizin gelecekteki yerinizi belirleyecektir. Ve kaçınılmaz olarak, ne kadar yıkıcı olurlarsa, o kadar çok fırsat doğururlar. Sonuç olarak müşterilerimiz, çalışanlarımız ve hissedarlarımızla açık ve şeffaf bir şekilde sadece iletişim kurarız. Şunu açıkça belirtmeliyim ki dünyadaki en büyük hükümetler, şirketler ve önemli ekonomistlerle konuşuruz ve bunu kimse bilmez. Bunun sonucunda en olası senaryoları ortaya koyarız ve bunun içerisine nasıl esneklikler getirebiliriz bunu düşünürüz. Müşterilerimize de böyle bir yöntem izlediğimizi anlatırım.

#### Etrafınıza ekonomiye ve çeşitli sektörlere baktığınızda, dizlerinin üstüne çöken veya Ar-Ge'de kısıtlamalara giden şirketler görürsünüz. Birçok şirkette inovatif girişimlerin büyük bir bölümü askıya alınmış durumda. Siz aslında bunun tam tersi bir durum sergiliyorsunuz. Şu anda ne yaptığınızı açıklayabilir misiniz?

Öncelikle bunu kendi bağlamına yerleştirmeme izin verin. 1993, 1997 ve 2001- ki bu dönemler bizim sektör için ölüm kalım dönemi, daha sonra yine 2003 ve şimdi 2009: bunlar karşılaştığımız en önemli 5 ekonomik sorun. Eğer tabiri caizse, bunların her birine elimizde, ekonomik anlamda zor koşullar altında çeşitli adımları değerlendirdiğimiz bir senaryo ile girdik. Zamanla bu senaryo ve adımlarda bazı değişiklikler oldu ancak çok büyük bir değişiklik olmadı. Daha sonra ekonomik sorunun kendine has özelliklerine göre bir oyun planı ortaya koyduk. Sonuç olarak, 2001 krizinden de ders alarak, şu anda bulunduğumuz noktadayız ve bu krize elimizde 34 milyar dolar nakitle girdik. Bu yapı çoğunlukla çeşitli yetkilendirilmiş grupların etrafında şekillenen bir inovasyon yönetimi yapısı aslında. Arkasında çok disiplinli bir sürecin bulunduğu bu yetkilendirilmiş gruplar bir anlamda bizim daha önce başaramadığımız başarı oranında, hızda ve etkinlikte pazarlarda hareket edebiliyorlar. Şu anda etrafta gerçekleşmekte olan bütün o pazar değişimlerini gözlemleyebiliyoruz. Sonuç ola-

rak daha önceki ekonomik darboğazların her birinde yaptığımız gibi yılda bir veya 2 yerine, şu anda 30 tane yapacağız. Bu kulağa imkânsız gelebilir. Ancak 2001 yılında başlattığımız yapı olmadan, 2003 yılında bu yapıya eklediğimiz disiplin olmadan, bu imkânsız olabilirdi. Ve bu tamamen işbirliği ve ağ teknolojileri ile olanaklı hale gelmiş Web 2.0 olarak adlandırılan teknolojinin etrafında şekilleniyor. Sonuç olarak, teknoloji olmadan, kurumsal yapıya ve doğru iş modeline sahip olsaydınız bile, bunu başaramazdınız. Aslında kibarca söylemenin bir yolu, "Tarihimizde hiç olmadığımız kadar saldırgan olacağız".





### **Ayakta kalabilmek, inovasyon yapmak ve çığır açmak konusunda öğrendiğiniz en zor ders ne oldu? Neler öğrendiniz?**

Aslında cevabımı birkaç parçaya ayırmalıyım. İlk olarak, kulağa hızlı hareket ediyormuşuz gibi geliyor olabilir ancak –hiç şüphenez olmasın– attığımız adımlar ile ilgili oldukça disiplinliyiz. Dolayısıyla ilk bölüm ekonomik darboğazların kuralları olduğudur. Bunlardan ilki gerçekçi olsun: ne kadarı makro çevre kaynaklı, ne kadarı sizden kaynaklanmakta? Ve burada kendinizden kaynaklı bölümü bir şeylere girişmeden hedef almak zorundasınız. İkinci olarak, ne kadar derin olacağını ve ne kadar uzun süreceğini belirleyin ve kurnaz bir biçimde, planınızı uygun yapın. Genelde düşündüğünüzden daha derin olacaktır ve daha uzun sürecektir. Üçüncüsü ise sürecin belirli bir bölümünde tüketicinize nasıl yaklaşacağınız ve bu darboğazları yakın pazarlara girmek için nasıl kullanacağınız gibi kavramlarla ilintili. Bunun için çok disiplinli bir yaklaşımımız var.

Bu aslında disiplinli bir süre, bir şey deneme isteği içeren bir inovasyon ve eğer işe yararsa bunun etrafında bir strateji geliştirmenin birleşiminden oluşmakta. Ve tabii ki bu aslında hatalarla da ilişkili. Biz de tabii ki birçok hata yaptık. Ancak tekrar edenler biz hızlı hareket etmediğimizde olanlar. Siz “Ama John siz olağanüstü bir hızda hareket ediyorsunuz”

diyebilirsiniz. Bu doğru olabilir ancak kaçır-dığımız fırsatların tümü çok yavaş olduğumuzdan kaynaklandı. Aynı öneme sahip ikinci faktör ise, ölçüm yapabilecek, yeterli esnekliğe sahip ve tekrarlanabilecek bir süreç olmadan çok hızlı hareket ederseniz, bu da neredeyse yavaş hareket etmek kadar kötüdür. Sonuç olarak bence burada konuştuğumuz modeller geleceği temsil ediyor.

### **Büyük resim: Web teknolojisinin geleceği.**

#### **Saldırgan olacağınızdan bahsetmişsiniz. Bu ne anlama geliyor?**

Saldırgan olmak aslında daha önce geleneksel olarak çok daha yavaş gireceğimiz yeni pazarlara daha saldırgan biçimde girmek anlamına geliyor. Bunun nedeni aslında sadece ekonomik darboğaz değil, isterseniz bunu fırsatların oluşması olarak tanımlayabiliriz. Ya geçersiniz ve kapılar arkanızdan kapanır ya da kapılar geçmenizi engeller. Hizmet teknolojisi, depolama teknolojisi, ağ teknolojileri ve yazılımın bir araya geldiği veri merkezlerinin sanallaşması gibi olağanüstü hızlarda birçok fırsat ortaya çıkıyor. Eğer hemen harekete geçmezseniz, geride kalırsınız. Bu aslında sadece veri merkezi ile ilgili değil. Bu ev araç gereçleri, video ekipmanları ve daha birçok şeyle ilgili. Fakat aynı zamanda bu sadece bireysel ürünlerle de ilgili değil, bunların mimari olarak nasıl bir araya gelip

iş modellerini ve eğlenceleri değiştirdiği; ya da spor alanlarında nasıl hareket ettiğiniz, stadyumları nasıl döşediğiniz ve bunları direk olarak eve uygulamanız ile ilgili. Bu aslında bu tür değişimleri yakalamak veya geride kalmak ile ilgili. Sonuç olarak şu anda, zaman bize yanılıp yanılmadığımızı gösterecek , ama öyle bir şekilde hazırlanmış durumdayız ki, daha önce olduğu gibi sadece 1 veya 2 önceliğimizi değil, neredeyse 30 şeyi yapabilecek şekilde yapılmış durumdayız. 90'ların başlarında siparişleri internet üzerinde aldığımızda ve müşteri desteklerini internet üzerinden ver-meye başladığımızda, “Bunu yapan sadece siz yüksek-teknoloji kişilersiniz. Zaten biraz tuhafınız da” derlerdi. O dönemde aslında önümüzdeki 3 yıl içerisinde bütün endüstrilerin bizi izleyeceğini biliyorduk ve bu tür yaklaşımları sadece Cisco için verimlilik ve büyü-me getirmede, aynı zamanda müşterilerimiz ve rakiplerimiz için de en az on yıllık bir büyüme getirdi.

Şu anda bize göre bu verimlilik büyümesinin ikinci aşamasındayız. Bu aslında Web 2.0 adındaki işbirliklerine olanak sağlayan işbirliği ve ağ-destekli teknolojiler etrafında şekillenecek. Ve şu anda gördüğünüz, sorunuzun ilk kısmına cevap olarak, bu tür teknolojilerin kullanımında olağanüstü bir patlama dönemi. Aslında benim insanlara bunu kullanmalarını söylemem yukarıdan aşağıya bir yaklaşım

değil. Ben sadece mümkün olanı gösteriyorum ve sonra bir şekilde bu bir virüs gibi büyüyor. Örneğin bizim Web günlüğü. Eğer bana 3-4 yıl önce bu günlüğü kullanacağımı söyleseydiniz size bunun mümkün olmadığını söylerdim. Şu anda web günceleri benim çalışanlarla özellikle video paylaşımı konusunda iletişim şeklim. Tartışma forumlarını kullanım şeklimiz, orada halen tartışılan konular şu anda neredeyse 1600 civarında. YouTube özelliklerini alıp kendi içimizde uyguladığımız şekliyle CiscoVision 66.000 çalışandan 54000'i tarafından geçen sene kullanıldı. Benzer örnekler daha da artırılabilir. Bu rakamlar açıkça bir pazar değişimini gösteriyor. Bu da bizim daha önce bahsettiğimiz yeni organizasyon yapıları ve iş modellerine olanak sağlıyor. Bu belki de şu andaki en devrim niteliğinde şey. Geçmiş son birkaç yılda bilgi teknolojilerine yatırım yapmak size direk olarak verimlilik getirmede ya da yaşam standartlarınızı değiştirmede. Ancak bu yeni teknolojiler verimliliğin gelecek neslini getirecek.



## Ergi Şener Röportajı

### Bize biraz kendinizden bahsedebilir misiniz?

30 Mart 1982, Boppard, Almanya doğumluyum. Ankara Atatürk Anadolu Lisesi'ndeki eğitimimi tamamladıktan sonra, Sabancı Üniversitesi Mikro-elektronik Mühendisliği'nden 2005 yılında; Sabancı Üniversitesi Sanayi Liderleri Yüksek Lisans Programı'ndan ise 2007 yılında mezun oldum. "Sanayi Liderleri" Türkiye için oldukça yeni bir program. Bir öğrenci, lisans mezuniyet alanında yüksek lisans eğitime devam ederken, aynı zamanda MBA Programı ile ortak dersler alarak İşletme yüksek lisansını da tamamlıyor. Ben mühendislik alanında mezuniyet projemin de etkisiyle Telekomünikasyon Mühendisliği'ne yöneldim ve Telekomünikasyon ve İşletme alanlarında yüksek lisans eğitimimi tamamladım. Sanayi Liderleri Programı'nın bir diğer özelliği de, en az 6 ay kurumsal bir şirkette çalışıp, belirlenen bir Proje'yi tamamlama gereği. Alcatel-Lucent firması, Satış Bölümü bünyesinde, "Kamu, Savunma ve Güvenlik Sektörlerine yönelik pazar araştırması ve iş geliştirme" Projesi ile bu çalışmayı gerçekleştirdim. Proje hedeflerim, Türkiye Telekomünikasyon sektörüne yönelik olarak Türkiye ve yurtdışındaki gelişmeleri incelemek; bunlardan Türkiye için uygun olabilecek ve Alcatel-Lucent bünyesine geliş-

tirilebilecekleri raporlayarak üst yönetime sunmak; onaylanan projelerin analizlerini yaparak, süreç raporlarını ve proje planlarını hazırlayıp, Proje yönetimini yönlendirmeyi kapsıyordu.

Yüksek lisans sonrası, Üniversite sırasındaki çalışmalarım ve akademik geçmişim dolayısıyla, Sabancı Üniversitesi tarafından desteklenerek GOSB Teknopark içerisinde kurulmakta olan bir teknoloji firmasına katıldım. Haziran 2007'den, Haziran 2009'a kadar da bu firmada "İş Geliştirmeden Sorumlu Pazarlama Direktörlüğü" görevinde bulundum. Temel olarak RFID (Radio Frequency Identification) teknolojisine yönelik uygulamaları hayata geçirerek; insanların ve şirketlerin hayatlarını kolaylaştırmaya çalıştık. Firmadaki çalışmalar sırasında, pek çok uluslararası firma ile ortaklıklar gerçekleştirildiği gibi, bir projem TÜBİTAK TEYDEB (Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı) tarafından desteklenmeye değer görüldü. Bir de uluslararası patent başvurusu gerçekleştirildi. Firmamız, GOSB Teknopark tarafından da iki senedir, teknoparkta yer alan en inovatif şirketlerden biri olarak gösterilmekte.

Şu anda halen Yeditepe Üniversitesi İşletme Bölümü bünyesinde, Pazarlama alanında doktora eğitimime devam etmekteyim ve İşletme lisans öğrencilerinin bazı derslerine

konuk öğretim görevlisi olarak girerek ders vermekteyim. En son, "Organizational Change & Innovation" dersine girdim. Ağustos ayı itibarıyla Garanti Ödeme Sistemleri (GÖSAŞ) Pazarlama Bölümü'nde CRM üzerine çalışmaya başladım.

### Girişimcilik projeniz nedir?

Aslında tek bir girişimcilik projemiz bulunmuyor, genel olarak RFID teknolojisi odaklı çalıştığımızdan dolayı, bu teknolojinin farklı uygulama alanları doğrultusunda pek çok yenilikçi uygulama hayata geçirdik. Ancak, kart teknolojilerine, özellikle temassız kart teknolojilerine yoğunlaştığım bir dönemde patent başvurusu ile sonuçlanan bir projenin tasarlanıp tamamlanmasından detaylı bir biçimde bahsetmek istiyorum.

### Bu projenizdeki inovasyon/inovasyonlar nedir?

Temassız kart teknolojileri, 2000'li yılların sonlarından itibaren hayatımızın bir parçası haline geldi. Bugün hemen herkes, bu kartlardan bir ya da birkaç tanesini geçiş amaçlı (access), ödeme amaçlı (kredi kartları), toplu taşımada bilet olarak, ya da promosyon kartları olarak kullanmakta. Biz bu kartların maksimum uygulamayı destekleyecek bir şekilde entegre

olması için çalışmalarda bulunduk. Ancak, RFID teknolojisinin farklı frekansları ve bu frekanslara bağlı olarak da farklı okuma mesafeleri (range) bulunmakta. Bankacılık alanında güvenlik nedeni ile yakın mesafe etiketler (tag) kullanılırken, OGS benzeri ya da tedarik zinciri yönetimi tarzı uygulamalarda daha çok uzun mesafeli etiketler kullanılıyor. Ancak bu durum, kartların kullanım alanlarını kısıtlamakta, bu durum da kullanılan kart sayısının sürekli olarak artmasına yol açmaktadır. Projenin



çıkışı, tek bir etiket ile hem kısa mesafe, hem de orta-uzun mesafe (7-8 metre) uygulamaları destekleyebilecek bir etiket tasarımı yaparak, bunu kart içerisinde kullanmaya dayanıyordu. Bu uygulamayı da daha önce anlaşılmaya vardığımız Fenerbahçe Spor Kulübü bünyesinde yenilemekte olduğumuz Kongre Kartları'nda kullanmayı önerdik. Önerimizin Kulüp tarafından kabul edilmesi ve desteklenmesi ile bu uygulama üzerinde çalışmaya başladık. İlk kartları, iş ortaklığımız bulunan Alman bir firma ile anlaşarak ürettirdik ve kendi yazılımımızı da geliştirdikten sonra, kartları kullanıcılara dağıtmaya başladık.

#### Şu anda hangi aşamadasınız?

Şu anda kartların %80'i kullanıcılara ulaştırıldı. Bu çalışmayı yapan ilk firma olduğumuzdan dolayı, ilk belirlediğimiz süreyi biraz aşmak durumunda kaldık, ancak sorunsuz bir şekilde tüm testlerden başarıyla geçerek hedeflediğimiz uygulamaları tek tek hayata geçirdik. Bu kartlar ile Fenerbahçe Kongre üyeleri Kulübe ait sosyal tesisler, stadyum, salon, anlaşmalı restoran ya da mağazalarda kartlara ön ödemeli (debit) olarak yüklenen para ya da kartlara güvenli bir şekilde tanıtılabilen kredi kartları ile temassız ve hızlı bir şekilde harcamalarını yapabiliyor; harcama yaptıkça puan kazanabiliyor; giriş sırasında kontrol

gerektiren yerlerde ise uzun mesafeli etiketler sayesinde kartlarını çıkarmaksızın güvenlik kontrollerinden geçebiliyorlar. (Güvenlik ekranına, kart kullanıcılarının resimleri, detaylı bilgileri ile birlikte görüntüleniyor.)

Ayrıca, bu uygulamanın satış sistemi ile de entegre çalışması sağlanarak, loyalty amaçlı uygulamalar ile birleştirildi. Bu sayede Kulübe ait mağazalardan alış-veriş yapan kongre üyelerine yönelik özel karşılama, daha önce yapılan alış-veriş verilerinin satış temsilcileri tarafından görüntülenmesi, dolayısıyla da daha aktif ve etkileyici bir satış stratejisinin geliştirilmesi sağlanabilecek. Kulübe ait sosyal tesis içerisindeki restoranların ve havuz bünyesindeki POS satış terminallerinin yazılımı da firmamız tarafından geliştirildi. Sistemin en büyük katma değer kazandıran taraflarından biri de raporlama modülü. Bu modül ile Kulüp Yönetimi, üyelerinin en çok nerelerde vakit geçirdiğini, Kulübe ait en çok tercih edilen ürünleri ya da stadyum yoğunluk zamanlarını gerçek zamanlı olarak takip etme şansına sahip oluyor.

İleri vadede, Kulüp ile belediyeler arasında yapılabilecek olan ikili anlaşmalar doğrultusunda bu kartların toplu taşıma, KGS, İDO giriş ve ödeme noktalarında da kullanılması sağlanabilecek. Bu sayede sürekli gelişmeye

olanak sağlayacak bir altyapı çalışması ile sürekli geliştirilebilecek bir kart yönetim sistemini hayata geçirmiş olduk. Öyle ki, ileride istenildiği takdirde başkanlık seçimlerindeki oylamalar bile bu kartların kullanımı ile yapılabilecek.

#### İnovasyonunuzun ticarileşme aşamasında ne gibi engellerle karşılaştınız?

İnovasyonun ticarileşmesindeki en büyük engellerden biri kartların tasarımı ve üretimi aşamasında yaşadık, daha önce benzer özellikteki kartların olmaması nedeniyle üretim aşamasında çok büyük zaman kaybı ile karşılaştık. Kartların toplu üretim öncesinde en az 7-8 defa örnek kartlar yaptırarak bunların testlerini gerçekleştirdik, bu da yaklaşık bir yıllık bir sürenin geçmesine neden oldu.

Bununla birlikte kartların iki etiket özelliği nedeni ile iki farklı altyapı ihtiyacı fiyatları artırmakta. Dünyadaki küresel krizin de etkisi sonucu, fiyatlar ticarileşme önündeki en büyük etken olarak karşımıza çıktı. Fiyat avantajı yakalamak amacıyla bir takım altyapı ürünlerinin üretimi konusunda da çalışmalar yapıldı, hatta destek aldığımız TÜBİTAK Projesi kapsamında kendi antenlerimizi ürettik. Bu antenler halen yurtdışındaki iş ortaklarımız tarafından Almanya ve Kanada'da test edilmekte, testler sonucunda antenlerimizin bu

firmalar tarafından da satılmasına yönelik olarak anlaşmalar yapılması şeklinde protokoller yapıldı.

Bir güzel nokta ise, bu projedeki kartları üretme süresince temasta bulunduğumuz firmalar bu uygulamayı farklı ülkelerde kullandılar. Bizim projemizin başarısı sonucu, Almanya 1. liginde yer alan bir spor kulübü ile Amerika'da bulunan bir üniversite kartlarını çift etiketli şekilde kullanmaya başladı.

#### Bundan sonra neler yapmayı planlıyorsunuz?

Bundan sonra, aslında benim için de yeni bir başlangıç söz konusu. Şu anda, bahsettiğim üzere GÖSAŞ bünyesinde çalışmaktayım. Bu kararı aslında inovasyonu kurumsallaştırmış, büyük bir yapı içerisinde fikirlerimi ve projelerimi daha rahat hayata geçirebileceğim düşüncesiyle aldım. ("Entrepreneurship"ten sonra, biraz da "intrapreneurship" aslında.) Garanti Bankası ve Ödeme Sistemleri ile şirket olarak da belirli projelerde iş ortaklıkları gerçekleştirmiştik, bu sayede yapıyı oldukça yakından tanıma fırsatım olmuştu. Ayrıca, 1990'ların ortalarından başlayan Garanti'nin yeniden yapılanma sürecindeki başarısını ve Harvard Business School'da dahi okutulan pek çok vaka çalışmalarını yüksek lisans sırasında inceleme fırsatı bulmuştum. Garanti Ödeme

Sistemleri'nin de şu anda Türkiye'de kart teknolojilerinde ve benim üzerinde çalıştığım temassız kart teknolojilerinde pazar lideri olması kararımı destekleyen unsurlardan biri oldu. Bundan sonra bu bünyede inovatif projelerimi hayata geçirmeyi ve daha büyük çaplı uygulamaları kurumsal ve güçlü bir ekip ile daha rahat gerçekleştirmeyi amaçlamaktayım.

#### **Size nasıl ulaşılabilir?**

Bana [ergisener@gmail.com](mailto:ergisener@gmail.com) adresinden her zaman ulaşılabilir.

#### **Bunların dışında bahsetmek istediğiniz herhangi bir şey var mıdır?**

Aslında, bu noktada içinde bulunduğumuz zamanın en önemli unsurlarından biri olan inovasyonun, Türkiye perspektifindeki konumundan ve bu noktadaki Türkiye gerçeğinden de söz etmek istiyorum. Şu bir gerçek ki, Türkiye'de pek çok yeni fikir üretiliyor, çok değerli projelerin hayata geçirilmesi üzerinde çalışılıyor ve gerçekten dünyada bile ilk olan, çok büyük projeler başarıyla tamamlanıyor. Bunların çoğu genç beyinlerden, küçücük firmalardan çıkıyor, ancak bu firmalara yönelik, bir inovasyon politikası ne yazık ki bulunmuyor. Bu nedenle, bu projelerin çıktıkları hak ettikleri şekilde değerlendirilip bir sonraki seviyeye

geçemiyor. Teknoloji firmaları, pazarlama, satış gibi son derece önemli kurumsal fonksiyonlardan çoğunu gerçekleştiremiyor. Bu nedenle de olabileceken, hiçbir firmamız Apple, Google, Microsoft gibi çıkıp küresel rekabet ortamında kendine yer bulamıyor.

TÜBİTAK, TTGV gibi kuruluşların iyi niyetli yaklaşımları da, ya bu konu hakkında bilgisi olmayan kişilerce engelleniyor, ya da destek gelene kadar firmaların nakit akışı sağlanmadığından, projelerin başarıları ve bu projeleri üreten kişilerin hevesleri tükeniyor.

Tabi ki makro seviyede bir inovasyon politikasının oluşturulması ve ne olursa olsun arkasında durulması gerekiyor. Fakat bu politikanın, "yaptık oldu" anlayışından ziyade, üzerinde zaman harcanıp ülkenin gerçekleri ve imkânları ile örtüşen, farklı kesimlerden düşünceleri içine alan, seçilecek ve herkes tarafından onaylanabilecek bir üst kurul tarafından denetlenecek ve sahip çıkılacak; uzun analiz çalışmaları sonucunda şekillenecek; taklitten ziyade bize ait, kültürümüze de uygun ancak başarılı yurtdışı örneklerin de detaylı bir şekilde incelendiği bir şekilde oluşturulması gerekiyor. Bu planlamanın Ülke'deki farklı bölgelerin altyapıları, gelişme gösterebilecekleri alanları da dikkate alması gerekiyor. Bu bakımdan Sabancı Üniversitesi'nin inovasyona

yaklaşımı desteklenmesi gereken bir nokta. Üniversitelerin, sivil toplum kuruluşlarının inovasyonu desteklemek, bir inovasyon politikası oluşturulmasına ön ayak olması gerekiyor ki makro seviyede bir farkındalık oluşsun.

## Uluslararası İşbirliği Etkinlikleri (INCO) Alanı 2010 Yılı Çağruları 30 Temmuz 2009 Tarihinde Açılmıştır

Bu çağrı ile 7.ÇP kapsamında bölgelerarası ve ikili bilim ve teknoloji işbirlikleri, 3. Ülkeler ve AB arasında ulusal programların eşgüdümünün sağlanması ve Avrupa Komşuluk Politikası kapsamındaki ülkelerdeki araştırma merkezleri ile işbirliklerinin güçlendirilmesi konularında projeler desteklenecektir. Uluslararası İşbirliği Etkinlikleri 2010 Yılı Çalışma Programına ulaşmak için: <http://www.fp7.org.tr>

Ayrıca çağrı kapsamında desteklenecek projelerde, bölgelerarası Bilim ve Teknoloji İşbirliği alanlarında öncelikler belirlenecek ve işbirliği politikaları tanımlanması; Cezayir ile Bilimsel ve Teknolojik ortaklıkların desteklenmesi ve geliştirilmesi konusunda ikili işbirlikleri teşvik



edilmesi; Çin, Japonya, ABD, Brezilya ve Kanada ile 7.ÇP'ye katılan ülkelerin bilimsel ve teknolojik ulusal politika ve aktivitelerinin eşgüdümüne destek verilmesi ve Avrupa Komşuluk Politikasına dâhil olan fakat 7. ÇP'ye henüz asosye olmamış ülkelerdeki araştırma merkezlerinin, 7.ÇP'ye katılan ülkelerdeki araştırma merkezleri ile işbirliklerinin güçlendirilmesi hedeflenmektedir. Bu çağrılar için detaylı bilgiye CORDIS sitesindeki resmi sayfadan ulaşabilirsiniz.

## 2010 Yılı Çağruları 30 Temmuz 2009 Tarihinde Açılmıştır

1) "Geleceğin Fabrikaları" (Factories of the Future) Ortak Çağrısı:

Nanobilimler, Nanoteknolojiler, Malzemeler ve Yeni Üretim Teknolojileri (NMP), Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT) Alanlarının ortak olarak yayınladığı "Factories of the Future" ortak çağrısının kodu "FP7-2010-NMP-ICT-FoF" dir. Tak ve üret ekipmanlar, küçük parti üretimler için tedarik zinciri yaklaşımları, akıllı ve ölçülebilir üretim platformları ve akıllı fabrikalar konularında çok disiplinli Ar-Ge projeleri desteklenecektir.

2) "Yeşil Arabalar" (Green Cars) Ortak Çağrısı:

Ulaştırma, Nanobilimler, Nanoteknolojiler, Malzemeler ve Yeni Üretim Teknolojileri (NMP), Enerji ve Çevre Alanlarının ortak olarak yayınladığı "Green Cars" Ortak çağrısının kodu "FP7-2010-GC-ELECTROCHEMICAL-STORAGE"dir. Otomotiv sektöründe elektrokimyasal depolama uygulamaları için malzemeler, teknolojiler ve süreçler çok disiplinli Ar-Ge projeleri desteklenecektir.

3) "Energy Efficient Buildings" Ortak Çağrısı:

Enerji, Nanobilimler, Nanoteknolojiler, Malzemeler ve Yeni Üretim Teknolojileri (NMP), Çevre ve Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT) Alanlarının ortak olarak yayınladığı "Energy Efficient Buildings" Ortak çağrısının kodu "FP7-2010-NMP-ENV-ENERGY-ICT-EeB"dir.



Kamusal alanlarda, konutlarda ve tarihi binalarda enerji verimliliği ve nanoteknoloji tabanlı ısı yalıtımı konularında çok disiplinli Ar-Ge projeleri desteklenecektir.

4) Çağrı Kodu: FP7-NMP-2010-LARGE-4

İmalat süreçlerine yeni teknolojilerin hızlı adaptasyonu, kimyasal teknolojiler ve malzeme işlemede ileri teknolojiler, yenilikçi biyomalzemeler ve nano parçaların daha sağlıklı, güvenli ve çevre dostu hale getirilmesi ve geliştirilen teknolojilerin endüstriyel uygulamalarda kullanılması ile ilgili konularda büyük ölçekli ortaklı Ar-Ge projeleri desteklenecektir.

5) Çağrı Kodu: FP7-NMP-2010-SMALL-4

Nanoteknolojiler ve kesişen teknolojiler, akıllı malzemeler, yüksek performanslı, bilgi temelli malzemeler geliştirmeye yönelik çalışmalar, yeni üretim modelleri ve stratejileri geliştirme ve doğrulama ile ilgili konularda küçük ölçekli ortaklı Ar-Ge projeleri desteklenecektir.

6) Çağrı Kodu: FP7-NMP-2010-SME-4

Nanoteknolojiler ve kesişen teknolojiler, yeni üretim modelleri ve stratejileri geliştirme ve doğrulama ile ilgili konularda özellikle KOBİ'lerin katılımının arandığı ortaklı Ar-Ge projeleri desteklenecektir.



7) Çağrı Kodu: FP7-NMP-2010-CSA-4

Nanoteknolojiler ve kesişen teknolojiler, yeni üretim modelleri ve stratejileri geliştirme ve doğrulama ile ilgili konularda koordinasyon ve destek eylemi projeleri desteklenecektir.

Bu çağrılar için detaylı bilgiye CORDIS sitesindeki resmi sayfadan ulaşabilirsiniz.

## **AB 7. ÇP Kapasiteler Özel Programı**

AB 7. ÇP Kapasiteler Özel Programı kapsamında yeni çağrılar açılmıştır. Bilgi Bölgeleri, Altyapılar ve Toplumda Bilim başlıklarında açılan çağrılara ilişkin bilgiler ve çalışma programlarına CORDIS sitesindeki çağrı sayfalarından ulaşabilirsiniz.

## **3.Uluslararası Gelecek için Öğrenme Alanında Yenilikler Konferansı 2010: e-Öğrenme**

İstanbul Üniversitesi Enformatik Bölümü, Türkiye Bilişim Vakfı, İstanbul Kültür Üniversitesi ve Türkiye Bilişim Derneği işbirliği ile düzenlenecek olan "3.Uluslararası Gelecek için Öğrenme Alanında Yenilikler Konferansı 2010: e-Öğrenme" etkinliği 10-14 Mayıs 2010 tarihlerinde gerçekleştirilecektir. Etkinlik detayları, bildiri ve katılım çağrısı için: <http://futurelearning.org.tr>



## İnovasyonun Geleceği-The Future of Innovation Projesi ([www.thefutureofinnovation.com](http://www.thefutureofinnovation.com))

İnovasyonun Geleceği web sitesi, dünyanın her yerinden, akademi, iş dünyası, hükümet, danışmanlık firmaları gibi farklı altyapılardan gelen 350'den fazla kişinin inovasyonun geleceği hakkında düşüncelerini, deneyimlerini, hayallerini, vizyonlarını, umutlarını ve kaygılarını paylaştıklarını ortak bir platformdur. İnovasyonun geleceğine dair farklı düşüncelere ulaşılabilecek bu web sitesi, inovasyon konusunda önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Farklı ve önemli bir tartışma ve paylaşma ortamı sunan bu site, inovasyonun hem durağan hem de dinamik bir kavram olarak anlaşılmasına, başarılı inovasyon örneklerinin anlaşılmasına ve paylaşılmasına güzel bir örnek oluşturmaktadır.

Kendisini bir anlamda gelecekteki inovasyonun "vikipedi"si olarak tanımlayan **İnovasyonun Geleceği** web sitesi, farklı geçmişlere sahip birçok kişi için farklı şeyler sunmaktadır.

Örneğin;

- Akademisyenlere, üzerinde çalışılmakta olan kitap gelecekteki araştırmalarınızı ne üzerine odaklandırabileceklerine dair ayrıntılar;

- Sanayiden kişilere, üzerinde çalışılmakta olan kitap ve web sitesi, inovasyon ajandanızın kurulmasında yardımcı olacak önemli noktalar, yeni modellerle tanışma fırsatı ve inovasyon üzerine yeni düşünceler ve altyapılar;
- Danışmanlara, yeni yetkinlik alanlarını keşfedebilecekleri ilginç yeni alanlar ve fikirler
- Kamu sektöründen kişilere, hazırlanmakta olan kitap ve web sitesi aracılığı ile kendilerine ulaşacak çığır açıcı yeni gelişmeler ve önemli fikirler eşliğinde oluşturacakları politikalar, altyapılar ve destek mekanizmalarına girdiler sağlamaktadır.
- Bu site aracılığıyla yaklaşık 60 ülkeden 350 katılımcı ile inovasyon yönetimi ve inovasyon konusunda yeni anlayışlara ulaşılabilmektedir. Ayrıca İnovasyonun Geleceği projesi çerçevesinde yaklaşık 200 kişinin katılımı ile bu sonbaharda Gower tarafından basılacak bir kitap projesi de yer almaktadır. Bu kitapta, daha önce de bahsedilen, dünyanın dört

bir tarafından inovasyon dünyasından katılımcıların deneyimleri, düşünceleri, umutları, girdileri, hayalleri ve umutlarına dair hikâyelerini bulabileceksiniz.

- Katılımın oldukça basit olduğu web sitesine siz de üye olarak, 500 kelimelik limit içerisinde düşüncelerinizi paylaşabilirsiniz.

Bu web sitesinden bazı makaleler ise şunlardır:

- Antonelle Broglia: "The Future of Innovation is outside the enterprise"
- Dr. Stefanie Broring: "The Future of Innovation is about converging technologies and markets"
- David Bennet: "The Future of Innovation- Creating innovation from the inside out"
- Dr. Matjaz Mulej: "The Future of Innovation- Technology innovation is not enough"
- Dr. Gülgün Kayakutlu: " The Future of Innovation is in Development Systems"



## Kavramdan Ticarete: Yeni İnovasyon Modelleri İşbirliği ve Büyüme Teşvik Ediyor (1)

**Bu sayımızda 40 yıldan uzun bir süredir dünyanın birçok yerindeki şirketlere inovasyon stratejisi geliştirmelerinde danışmanlık hizmeti veren Frost & Sullivan şirketinin inovasyon üzerine yaptığı araştırmanın ilk bölümünü sizlerle paylaşıyoruz.**

Başarılı şirketler gittikçe artan bir biçimde inovasyon ihtiyaçlarını karşılamak için işbirliklerine gidiyorlar. Hem şirketler arasında hem de şirket içerisinde daha önce görülmemiş bir biçimde kullanılan açıklık ve disiplinler arası yaklaşımlar, inovasyon yapıcılara ancak inovasyon liderliği ile elde edebilecekleri araçlara ve zenginliklere erişim imkânı sağlamaktadır. Sun Microsystems ve PARC (Palo Alto Research Center Inc.) gibi en gelişmiş ve başarılı şirketler; mühendislik, bilim, iş stratejileri, etnografya, ekonomi ve hukuk gibi birçok disipline dayanan yeni inovasyon modeli ve ekosistemi uygulamalarının öncü kuvvetleri olarak bilinmektedir. Bu şirketler bu tür strateji ve ekosistemleri en çok getiri alabilecekleri yatırımlar ve müşterilerini en çok tatmin edebilecekleri pazarlar için teknolojiler geliştirme ve uygulamada kullanmaktalar.

### İnovasyon Uçurumu

Anlatılan bu yeni yaklaşıma rağmen, teknoloji üreten şirketlerin birçoğu hala başta potansiyel rakipleri olmak üzere diğer şirketlerle bilgi paylaşarak stratejik avantajlarını kaybetme korkusundan dolayı geleneksel yolları izleyip, şirket içi inovasyon stratejileri kullanmaktalar. Şirketler içerisinde depolar, başka bir durumda gelişmiş teknolojileri ve iş modellerini geliştirecek inovasyonu, bilgi paylaşımını ve yaratıcılığı söndürmektedir. Birçok şirket içerisinde ürün pazarlaması ve Ar-Ge arasında bir uçurum bulunmaktadır. Ar-Ge, pazarlamadaki insanları perdenin öteki tarafında çalışan olağan dışı varlıklar olarak görürken, pazarlamadakiler ise Ar-Ge'dekileri akli havalarda gezen kişiler olarak görmekteler. “Bu talihsizlik ve bu bana gösteriyor ki denklemin iki ucundaki insanlar yapmaları gereken görüşmeleri bu yüzden yapamıyorlar” diyor Sun Microsystems yeni teknoloji uygulamaları müdürü David Douglas.

Aynı zamanda, Sun Microsystems gibi kendi sınırlarının dışına olabildiğince çıkmaya çalışan şirketler de bulunmaktadır. PARC'da İş Geliştirme Müdürü olarak çalışan Jennifer Ernst, “İlaç sanayi bu tür örneklerin bir eğilim haline geldiği bir sektör ve bunu gittikçe diğer endüstrilerde de görmeye başlıyoruz” diyor.

Bu eğilim PARC ve Sagentia gibi çeşitli pazar fırsatlarını hedef alan çözümler üreten şirketlerden araştırma ve iş hizmetleri konusunda talep ortaya çıkarmaktadır.

Ulusların politik ve iş liderleri gittikçe artan bir biçimde inovasyonu ulusal ve dünya ekonomisini yeniden canlandırmanın aracı olarak tanımlarken, en inovasyoncu şirketler bu yeni inovasyon modellerinden yararlanmak ve kar sağlamak için hazır durumdadır. “Sun'da biz, inovatif ürünleri pazara sunarken aynı zamanda orta ve uzun vadede ufuklara yatırım yaparız” diyor Douglas. “Bunun kanıtı aslında bizim ürünlerimizin doğasında. Girmekte oldukları pazarlardaki yerlerine çok uygun olan o mükemmel ürünleri üretiyoruz ve bunu seçeneklerin neler olduğunu ortaya çıkararak anlıyoruz. Daha sonra bu seçenekleri deniyoruz ve müşterilerimiz için değerli olduklarından emin oluyoruz.”

Sun'ın inovasyon yapıcıları büyük bir hevesle iyi kurulmuş inovasyon ekosistemi içerisinde örnekler çıkarmaktalar ve bu sistemin çığır açıcı teknolojiler ve ürünler geliştirmede oynadığı çok önemli rolün farkındalar. “PARC bize birçok kavramın yeni bir teknolojinin bir parçası olabilecek şekilde bir değer taşıdığı ancak pazara girmeye tam olarak hazır olmadığı inovasyonun orta aşamalarında seçe-

nekler sağlamada ve onları ayakta durabilecek aşamaya getirmede yardımcı oluyor. PARC'tan, inovasyonun tohumlarını ve orta aşamada uygulamaya geçebilmek için aktif bir destek alıyoruz. Tamamen saf bir fikri mülkiyeti, sermayeyi, destek mekanizmalarını, inovasyonları ve fikirleri paylaşıyoruz. PARC sadece bizim iş tekliflerimizle iletişim kurmakla kalmıyor aynı zamanda birçok farklı disiplinde bizim sunmakta olduğumuz şeylerin teknik değeriyle de ilgilenmekte.”

### Frost & Sullivan İnovasyon Araştırması

Frost & Sullivan tarafından yakın zamanda yapılan araştırma yeni ürün geliştirme stratejisini etkileyen çevresel iş faktörleri arasında en önde gelen faktörler olarak ürün ve hizmet inovasyonu olduğunu ortaya koymuştur. İnovasyon yapılması gerektiği konusundaki algı küresel ekonomik krizin bile önüne geçmiştir. Günümüz ekonomik krizinin ötesine ve inovasyon ile şekillenmiş bir geleceği görebilen inovasyon fonksiyonlarında çalışan şirket liderleri, ekonomi iyileştiğinde en iyi yere sahip olacaklar ve düşük maliyetlerde, farklılaşmış ve daha çok gelir getirecek daha kazançlı ürünler üretim yapmaya hazır olacaklar ve müşterilerinin günümüzdeki ve gelecekteki karşılanmamış ihtiyaçlarına cevaplar sunabilecekler.

Kazanan bir teknoloji seçmek çok titiz bir süreç gerektirir. İlk aşamada öncelikle kendinize bu teknoloji herhangi bir soruna çözüm sunabilir mi, bu ne kadar tam anlamıyla bir çözüm ve bu teknolojinin riskleri nelerdir diye sormanız gerekmektedir. İnovasyondan sorumlu kişiler sadece bütün seçenekleri kendi evrimsel yolları içerisinde değerlendirmekle kalmamalı aynı zamanda teknoloji ekosistemini ve bunu hayata getiren katılımcıları da değerlendirmelidir. Ayrıca bu kişiler tipik olarak gelir kalemlerinde, ancak bazen de stratejik değer içerisinde belirtilen gerekli yatırım ve teklife değer biçilmesinde dikkatli bir hesaplama yapmalılar.

Teknolojik özellikler market ihtiyaçlarını karşıladıkları zaman tüketici çıkarları üretilmektedir. Örneğin bilgisayar sanayisi hafızalar ve işlemciler veya mantık araçları ile hafıza kartının parçaları arasında daha büyük bir bant genişliğine ihtiyaç duymaktadır. Günümüz bilgisayarlarında bulunan böyle bir ihtiyaca Sun Microsystem'in inovasyon yapımcıları gelecek nesil iletişim araçları geliştirerek çözüm üretmeye çalışmaktalar. (Bu araştırmanın sonuçlarında dair bilgileri gelecek sayımızda sizlerle paylaşacağız.)

#### Kaynak

A Frost & Sullivan White Paper: *From Concept to Commerce: New Innovation Models Spur Collaboration and Growth*

## Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) 19. Toplantı Notları

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) 19. toplantısını Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın da katılımıyla 17 Haziran 2009 tarihinde gerçekleştirdi. TÜBİTAK başkanı Prof. Dr. Nüket Yetiş, Tofaş CEO'su Ali Pandır, Ford Otosan Genel Müdür Yardımcısı Nuri Otay, TemSA Global AŞ CEO'su Mehmet Buldurgan'ın da sunum yaptıkları toplantıda alınan kararlar şu şekildedir:

- BTYK'nın 16. toplantısında alınan 2007/201 numaralı Bilim ve Teknoloji İnsan Kaynağı adlı karar kapsamındaki gelişmeler gözden geçirilerek alınan ek karar ile;
  1. Ülkemizin araştırmacılar için daha cazip hale gelmesini sağlamak üzere, ilgili kurum/kuruluşların katılımı ile Bilim ve Teknoloji İnsan Kaynakları Koordinasyon Komitesi'nin kurulmasına karar verilmiştir.
- BTYK'nın 17. toplantısında alınan 2008/102 numaralı 2009-2011 Türkiye Ar-Ge Harcamaları kararına ilişkin Türkiye Araştırma Alanı (TARAL) bütçesi ve gerçekleştirmeleri gözden geçirilmiş ve alınan ek karar ile;
  1. Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payının 2013 yılı itibarıyla %2'ye çıkartılması hedefine ulaşabilmek amacıyla, 2009 yılında ihtiyaç duyulan

ek Ar-Ge ödeneğinin ilgili kurum bütçelerine eklenmesine karar verilmiştir.

- BTYK'nın 18. toplantısında alınan 2008/201 numaralı Uluslararası Araştırmacılar Koordinasyon Komitesi'nin (UAKK) Kurulması kararı kapsamındaki çalışmalar ve kurulan alt çalışma gruplarının yabancı araştırmacılar ile ilgili tespit ettiği sorunlar ve çözüm önerileri gözden geçirilmiş ve alınan ek karar ile;
  1. Ek kararda listelenmiş olan çözüm önerilerine ilişkin gerekli düzenlemelerin yapılmasına ve UAKK'nın görev süresinin BTYK 20. toplantısına kadar uzatılmasına karar verilmiştir.
- Ayrıca, alınan iki yeni karar ile;
  1. Küresel mali krize karşı alınan tedbirler arasında Ar-Ge ve yenilik alanında uygulamaya alınabilecek ilave eylemlere ayrı bir başlık olarak yer verilmesine,
  2. Ülkemizde üstün yetenekli bireylerin eğitimini iyileştirmek üzere Milli Eğitim Bakanlığı koordinasyonunda "Üstün Yetenekli Bireyler Strateji ve Uygulama Planı 2009-2013" hazırlanması için çalışmaların başlatılmasına, karar verilmiştir.

Türkiye'nin geleceğin çizilmesinde, teknoloji ve inovasyon politikalarının belirlenmesinde kilit öneme sahip bu toplantıdan ön plana çıkan diğer noktaları sizlerle paylaşıyoruz.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmasından çeşitli bölümler:

- Kriz ortamında olsak dahi, ülkemizi, sadece bölgesi için değil, küresel bir güç haline getirmemiz için çok önemli fırsatlara sahip olduğumuzu biliyor ve buna inanıyoruz. Krizin taşıdığı tehditler yerine fırsatları ön plana çıkarma hususunda kararlılığımız artarak devam edecektir. Kriz ortamından çıkış ve yeni fırsatları değerlendirmede Ar-Ge ve yenilik çalışmalarının çok önemli olduğuna inanıyoruz. Biz de, ekonomik kriz ortamını, sürdürülebilir gelişimin planlanması için fırsat olarak görüyoruz. Sürdürülebilir ekonomik gelişim için de Ar-Ge ve yenilik çalışmalarının sonuçlarına her zamankinden daha fazla ihtiyacımız olduğuna inanıyoruz. Bu inançla, daha ön-

ceki yıllarda da olduğu gibi, kamu kaynaklarından Ar-Ge ve yenilik çalışmalarına verdiğimiz desteği artırmaya devam edeceğiz. Dünyanın en güçlü ilk 10 ekonomisi arasına girme hedefimize ulaşmada Ar-Ge ve yenilik çalışmalarının yaşamsal bir önemi olduğunu düşünüyoruz.

2008 yılında yasalaşan 5746 Sayılı Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun ile özel sektör Ar-Ge ve yenilik çalışmalarını teşvik edilmesi amaçlanmaktaydı. Bu çerçevede gerçekleşen teşviklerden bazıları: Şu ana kadar 47 Ar-Ge merkezi kurulmuş, firmalar 600 Milyon TL'ye yakın kurumlar vergisi avantajı elde etmiş. Bu kanun çerçevesindeki gelişmeleri değerlendiren istatistikleri aşağıdaki grafikte bulabilirsiniz.

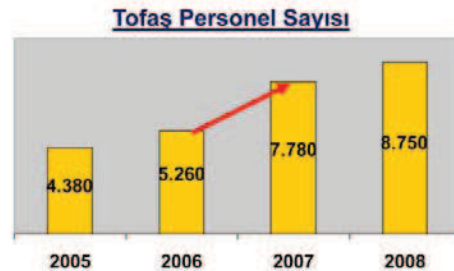
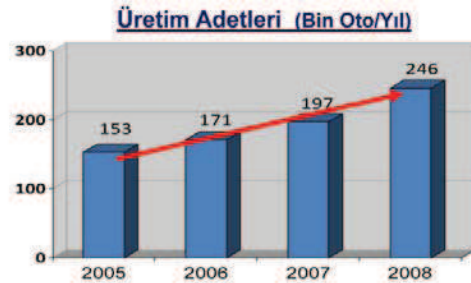
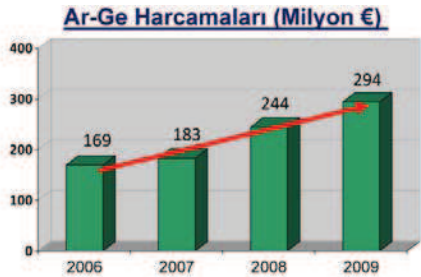
**Tablo 17. 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu, 5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu ve 5746 Sayılı Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Yararlanılan Teşvik Miktarları ve Mükellef Sayıları**

		Mükellef Sayısı	Miktar (TL)
<b>GELİR VERGİSİ</b> (Ocak-Aralık 2008 Donemi)	Ar-Ge İndirimi (GVK'ya göre)	52	4.234.586
	Ar-Ge İndirimi (5746 sayılı Kanuna göre)	13	2.453.956
	<b>Toplam Ar-Ge İndirimi</b>	<b>65</b>	<b>6.688.542</b>
<b>KURUMLAR VERGİSİ</b> (Ocak-Aralık 2008 Donemi)	Ar-Ge İndirimi (K.V.K. Mad. 19/1-a)	201	515.678.818
	Ar-Ge İndirimi (5746 Sayılı Kanun Mad. 3)	177	77.734.316
	<b>Toplam Ar-Ge İndirimi</b>	<b>438</b>	<b>593.413.134</b>
<b>GELİR VERGİSİ STOPAJI</b> (Mart 2009 Donemi)	Doktoralı Olanlar	203	187.481
	Diğerleri	9.736	4.145.064
	<b>Toplam</b>	<b>9.939</b>	<b>4.332.545</b>

5746 Sayılı "Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun" kapsamında, Ar-Ge merkezleri, rekabet öncesi işbirliği projeleri ve teknoloji sermaye desteği ile ilgili işlemler Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmektedir.

Ayrıca otomotiv sektörünün öncüleri arasında bulunan 3 firmanın sunumlarında belirtilen önemli noktalar şunlardır:

- TEMSA Ar-Ge çalışmaları sonucunda 3 patent, 4 faydalı model ve 22 tasarım tescili almış; firmanın aynı zamanda halen süreci devam eden 33 patent, 79 faydalı model ve 15 tasarım tescili bulunmaktadır. TEMSA ayrıca 7 farklı üniversite ile yürüttüğü 23 projeye yaklaşık 1 milyon TL kaynak ayırmıştır.
- TOFAŞ'ın 1994 yılında 8 personel ile başlattığı Ar-Ge çalışmaları, günümüzde Bur-sa Demirtaş'taki Ar-Ge Merkezi, Bursa Görükle'deki Platform Teknopark ve An-kara ODTÜ Teknoparktaki merkezler olmak üzere 3 tesiste yürütülmektedir. 25 milyon Avro tesis yatırımın yapıldığı bu tesislerde 450 Ar-Ge çalışanı bulunmaktadır. İngiltere'de "2008 Yılı'nın Ticari Aracı", "What Van" Dergisi tarafından "2008 Yılı'nın En İyi Hafif Ticari Aracı", 3-62. Hannover Ticari Araç Fuarı'nda VOTY Jürisi tarafından "2009 Van Of The Year" seçilen Mini Cargo markalı araç için 200 milyon avroya yakın Ar-Ge yatırımı ger-çekleştirilmiştir. Bu projenin üretime ve istihdama etkisini inceleyen grafikler ise şu şekilde verilmiştir.



**Ar-Ge personel artışı : 200 kişi**

**Tofaş personel artışı : 2,500 kişi**

- Ford-Otosan da Ar-Ge Teşvik yasası, TÜ-BİTAK teşvikleri, yatırımları ve ortak projeleri ile 2002-2008 yılları arasında:

- İhracat hacmini 7,2 kat, ihracat gelirlerini 7,4 kat artırmıştır.

- 2002 yılında 205 olan Ar-Ge çalışanını 2008 yılında 558'e çıkarmıştır.

- 2002 yılında yaklaşık 20 milyon olan Ar-Ge harcamalarını 2008 yılında 110 milyon seviyesine çıkarmıştır.

- Yurtdışına ödenen danışmanlık 4 kat azalırken Üniversitelerimizden alınan danışmanlık 6 kat artmıştır.

- Uluslararası Otomotiv Şirketlerinin % 80 olan öz yeterlilik oranına çok yaklaşmıştır

- Patent sayısı 57 kat, Bilimsel makale sayısı 36 kat artmıştır

- Üniversitelerle olan ortak projelere ayrılan kaynak 16 kat artmış; toplam 79 projede, 73 öğretim üyesi ve 92 öğrenci ile beraber çalışılmıştır.



İnovasyonun Renkleri Bülteni, inovasyon konusunda kamuoyunda farkındalık yaratma amacıyla hazırlanan süreli bir yayındır. Bülten’de, dünyadaki ilginç ve önemli gelişmelerden, çeşitli ülkelerin ve firmaların inovasyon politikaları ve deneyimlerinden, ülkemizden başarılı inovasyon örneklerinden, çeşitli önemli kuruluş, yayın organı ve düşünce kuruluşlarının inovasyon üzerindeki değerlendirmeleri ve raporlarından çeşitli bölümler yer alacaktır.

**Yayın Kurulu:** Dilek Çetindamar, Selçuk Karaata, Hakan Günaydın, Funda Kalemci

**Grafik Tasarım:** Ayşegül Boz

**Adres:** Sabancı Üniversitesi, Orhanlı, Tuzla 34956 İstanbul

**Tel:** (216) 483 97 10

**Faks:** (216) 483 97 15

**E-posta:** ref@sabanciuniv.edu

**URL:** www.uig.gen.tr, www.intekno.com, www.ref.sabanciuniv.edu

## Ulusal İnovasyon Girişimi (UIG)

UIG’in Amacı, Türkiye’de inovasyon politikalarının oluşturulması ve uygulanması safhalarında özel sektör-üniversite-sivil toplum işbirliğini pekiştirmek ve yönlendirmek; siyasi irade ve kamu kurumlarıyla diyalogu geliştirip görüş ve öneriler hazırlayarak inovasyon politikaları oluşturma sürecine katkıda bulunmak; ve inovasyon konusunda kamuoyunda bilinç oluşturmak. Bu Kapsamda 2023 Türkiye’si ve İnovasyon, İnovasyonun Finansmanı, İnovasyon için İnsan Kaynağı ve Yetenekler, Ortam ve Altyapı ve Kamuda İnovasyon başlıklarından oluşan bir Strateji Dokümanı hazırlanmıştır. 21 kişiden oluşan Ulusal İnovasyon Girişimi üyelerinin dağılımı; 6 üniversite rektörü, özel sektörden 6 yönetici, sivil toplum örgütlerinden 7 yönetici ve TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu’ndan 2 yönetici şeklindedir. (www.uig.gen.tr)

Bu bülten Ulusal İnovasyon Girişimi tarafından İntekno sponsorluğunda hazırlanan süreli bir yayındır.

“ © 2009, REF

Tüm hakları saklıdır. Bu eserin tamamı ya da bir bölümü, 4110 sayılı Yasa ile değişik 5846 sayılı FSEK. uyarınca, kullanılmadan önce hak sahibinden 52. Maddeye uygun yazılı izin alınmadıkça, hiçbir şekil ve yöntemle işlenmek, çoğaltılmak, çoğaltılmış nüshaları yayılmak, satılmak, kiralanmak, ödünç verilmek, temsil edilmek, sunulmak, telli/telsiz ya da başka teknik, sayısal ve/veya elektronik yöntemlerle iletilmek suretiyle kullanılamaz”

