



Inovasyonun Renkleri

Tarih: Temmuz 2009

Sayı: 7



Ulusal Inovasyon Girişimi

inteKno



GÜNCEL BAKIŞ

İnovasyon Liderlerinden 1-3

Açık-Kaynaklı İnovasyonda Başarıya Ulaşmak: Mozilla'dan Mitchell Baker Röportajı ... 1-3

-35: Yenilikçi Portre 4-5

Inveon Şirketi-Yomi Kastro Röportajı 4-5

Duydunuz mu? 6

VII. İnovasyon ve Girişimcilik Sempozyumu 6

İSO İnovasyon Ödülleri 6

8. Teknoloji Ödülleri Sahiplerini Buldu 6

İnovasyon Süreçleri 7

Genç Yenilikçi Girişimciler Yetiştirilmesi Projesi 7

Havadan Sudan Derin Konular 8-9

McKinsey Quarterly Küresel Anketi: Şirketler İnovasyona Nasıl Yaklaşıyor?(2) 8-9

Güncel Bakış 10

İnovasyon bir dönüm noktasında mı? 10

Açık-Kaynaklı İnovasyonda Başarıya Ulaşmak: Mozilla'dan Mitchell Baker Röportajı

Şirketler, yeni fikirler bulunması ve geliştirilmesinde sınırlarını zorlarken inovasyon yönetimi için yeni modeller denerler. Özellikle dış yeteneklere odaklı projelerde, süreç yönetimi, fikrimülkiyet hakları ve doğru kararları vermek gibi konularda zorluklar ortaya çıkar. Bu zorluklarla mücadele konusunda Mitchell Baker gibi birçok yönetici uzun zamana yayılan deneyime sahipler. Mozilla'nın başkanı ve eski CEO'su olarak Mitchell Baker, sadece yaratıcı fikirler için değil aynı zamanda yeni ürünler geliştirilmesi ve kararlar alınması için de, son 10 yılını şirket dışı yeteneklere odaklı çalışmalar yaparak geçirdi. Sonuç ise: Microsoft'un pazar lideri olan Internet Explorer'ın rakibi ve 150 milyondan fazla kullanıcısı bulunan Mozilla'nın Firefox'u.

Firefox büyüdükçe, onu ortaya çıkaran süreç de katılımcı ve açık-kaynaklı bir işbirliği haline geldi. Bu sürecin başından bu yana Baker da Mozilla'nın ticari ihtiyaçları ve kodların yazılımında ve tarayıcının gelişmesinde rol oynayan katılımcıların amaçları ve çabaları arasında dengeleyici ve merkezi bir rol oynadı. Baker, yıllar boyunca, bir taraftan bu açık kaynaklı bir toplum ve bir şirketin bir ürün geliştirilmesinde sorumluluk sahibi olması modelini mümkün kılan hukuki ve fonksiyonel modelin

tanımlanmasına yardımcı olurken, diğer taraftan da projeyi yönetip, kurumunun gelişimini ve finansal durumunu korumasını sağlamayı başarmıştır. Bugün Mozilla ve Firefox'un Microsoft karşısında başarılarının yanı sıra, kurumun geliştirdiği açık-kaynaklı inovasyon gelişim modeli, kurumsal sınırlar dışarısında inovasyon yönetimine iyi ve denenmiş bir örnek teşkil etmektedir. Bu sayımızda Mozilla'nın bu modelinin detaylarını Mitchell Baker aracılığı ile sizlerle paylaşıyoruz.

Mozilla'nın gerçek katkısının sadece tarayıcı değil aynı zamanda katılım modeli olduğunu söylemişsiniz. Bu katılımı nasıl sağlıyorsunuz?

Bizim görevimiz interneti güvenli ve açık tutmak ama aynı zamanda katılımı sağlamak. Bunu aslında merkezi olmayan bir şekilde insanların içerisine girebileceği çeşitli yapılar kurarak gerçekleştiriyoruz. Bu yapılar bizim amaçlarımızı ve değerlerimizi taşıırken, diğer insanların da içselleştirdiği şeyleri içermektedir. Biz bu tür şeyleri düşünen, bunlara değer veren insanları kendimize çekeriz ve onlar da istedikleri şekilde bu tür bir sürece katkıda bulunabilirler. Merkezdeki -örneğin Firefox'un bir kodu- bazı şeyler için disipline ihtiyacımız var. Fakat katılıma açık diğer birçok alan disiplin gerektirmiyor. Buradaki kilit nokta insanların yaptıkları şeye sahip olmalarıdır. Bu maddi veya hukuki anlamda değil ancak onlara kararların

verilmesinde bir şans verilmesi anlamında duygusal bir bağlılıktır. Bu ayrıca onlara tekrar çalışmalarını sağlayacak başarıyı ve ilişkileri de sağlamaktadır.

Firefox'un başarısının ne kadarı çalıştırdığınız kişilere, ne kadarı gönüllü katılımcılara bağlı?

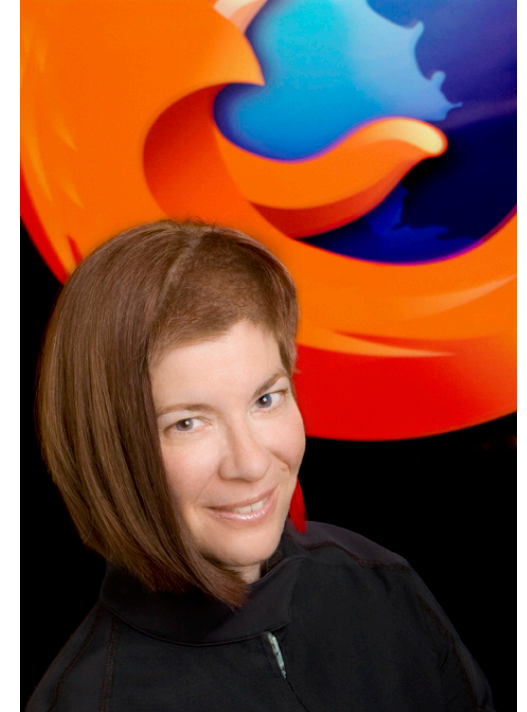
Başarılı olmak için her ikisini de ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum. Çalışanlarımız olmasa, internette büyük bir güç değil sadece açık-kaynaklı bir proje oluruz. Gönüllülerimiz olmasa, yok oluruz. Örneğin Firefox'da kodun %40'lık kesimi gönüllülerden gelmekte. İki yıl önce 25 çalışanımız vardı. Şu anda bu rakam 120'den fazla. Bazen gönüllülerimizden iş alımı yapıyoruz ancak bu her zaman için geçerli değil. İşe alamayacağımız ancak büyük bir uzmanlığa ve özelleşmişliğe sahip birçok kişi var. Eğer açık kaynaklı bir proje olmasaydık, bu insanlar katkıda bulunmaya karar verip gönüllü olmasalar bu tip insanları bulma şansımız olmazdı. Birçok kişi çok temel seviyelerde başlayıp daha sonra önemli yıldızlar haline geliyorlar.

Aslında insanlar çalışanımız veya gönüllü toplumumuzun parçası olmadan da katkıda bulunabilirler. Firefox'un dünya çapında 150 milyon kullanıcısı var. Yeni makinelere yüklenmediği için bu 150 milyon kişinin Firefox kullanmaya karar verdiği anlamına geliyor. Bu aslında bir insanın kullanması, bunu arkadaş-

larına ailesine önermesi ve onların da kullanmaya başlaması şeklinde oluyor. Yüzbinlerce farklı karar. Bunu satın alamazsınız.

Özellikle 10 yılın ardından insanları Firefox'a katkıda bulunmaya nasıl motive ediyorsunuz?

Bence Mozilla'yı canlı tutan insanlar için, interneti açık ve katılımcı olarak devam ettirme isteği önemli bir rol oynuyor. İnternetin aslında tarayıcı adını verdiğimiz bu küçük yazılım dışında insanlara kapalı durumda olması, zamanla pop-uplar veya casus yazılımlar



(spyware) gibi insanları rahatsız eden özelliklerin çıkması insanları açık internet gibi bir alternatif isteğine ve buna bağlılığa yöneltti.

Aynı zamanda bizim ürünümüz, gönüllülerin hayatında büyük bir farklılık yaratabiliyor ve insanlar bunun sahipleniyorlar. İnsanların hayatlarını bu ölçüde değiştirmeyen ve insanların duygusal olarak bağlılıkları bulunmayan bir şey için böyle bir motivasyon oluşturulabilir mi emin değilim. Aslında Firefox'un bir bölümünün onların olduğunu hisseden kişilerin sayısı oldukça fazla.

Bu aslında zorlayıcı bir yönetim sorunudur. Ancak biz bu sorun üzerinde oldukça emek harcıyoruz. Biz kendimizi bazıları kurumun içerisinde bazıları da dışarısında olan bir toplumun parçası olarak görüyoruz. Her zaman bu toplum içerisinde sorunlar ortaya çıkıyor. Biz bu durumlarda deriz ki: "Bu toplu bir tartışma gerektiriyor; bu elektronik posta listesine gitmeli çünkü diğer kişilerle de ilgili." Bir kere başladı mı bu topluluk bir anlamda kendisini çalıştırmaya başlar. Firefox'un yaygınlığını ve kullanımını bu topluluk olmadan sağlayamayız. Aslında bu çift-yönlü bir yoldur ve biz kendimizi merkez olarak görmeye başlarsak, başarısız oluruz. İnsanlar bunun iki taraflı işlediğinin farkında olmalılar. Ayrıca bu topluluk içerisinde eleştirilere ve isteklere karşı oldukça duyarlıyız. Üzülen biri olursa bunu dikkate alırız, ilk aşamada savunmacı davransak da daha sonra

açılırız. Aslında başkalarının sorunları göstermelerine ihtiyacımız olmaz, bunu kendimiz yaparız.

Arka plandakilerle ön plandakiler arasındaki çizgi oldukça ince görünüyor?

Evet ve aynı zamanda kolay aşılabılır. Ve aslında bu henüz tam olarak çözemediğimiz yönetsel bir sorun. Örneğin bilgilerin ulaşması gereken doğru grup insan kim? Burada kolay yol, düzenli görüştüğünüz ve gizlilik anlaşmaları imzalayan çalışanlarınız olacaktır. Ama biz sadece çalışanlarımızla başarıya ulaşmadığımız için sağlıklı bir yol. Gönüllü topluluğu da bizim kadar gerçek.

Topluluklar içerisinde inovasyonu sağlayan kişi olarak kendi rolünüz hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bazen, insanlara sadece izin vermek harikalar yaratabiliyor. Örneğin kalite kontrol sürecimizi ele alalım. Geliştirdiğimiz kodlardaki hataları bulma, takip etme ve düzeltme için binlerce kişinin yer aldığı halka açık bir sürecimiz var. Bu süreç içerisinde birçok insan liderlik yapmaya başlayınca, beraber çalıştığım biri bana dedi ki, "Tek yapmamız gereken bu insanlara bunun sorun olmadığını söylemek". Sonuç olarak biz de bunu yaptık. Lidere dedik ki, "Çok iyi gidiyorsun, aynen devam et." Daha sonra o kişi bizim çıkış sunucumuz oldu. Buna benzer tahmin edemeyeceğiniz sayıda kişi var.



mozilla

FOUNDATION

İkinci olarak insanların çalışabileceği destekleyici-eğitici mekanizmalar kuruyoruz. Bu şekilde biz inovasyon yapmasak bile insanlar yapabiliyor. Ekleme ve özelleştirme seçeneklerinde de gördüğünüz gibi bizim daha önce düşünemediğimiz birçok ilginç şeyi yapan, bunu yaparken bize söylemek zorunda olmayan binlerce insan var.

Üçüncü olarak diğer insanların ilginç çalışmalarıyla motive olan bir grup insanı bir araya getirdik. Eğer, başka bir topluluktan ilginç bir şey yapmış biri gelirse, buna karşı burada üretilmemiş kültürümüz yok. Buna sadece "Harika!" deriz.

Bir başka şey: sadece insanlar mükemmel şeyler yaptığında kutlamak değil aynı zamanda sorunlu şeylere karşı da nasıl tepki verileceğini bilmek. Bazen insanlar öyle şeyler yapıyorlar ki,

"Acaba ne düşünüyorlardı?" dersiniz. Böyle bir durumda, dikkatli bir şekilde bakmalı ve neyin rahatsız edici olduğunu ve neyin gerçekten düzeltilmesi gerektiğini değerlendiririz. Daha sonra düzeltilmesi gerekenleri minimuma indirmeye çalışırız. Sağlıklı bir topluluk birçok kendini düzeltme yapar.

Açık-kaynaklı grup kültürü zamanla bütün kurum kültürünü değiştirdi mi?

Ben bunu zaman içerisinde olarak tanımlamazdım çünkü biz bu kurum kültürü içerisinde doğduk. Ben aslında bunun başından beri bize ilham verdiğini söylemem gerekir. Çünkü Netscape dönemlerine bile baktığımda liderliğin istihdam durumu ile ilgisi olmadığını görüyorum. Aslında proje üyelerimizin yöneticileri bazen Mozilla'da olması gerektiğini düşündüğümüz şeylerin aksine şeyler yapmayı talep ediyorlar.

Şu anda dışarıya dönmeye başlayan daha geleneksel kurumlar bu tür yönetim biçimlerine alışık olmayabilirler.

Aslında, bizim yaptığımızla -ne kadar yararlı olabilse de- sadece dışarıdan girdi almak arasında gerçek bir fark var. Bizim karar alma süreçlerimiz çalışan statüsünden oldukça bağımsızlaşmış ve farklılaşmış durumda. Kodlarla ilgili aldığımız kararların bazıları çalışanlarımıza ait değil. Fakat başka şeyler olmasa bile,

Firefox olarak, üstünde Mozilla adı ve markası olarak ortaya çıkacak her şey Mozilla'nın kararıdır.

Mozilla'da çalıştığınız süre boyunca yaşadığınız en büyük sürpriz neydi?

İhtiyaç duyduğumuz şeye en doğru zamanda sahip olmamızdı. Bunu aslında birçok başlangıç firmasının ortaya çıkması ve inanılmaz şekilde büyümesinde görürsünüz. Böyle durumlarda büyük bir emek ve akıllı adım ve aynı zamanda doğru zamanla vardır. Böyle şeyleri kontrol edemezsiniz ancak onlar için hazırlıklı olmalısınız.

Sizce zamanlama konusundaki başarınız, Silikon Vadisinde bulunan 40 üreticinin içinde bulunsaydınız elde edemeyeceğiniz



topluluk içerisinde çok fazla alıcıya sahip olmanızla alakalı olabilir mi?

Kesinlikle. Küçük kapalı bir alanda olsaydık bu kadar başarılı olamazdık. Ve evet biz sadece doğru ürüne değil, yıllar boyunca binlerce insandan oluşan doğru bir topluluğa ve kapalı bir internete alternatif olabileceğine dair bir tür inanca sahiptik. Bunların hepsinin etkisi oldu. Bir topluluğa sahip olduğumuzu biliyorduk çünkü bir süre boyunca bunun içerisinde yaşadık. Bunların tümü ürünün başarısında bir araya geldi. Böyle yayılmış bir kurum olmadan bu kadar başarılı olmamıza ve başarımızı devam ettirmemize olanak yoktu.

Geleceği düşündüğünüzde Firefox ile ilgili ne sizi endişelendiriyor?

Firefox, internetin açık ve katılımcı kalabilmesi için gerekli olan parçalardan sadece biri. Biz bireylere dokunan ve oldukça güçlü bir parçayız. Fakat belirttiğim gibi biz sadece parçalardan biriyiz. İnternette birçok şirketi içerisinde uygun alanlar yaratma çabasına iten ekonomik birçok değer ve gelir fırsatı var. Fakat aynı zamanda internetin insanları açık ve katılımcı boyutu da olmalı. Açık kaynak bizi bu yöne doğru iten çok önemli bir güçtü. Firefox yeterli derecede güçlü ve inovatif olarak kalmalı ki böylece sanayiye, insanlara duyarlı konularda bile kontrol ve seçim fırsatı vererek ve aynı zamanda profesyonel olmayı sürdürerek bile

gelir fırsatlarının olduğunu göstermeye devam edebilmeli. Bu benim en büyük endişem.

Diğer liderler inovatif bir şirketi yönetmek hakkında Mozilla projesinden başka neler öğrenebilirler?

İnsanları serbest bırakmak gerçekten çok değerli. Ne ölçüde olması gerektiğine karar vermelisiniz ancak böylece onlardan beklediğinizden daha fazlasını elde edebilirsiniz.

İkinci olarak, nerede girdiye ihtiyacınız olduğuna karar vermelisiniz. Girdinin ve kullanıcı tarafından üretilmiş bilginin birçok çeşidi vardır. Bunlardan hangisini gerçekten istediğinizi bilmeniz lazım çünkü her birinden çeşitli yararlar sağlayabilirsiniz. Ancak bir şey yapıyor ve dışarıya başka bir şey yaptığınıza dair bir mesaj gönderiyorsanız, yok olursunuz.

Üçüncü olarak, daha serbest bırakabileceğiniz alanlar olup olmadığını dikkatli bir şekilde inceleyin. Çünkü bunun getirisi oldukça fazla olabilir. Eğer bunu yapamıyorsanız, o zaman böyle bir modelden uzak durun. Eğer etrafınızda gerçekten güvenebildiğiniz iyi bir grup insan varsa, bazen sevmediğiniz şeyler olduğunda geriye çekilmek gerçekten değerli olabilir. Tek bir kişinin her şey belirlemede en yetkili ve kontrol sahibi kişi olduğu fikri sadece bazı zamanlar işler. Örneğin bu Steve Jobs için geçerli çünkü gerçekten yaptığı işi mükemmel

yapıyor. Ben deneyimlerime bakarak söyleyebilirim ki, eğer Steve Jobs değilseniz, durumu kabullenemeseniz bile, geriye çekilmek ve sorulara sormak oldukça önemlidir. Eğer insanlara sadece yaptıklarını bırakmalarını söylerseniz, onların yaratıcılıklarını kaybedersiniz. Ve bu yaklaşım, eğer o kişi sizi yanlış çıkarırsa daha da zorlaşır. Birçok kurumda, insanlar genellikle hata yaptıklarını kabul etmezler. Ancak bence bu aslına bir yanılgıdır, çünkü hiç kimse mükemmel değildir.

Kaynak

"Succeeding at open-source innovation: An interview with Mozilla's Mitchell Baker". *McKinsey Quarterly*, 2008.t

Inveon Şirketi - Yomi Kastro Röportajı (www.inveon.com.tr)

Yomi Kastro, Inveon'un iş geliştirme ve yeni teknoloji alanlarından sorumlu kurucu ortağıdır. 1981 yılında İzmir'de doğan ve İnternet'in Türkiye'ye girdiği ilk günden beri kullanıcısı olan Yomi Kastro, ilk yazılımını 17 sene önce programlamış ve o tarihten beri yazılım ve web teknolojilerine kendini adanmıştır. Boğaziçi Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği'nden yüksek onur derecesiyle mezun olduktan sonra, yüksek lisans eğitimini yine aynı bölümde tamamlamış, yazılım kalitesi alanındaki çalışmalarıyla yüksek onur derecesinde mezun olmaya hak kazanmıştır. Araştırma alanları arasında internet teknolojileri, kablosuz ağlar, yapay zekâ ve yazılım mühendisliği bulunmaktadır. Bu alanlara ilişkin birçok uluslararası akademik dergilerde makaleleri yayınlanmıştır. Akademik çalışmalarını halen Boğaziçi Üniversitesi, Bilgisayar Mühendisliğinde doktora derecesinde sürdürmektedir.

Profesyonel hayatı boyunca, aralarında Pfizer'in de bulunduğu çeşitli uluslararası şirketlerde yazılım geliştirme uzmanı ve proje yöneticisi pozisyonlarında bulunan Yomi Kastro, 2006 yılında Inveon'u hayata geçiren girişimcilerden biridir. Inveon halen, alanında ilk olan birçok başarılı internet girişimini sürdürmekte olup, 2008 yılının en başarılı girişimci şirketleri ara-

sında gösterilmiştir. Yomi Kastro, çeşitli mesleki ve felsefi derneklerin üyesi olup, kişisel zamanlarında arkadaşlarıyla eğlenceli sohbetler etmeyi, brainteaser'larla uğraşmayı, new age müzik dinlemeyi ve touring tarzı motosikletlerle gezmeyi tercih etmektedir.

Yönetim ekibinden Sencer Berrak 1997'de Boğaziçi Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği'ni bitirdikten sonra 1,5 yıl Escort Yazılım'da uygulama geliştirme uzmanı olarak çalıştı. Daha sonra University of North Carolina'da yaptığı MBA sonrasında, 2003 yılında kadar Raleigh



North Carolina'da Netsco Yazılım firmasında yazılım uzmanı olarak çalıştı.

Türkiye'ye dönünce, önce Eczacıbaşı Bilgi İletim'de takım lideri olarak çeşitli büyük projeleri yönetti. Ardından, 2004'te Pfizer İlaçları'nda Yazılım Çözümleri grubunda görev aldı.

Radyo Eksen'de Karambol programını hazırlayan ve sunan Sencer Berrak TEGV'in de dâhil olduğu çeşitli kuruluşlarda toplum gönüllüsü olarak aktif görev almaktadır.

Basketbol, squash, konserler ve edebiyat iş dışındaki vaktinin çoğunu almaktadır. 2006 yılında, kısa hikâyelerden oluşan ve buradan indirilebilen bir kitap yazdı.

Girişimcilik projeniz nedir?

2006 yılında yenilikçi yazılım çözümleri oluşturmak hedefiyle kurulan Inveon, farklı operasyonel yapılara sahip bulunan Inveon Software Solutions ve Inveon Ventures markaları aracılığıyla hizmet vermektedir. Bu sayede Inveon, bir yandan kurumsal şirketlere yönelik web tabanlı yazılım çözümleri geliştirirken, aynı zamanda yenilikçi ve ileri teknoloji gerektiren internet girişimlerini hayata geçirir. Inveon, tüm çalışmalarında bilişimin gerçek potansiyelini ortaya çıkaran yaratıcı çözümler üretmeye odaklanır. Ele aldığı her projeyi kendi bün-

yesinde geliştirdiği özel süreç yönetimiyle oluşturan Inveon, uygulamaya koyduğu çözümler aracılığıyla sıradışı sonuçlara ulaşır.

Inveon Software Solutions, teknoloji anlamında derinlemesine bilgi ve deneyim sahibi ekibiyle kurumlara yönelik olarak geniş bir yelpazede çözümler oluşturur ve danışmanlık verir. Inveon Software Solutions, günümüz iş dünyasının ihtiyaçları ile hızla gelişen teknolojileri en verimli BT platformlarında bir araya getirerek, müşterileri için standart yazılımların çok ötesine ulaşan özelleştirilmiş çözümler hazırlar. Üstlendiği her projede sistem gereksinimini modelleyerek kurumların yalnızca günlük ihtiyaçlarına yanıt üretmekle kalmaz, aynı zamanda bilişim alanındaki gelişmeler doğrultusunda daima güncellenebilir olan bir "teknoloji yolu" oluşturur. Inveon Software Solutions başta ilaç, sigorta, finans, perakende ve güvenlik sektörleri olmak üzere, her biri Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen kurumlarına hizmet ulaştırmaktadır.

İnternet üzerinde yaratıcı ve dünyada kendi alanında ilk olan girişimleri destekleyen Inveon Ventures, web teknolojilerinin kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda modern pazarlama yaklaşımlarıyla buluşmasına öncelik vermektedir. Inveon Ventures adreslenmiş ihtiyaçlara yanıt üreten ayrıcalıklı fikirleri işleyerek, genişleyebilen, geleceği kavrayan, kullanıcılara mutlak fayda temin eden projelere dönüştürür ve geniş kitleler tarafından kullanılabilir olmasını

sağlar. Asıl yatırım alanını “yenilikçilik” olarak belirleyen Inveon Ventures, internetin kesintisiz bir şekilde yenilenen yüzünde kalıcı olmayı başarabilen projelere yaşam kazandırır.

Bu projenizdeki inovasyon/inovasyonlar nedir?

Inveon Ventures bünyesinde Türkiye'nin ilk ve tek iç hat uçak bileti arama motoru Bulucak.com'u hayata geçirdik. İnternet üzerinden sistematik veri toplama çalışmasını yapay zekâ teknikleriyle buluşturarak, entegre olmadan “crawl” ederek verilere ulaşabiliyoruz. Bu teknolojik altyapımızı daha sonra sistematik veri



toplanması gerektiren emlak, yurtdışı uçaklar, finans gibi farklı alanlara genişlettik.

Inveon Software Solutions kapsamında ise, en önemli inovasyonumuz web tabanlı iş uygulamalarını geliştirmek için geliştirdiğimiz altyapımız. Bu sayede birçok kurumsal firmaya çok hızlı bir şekilde etkin ve özelleştirilmiş yazılımlar geliştirebiliyoruz.

Şu anda hangi aşamadasınız?

Şu anda Series A olarak tabir edilen ilk yatırım aşamasını tamamladık. Birçok uluslararası firmada başarılı projeler gerçekleştirdik ve büyümeye devam ediyoruz.

İnovasyonunuzun ticarileşme aşamasında ne gibi engellerle karşılaştınız?

Bazı çözümleri ölçeklenebilir yapma aşamasında engellerle karşılaştık. Ticari kullanım için, yoğun trafik ve yük gereken noktalarda altyapılarımızı ve algoritmalarımızı buna dayanır hale getirmek için oldukça efor harcadık. Sistematik Ar-GE çalışmaları ve stres test'leri sayesinde ticarileştirebilir noktaya geldik ve sonrasında satışlarına başladık.

Bundan sonra neler yapmayı planlıyorsunuz?

Inveon, tamamladığı projelerin best-practice seçilmesiyle bunları uluslararası firmaların yurtdışı noktalarına da genişletme şansı yakaladı.

Hindistan, Rusya ve İspanya yazılımlarımız ihraç ettiğimiz ülkeler arasına girdi. Önümüzdeki 5 sene içinde Inveon'u Türkiye dışında da çok aktif ve başarılı bir oyuncu haline getirmek için yoğun biçimde çalışıyoruz.

Ekibimizde bulunan birbirinden parlak ve zeki 21 genç beyinle de, geleceğin Inveon'unu yaratmak için gece gündüz çalışıyoruz.

Size nasıl ulaşılabilir?

www.inveon.com.tr en doğru nokta olacaktır.

Bunların dışında bahsetmek istediğiniz herhangi bir şey var mıdır?

Sizinle Inveon'un bültenleri için hazırladığımız bir metni paylaşmak isteriz.

“Modern iş yaklaşımlarının hepimize ezberlettiği gibi, başarının yolunun farklılaşmadan geçtiğini gayet iyi biliyoruz. Fakat gerçekte kaç yönetici ya da kaç şirket entelektüel sermayesini farklılaşmak için kullanabiliyor? Maalesef birçok şirket günlük operasyonel işlerine boğulmuş durumda. Şirket içindeki değerli beyinlerin önemli kısmı stratejik farklılaşma yerine, günlük operasyonu kurtarmak için harcanıyor. Peki, bu kısır döngüyü kırmamanın bir yolu var mı? Inveon'daki temel amaçlarımızdan biri müşterilerimizin verimliliklerini teknoloji yoluyla yukarı çekmek. Birlikte yürütülen çalışmalar

sonucunda, operasyonlarını kusursuz yürütmelerini, iş akışlarını anlık takip etmelerini ve süreçleri yönetebilmelerini sağlıyoruz. Bu sayede, Inveon müşterileri gerçekten olması gerektiği gibi stratejik gelişim hareketlerine daha çok zaman, iş gücü ve bütçe ayırabiliyorlar. Inveon'un şirketiniz için neler yapabileceğini öğrenmek istiyorsanız, bize bir e-mail atmanız kıvılcımı ateşlemek için yeterlidir.”

VII. İnovasyon ve Girişimcilik Sempozyumu

İnovasyon konusunda her yıl en az iki sempozyum düzenlemeyi bir gelenek haline getiren İntekno Şirketler Topluluğu, 2009 yılının ilk “VII. İnovasyon ve Girişimcilik Sempozyumu” nu Boğaziçi ve Sabancı Üniversiteleri'nin desteği ile 16 Haziran 2009 tarihinde Boğaziçi Üniversitesinde gerçekleştirdi. Bu yıl bültenimizden adını alarak “İnovasyonun Renkleri” ana teması ile gerçekleştirilen sempozyuma, Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen üniversitelerinden (Carnegie Mellon, University of Surrey, Helsinki School of Economics, Boğaziçi Üniversitesi, Sabancı Üniversitesi, Bilgi Üniversitesi) ve reel sektör ile araştırma kurumlarından katılımcılar konuşmalarını gerçekleştirmişlerdir. Yine inovasyon ve girişimcilğe dair birçok önemli konunun ele alındığı sempozyumda, fikirlerin nasıl inovasyona ve girişime dönüştürüleceği, sosyal inovasyon ve kalite yönetimi, yenilikçi fikirlerin finansmanı, önemli



bir inovasyon başarı hikâyesi olarak “Modern Water” projesi, tasarım-inovasyon ve kültür-inovasyon ilişkileri, yeşil inovasyon-yeşil girişim ve inovasyonun renkleri bülteni üzerine değerlendirmeler ön plana çıkmıştır. İntekno İstanbul Sazendeleri sanatçıları tarafından oluşturulan ‘Yeni Esin (New Inspiration) Quartet’ ekibi de yine ezgileriyle dinleyenlere müzik ziyafeti sunmuş ve sempozyuma renk katmışlardır.

8. Teknoloji Ödülleri Sahiplerini Buldu

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) ve Türk Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) tarafından oluşturulan ve bu yıl 8.'si düzenlenen Teknoloji Ödülleri, 25 Haziran 2009 düzenlenen tören ile sahiplerini buldu. Amacı Türkiye'nin teknoloji potansiyelini açığa çıkararak, yenilikçi ürün ve teknoloji geliştiren kuruluşları teşvik etmek olan ödüller, farklı firma ölçekleri ve sektörler açısından bir değerlendirmeyi amaçlamış ve ‘mikro’, ‘küçük’,

‘orta’ ve ‘büyük ya da bağlı’ olmak üzere 4 ayrı firma ölçeğinde finalist projeler belirlenmiştir.

Bu yıl büyük ödül, “TDS-3000Tren Denetim Sistemi” projesi ile Savronik Elektronik'in olurken; büyük/bağlı firma kategorisinde ürün ödülünü “hibrit elektrikli hafif ticari araç” ile Ford Otomotiv, yenilik ve teknoloji ödülünü ise “Turboprop Motoru” ile TUSAŞ Motor Sanayii aldı. Orta ölçekli firma kategorisinde ürün ödülünü “Unity on Demand” ile Logo Yazılım, yenilik ve teknoloji ödülünü “Green Guard”projesiyle Elvin Tekstil alırken; küçük ölçekli firmalarda ürün ödülü “Deri sanayi atıklarından elde edilen yavaş yarıyışlı gübre” ile Mavi Kimya'nın, yenilik ve teknoloji ödülü “İslahı yönlendirilmiş çerezlik tüketime uygun kabak çekirdeği tohumları”ile Palancı Gıda Teknolojilerinin, mikro ölçekli firma kategorisinde ürün ödülü “Mavi solar yenilenebilir enerji



güç dönüştürücüleri ürün platformu” ile Mavisis Teknoloji'nin, yenilik ve teknoloji ürünü “Rainvent” ile Teknoset Bilgisayar Yazılım ve Danışmanlık Hizmetlerinin oldu.

Ödül almaya hak kazananların tam listesine <http://www.teknoloji.org.tr> adresinden ulaşılabilir.

İSO İnovasyon Ödülleri

İstanbul Sanayi Odası (İSO) İnovasyon Ödülleri bu sene yine sahiplerini bulacak. İnovasyon ödülleri ile inovasyona dönük süreçleri benimseyerek, sürdürülebilir rekabet avantajına ulaşan başarı örneklerinin ödüllendirilmesi, bu tür yaklaşımların yaygınlaştırılması yoluyla Türk Sanayii'nin inovasyon yetkinliğinin artırılması, bu bağlamda inovasyonun ticari getiri avantajı olarak öne çıkartılması amaçlanmaktadır. İSO, İnovasyon Büyük Ödülü ve Jüri Özel Ödülü dışında Liderlik, Stratejik Planlama, Bilgi, İnsan Kaynakları, Süreç Yönetimi ve İş sonuçları kategorilerinde ödüller verecektir. Başvuruların 15 Temmuz- 9 Eylül tarihleri arasında kabul edileceği İSO İnovasyon Ödüllerine dair detaylı bilgiye www.iso.org.tr, web-sitesinden ulaşılabilir.



Genç Yenilikçi Girişimciler Yetiştirilmesi Projesi

Geçen Sayımızda, 2006-2007 yılları arasında 20 aylık bir süreyi içeren, Avrupa Komisyonu Türkiye Delegasyonu'nun 3 milyon Avroluk finansmanı, Devlet Planlama Teşkilatı'nın koordinasyonu ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı-Türkiye'nin (UNDP- Türkiye) yürütücülüğünde gerçekleştirilen Sürdürülebilir Kalkınmanın Sektörel Politikalara Entegrasyonu Projesi ve bu proje çerçevesinde gerçekleştirilen 23 projenin sonuçlarının özetlendiği "Uygulamada Sürdürülebilir Kalkınma Kitabı" hakkında bilgilere yer vermiştik. Bu sayımızda ise, İnovasyonun Renkleri bülteninin inovasyon konusunda farkındalık yaratma ve bilgiyi artırma amacına paralel olarak gerçekleştirilen ve inovasyon yönetimi sürecinde başarılı bir inovasyon eğitimi örneği



sunan "Genç Yenilikçi Girişimciler Yetiştirilmesi Projesi"nden size bahsetmek istiyoruz.

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası ile Mersin Genç İşadamları Derneği (MEGİAD) tarafından gerçekleştirilen proje, yaklaşık 47.000 Avro bütçe ile 7 aylık bir dönemde gerçekleştirilmiştir. Özellikle işsizlik başta olmak üzere ekonomik sorunlara çare bulunması için kilit öneme sahip yeni girişimlerin, finansman ve eğitim eksikliği, doğru yönlendirilememesi gibi sorunlara bağlı olarak, Mersin bölgesinde yeterli seviyeye ulaşamaması gerçeğinden yola çıkarak tasarlanan projenin amacı, "sürdürülebilir kalkınma ve ekonomi, doğal kaynakların korunması, rekabet gücünün artırılması için genç girişimcilerin eğitilmesi"dir. Bu amaca yönelik eğitimler düzenlenmiş, başarılı girişimciler seçilmiş, yurt dışına inceleme ziyaretleri düzenlenmiş ve sonuç olarak "İnovatif Girişimci El Kitabı" yayınlanmıştır. Bu eğitimler çerçevesinde 27 genç girişimci adayına kendi işlerini kurmaları konusunda eğitim verilmiş, örnek girişimciler belirlenmiş ve bunlardan 5 tanesi teknik gezilere götürülmüştür. Ayrıca toplumsal duyarlılık da bu eğitimlerin önemli bir boyutunu teşkil etmiş, özellikle girişimlerin çevresel duyarlılık boyutu üzerine eğitimler verilmiştir. Tanıtım faaliyetleri yoluyla doğrudan veya dolaylı olarak 70.000 kişiye ulaşılmış, sürdürülebilir kalkınma ve çevre konusunda farkındalık yaratılmıştır.

Sonuç olarak, projenin ortaya koyduğu artı değer şu şekilde belirtilmiştir:

- Eğitim alan genç girişimcilerden biri Mersin İŞGEM'de CNC Mini Tezgâh ve Plazma Üretimi, diğeri ise tasarım ve promosyon firması kurdu.
- Bir girişimci TÜBİTAK Tekno-Girişimcilik Programına başvurarak "Fonksiyonel Gıda Üretimi" konusunda destek aldı.
- Projeden olumlu etkilenen Mersin Üniversitesi "Girişimcilik ve Yenilikçilik Sertifika Programı"nı 2008 yılında başlatmak için girişimlerde bulundu.
- "Girişimcilik El Kitabı"nın 3. baskısı yapıldı ve 3000 kopya dağıtıldı.
- Mersin Teknoscope'da 50.000 TL bütçeli "Yeni Fikirler ve Yeni İşler" Projesi başlatıldı.

Artı değerlere ek olarak proje kapsamında alınan ve benzer yapılanmalara örnekler oluşturabilecek dersler ise şu şekildedir.

- Özel sektörde çalışan uzmanlar genç girişimci adaylarına yol göstericilik yapmalıdır.
- Girişimcilik yönü baskın olan projeler girişimciler için erişilebilir finansal kaynakların olması büyük önem arz etmektedir. Mutlaka bu tür projelerde en az bir genç girişimci finansal açıdan desteklenmelidir.
- Özellikle girişimcilere detaylı ve kapsamlı yapılabirlik ve iş planı eğitimleri verilmelidir.
- Uygulanacak girişimcilik eğitim programları sosyal aktiviteleri de kapsayacak şekilde uzun bir süreçte verilmelidir.

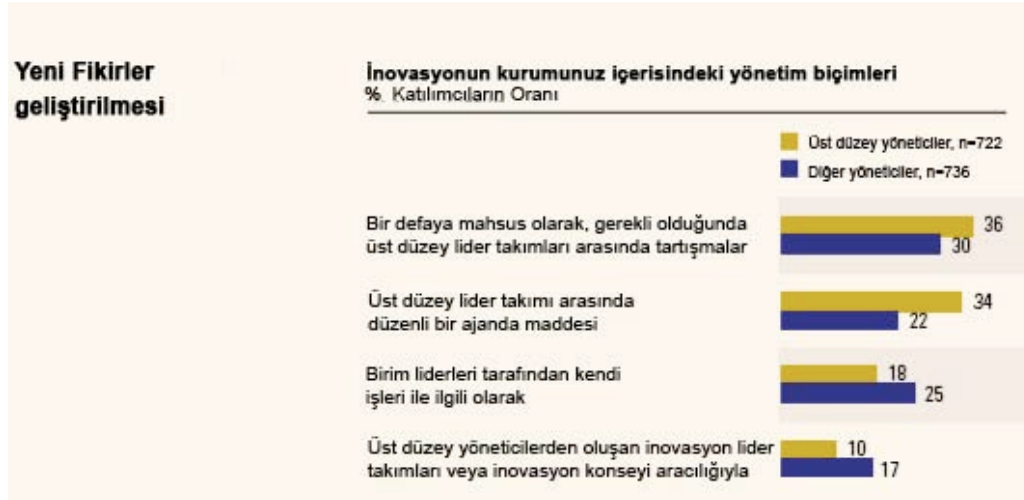
- Eğitim alan genç girişimcilerden biri Mersin İŞGEM'de CNC Mini Tezgâh ve Plazma Üretimi, diğeri ise tasarım ve promosyon firması kurdu.
 - Bir girişimci TÜBİTAK Tekno-Girişimcilik Programına başvurarak "Fonksiyonel Gıda Üretimi" konusunda destek aldı.
 - Projeden olumlu etkilenen Mersin Üniversitesi "Girişimcilik ve Yenilikçilik Sertifika Programı"nı 2008 yılında başlatmak için girişimlerde bulundu.
 - "Girişimcilik El Kitabı"nın 3. baskısı yapıldı ve 3000 kopya dağıtıldı.
 - Mersin Teknoscope'da 50.000 TL bütçeli "Yeni Fikirler ve Yeni İşler" Projesi başlatıldı.
- Artı değerlere ek olarak proje kapsamında alınan ve benzer yapılanmalara örnekler oluşturabilecek dersler ise şu şekildedir.
- Özel sektörde çalışan uzmanlar genç girişimci adaylarına yol göstericilik yapmalıdır.
 - Girişimcilik yönü baskın olan projeler girişimciler için erişilebilir finansal kaynakların olması büyük önem arz etmektedir. Mutlaka bu tür projelerde en az bir genç girişimci finansal açıdan desteklenmelidir.
 - Özellikle girişimcilere detaylı ve kapsamlı yapılabirlik ve iş planı eğitimleri verilmelidir.
 - Uygulanacak girişimcilik eğitim programları sosyal aktiviteleri de kapsayacak şekilde uzun bir süreçte verilmelidir.

Mckinsey Quarterly Küresel Anketi: Şirketler İnovasyona Nasıl Yaklaşıyor? (2)

İnovasyonun Renkleri Haziran sayısında Mckinsey Quarterly'nin inovasyon üzerine geleneksel çalışmalarından biri olan "Şirketler İnovasyona Nasıl Yaklaşıyor?" araştırmasından ön plana çıkan bazı noktaları sizlerle paylaşmıştık. Bu sayımızda bu önemli rapordan derlenen diğer önemli noktaları sizlere sunmaya devam ediyoruz. Geçen sayımızda raporun ana bir özeti yanı sıra, şirketler içerisinde inovasyona nasıl bir yaklaşım sunulduğu, ankete katılan kişilerin kurumlarındaki inovasyon mevcut durumu, yeni fikirler geliştirmek ve yeni işler ticarileştirmek için kullanılan kaynaklar ve ortaya çıkabilecek yeni fikirlerin şirket içerisindeki kaynakları üzerine araştırma sonuçlarına yer vermiştik. Bu sayıda ise yine yeni fikirlerin geliştirilmesi üzerine inovasyonun ankete katılan kurumlar içerisindeki yönetim biçimleri üzerine olan değerlendirme ile başlıyoruz.

Grafik 4

Birçok şirket, şirket içi birimlerin inovasyon faaliyetlerini takip edebilecek bir merkezi yönetim sistemine sahip değiller. Örneğin üst düzey yöneticilerin sadece %34'lük bir bölümü inovasyonun lider takımının ajandasının bir parçası olduğunu ve sadece %22'lik kısım bunun gerekli olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Ayrıca üst düzey yöneticilerin yarısı gayri resmi linklerin bulunduğunu



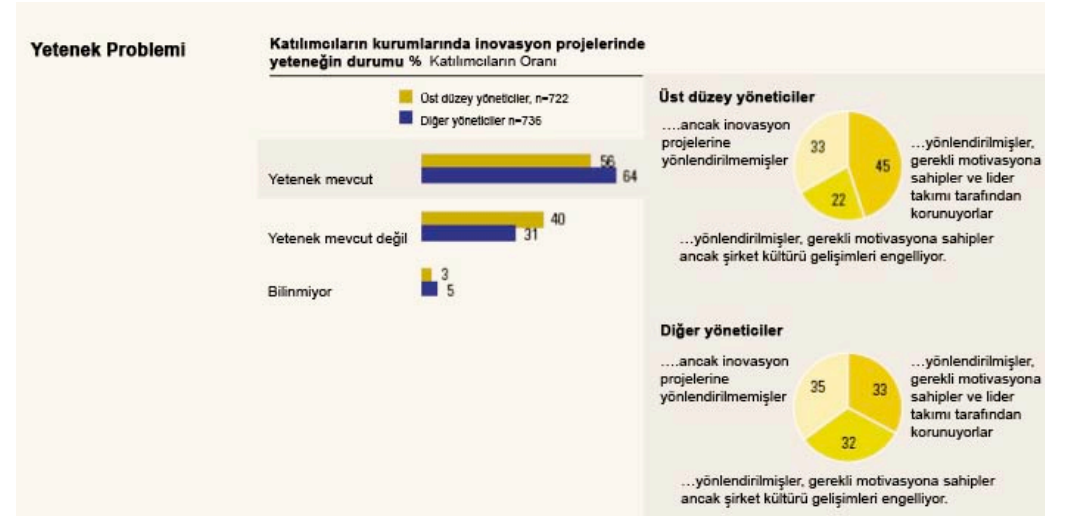
belirtse de, sadece %27'lik bölümü inovasyonu da içeren bütçeleme, strateji ve büyüme gibi süreçlerin yıllık planlama sürecine tamamen dâhil edildiğini belirtmişlerdir.

Yetenek azlığı mı, engellerin fazlalığı mı?

Şirketlerin inovasyon ile ilgili karşılaştığı ana sorunun genellikle yeteneklerin azlığı olduğu söylenir. Bu çalışmada üst düzey yöneticiler, doğru insanları bulmanın ve onları inovasyon için bir araya getirmenin inovasyon için en büyük zorluk olduğu ve şirket kültürü ve çalışanlarının inovasyonun en büyük itici gücü oldukları fikrine katıldıklarını belirtmişlerdir. Ancak aynı zamanda araştırma sonuçları göstermektedir ki, şirketler inovasyona yönelebilecek yetenekli çalışanlarını, çok az teşvikler sunarak, riske hoşgörü göstermeyerek ve başarısızlıklarla herhangi bir şekilde başa çıkabilecek bir plan sunmayarak inovasyondan soğutmaktadır. Ve ayrıca araştırma sonuçları göstermektedir ki, üst düzey yöneticiler ve diğer yöneticiler doğru insanları bulma ve onları bir araya getirmeye ilişkin zorlukları farklı şekillerde algılamaktadırlar.

Grafik 5

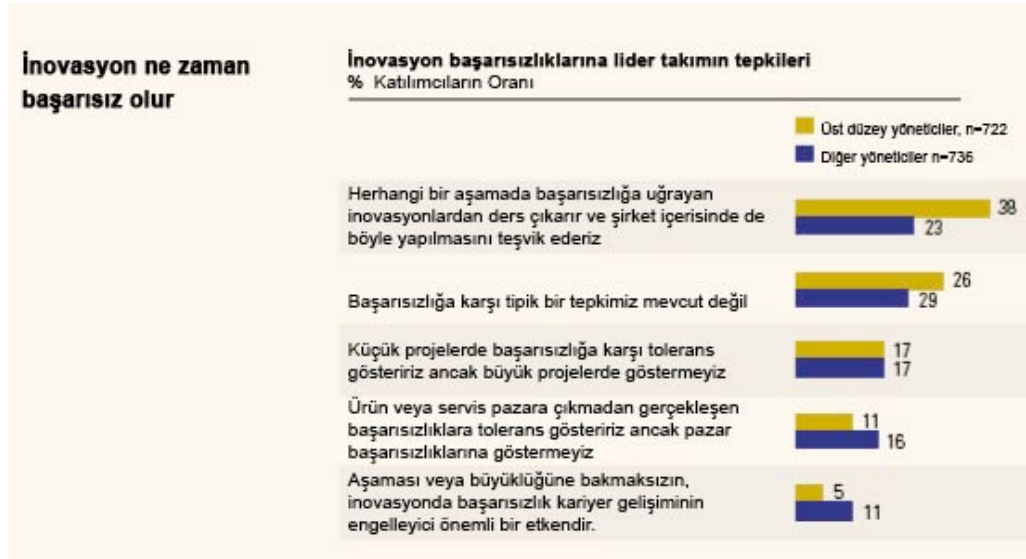
Ankete katılan üst düzey yöneticilerin %40'lık kısmı inovasyon için doğru çalışanlara yeterli sayıda sahip olmadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca yeterli sayıda çalışana sahip olduğunu söyleyen üst düzey



yöneticiler arasında, ancak %50'lik bir kısım bu doğru çalışanların yerlerinde, gerekli motivasyona sahip ve lider takımı tarafından korunduğunu ve sadece %22'lik bir kısım ise şirket kültürünün bu kişilerin gelişmeler sağlamasını engellediğini belirtmiştir. Aynı konularda diğer yöneticilerin ise farklı fikirleri bulunmaktadır. Diğer yöneticilerin sadece %31'lik kısmı sorunun yeterli sayıda doğru çalışanlara sahip olunmaması olduğunu söylemiştir. Şirketin doğru çalışanlara sahip olduğunu söyleyen diğer yöneticilerin neredeyse 1/3'lük kısmı şirketin gelişmeleri engellediğini belirtmiştir. Yine yalnızca 1/3'lük kısım inovasyon yapımcıların lider takımı tarafından korunduğunu belirtmiştir.

Grafik 6

Yöneticiler arasında, şirketlerinin inovasyon başarısızlığına verdiği tepkilere dair algılarında da fikir ayrılıkları bulunmaktadır. Örneğin çok sayıda üst düzey yönetici şirket içerisinde başarısızlıklardan ders alınmasını teşvik ettiklerini söylerlerken, benzer bir şekilde herhangi bir başarısızlığın kariyer gelişimine önemli bir engel olacağını belirten üst düzey yönetici sayısı da yine fazladır. Ancak ilginç bir şekilde sadece üst düzey yöneticiler diğer yöneticilerden çok az bir farkla liderlerin şirket içerisinde bir başarısızlık korkusu sağlayarak inovasyonu engellediklerini söylemişlerdir. Ayrıca liderlerin farklı başarısızlıkların önemini sıralanması konusunda da önemli farklılıklar bulunmaktadır.



Grafik 7

Katılımcılar şirketlerinin inovasyon performansını artıracabileceklerine inandıkları, çoğu zaten kendine güvenen şirketler tarafından hâlihazırda uygulanmakta olan birkaç adımda hemfikirler. Bu adımlar liderlikle başlamaktadır. Katılımcılar inovasyonun liderlik ajandasının ana maddelerinden biri olmasının sağlanmasının inovasyon performansını artırılmasında kilit bir öneme sahip olduğunu belirtmişlerdir. Birçok yönetici tarafından dile getirilen diğer sistemik değişiklikler ise üst düzey yöneticilerin inovasyonu teşvik edecek örnek davranışları tanımlamadaki başarısızlıkları gibi kurumsal bazı olgulardır. Başarılı inovasyonlarda önemli olarak algılanan bazı taktikler ise daha az etkili olarak tanımlanmışlardır.



Her şeye rağmen inovasyon büyük bir zorluk olarak şirketlerin karşısına çıkmaktadır. Burada tanımlanan adımların birçoğu hâlihazırda başarılı şirketlerin uygulamaları ile paralel olarak görülmeye de, birçok şirket bunların uygulanmasında büyük zorluklar yaşamaktadır. Buradaki sorun büyük ihtimalle lider takımı üyelerinin neleri karşılaştıkları ana sorunlar olarak tanımladıkları ile ilgilidir: yeni konulara odaklanılması için zaman bulunması, yeni girişimler ve süreçlerin değiştirilmesinde risk alınması. Bu sorunların çözülmesi açık bir şekilde şirketlerin inovasyondan daha fazlasını elde etmesine yardımcı olacaktır.

İnovasyon bir dönüm noktasında mı?

Geçtiğimiz sayımızda gelişmekte olan ülkeler ile inovasyon arasındaki ilişkiye değinen ve gelişmekte olan ülkelerin artan rolünü ön plana çıkaran bir makaleye yer vermiştik. Bu sayımızda da benzer bir şekilde konuya yaklaşan bir başka makaleyi sizlerle paylaşıyoruz.

Son yıllarda inovasyon üzerine geleneksel düşünme şekillerinde tam tersi değişiklikler meydana geldi. Eskiden en gelişmiş araç ve kaynaklara erişim inovasyonun en önemli itici güçleri olarak tanımlanırdı. Ancak son zamanlarda kıtlığın inovasyon üzerindeki rolü çok daha belirgin ve önemli hale gelmeye başladı. Bu aynı zamanda inovasyonun eskiden olanın aksine, ABD ve Japonya gibi zengin ülkelerden değil, aşağıdan-yukarıdan bir yapıyla gelişmekte olan marketlerde hız kazanacağı fikrini ortaya koymaktadır.

BusinessWeek yakın zamanda gelişmekte olan pazarlardaki inovasyonları takip eden büyük şirketlerin bir listesini yayınladı. Bu liste içerisinde çığır açıcı teknoloji öncülerinden Nokia veya güçlü sanayi devlerinden GE gibi isimleri de bulmak mümkün. Aslında bu şirketlerin anlamaya başladıkları şey temel olarak çevre olarak tanımlayacağımız bölgelerden öğrenebilecek birçok şeyin olduğu. Yine benzer şekilde gelişmekte olan ülkelerin gecekondu kısımları olarak tanımlanabilen bölge-

lerinde birçok ilginç inovasyon örneğine rastlanabiliyor. Bunun tipik bir örneği olarak iki ayrı sim kartın birleştirilerek tek bir sim kartı dönüştürülmesi sonucu geliştirilen çift sim kartlı telefonlar verilebilir. Bu tür mükemmel inovasyon örneklerini gelişmiş ülkelerde görmekten oldukça uzaktayız.

GE'nin geçen haftalarda düzenlediği ve Ghana'daki Apam Hastanesinde yaptıklarını anlatan "healthymagination" etkinliği, aslında onların aşağıdan yukarıya inovasyona bağlılığının önemli bir örneği. GE, bu örnekten yola çıkarak, kendi şirketi içerisindeki diğer birimlerini daha fakir ve kaynakları sınırlı ortamlara yönelik ürünler ve hizmetler geliştirmelerini teşvik ediyor. Bu yalnızca GE'nin sağlık gruplarında değil, enerji, su ve finans gibi GE'nin dünya çapında önemli bir aktör olduğu alanlarda da geçerli. Bütün bunlar aslında farklı sektörlerin kesişiminde inovasyonun her zaman var olduğunu göstermektedir. Yerel paydaşlarla ortak olarak geliştirilen ve özellikle kaynakların kısıtlı olduğu ortamlarda sağlık konusunda önemli gelişmelerin sağlanabildiğine güzel bir örnek sunan, Güney Afrika'nın Natal bölgesinde gerçekleştirilen Masiluleke projesi bu konuda incelenebilecek bir örnek olarak belirtilmelidir. Sağlık sektöründeki bu örneklerin gelişmekte olan ülkelerdeki telekomünikasyon ve mobil finans gibi sektörlerde de yakın zamanda örneklerinin ortaya çıkması kaçınılmaz görünüyor.

Peki, bu gibi örnekler gerçekten inovasyondaki yeni düşünce tarzının varlığını destekliyor mu?

Gerçekten kaynakların gittikçe daha da kısıtlı olduğu dünyada kıtlık inovasyonun ana itici gücü mü olacak? Son dönemde Adam Gopnik New Yorker dergisinde tıraş bıçakları örneğini kullanarak bu tezin çürüten bir makale yayınladı. Darwin ve evrim teorisinden örnekler kullanarak, kıtlık zamanlarında inovasyon yapmanın çok daha zor olduğunu çünkü bütün enerjimizi bu gibi durumlarda mevcut pratiklerimizi maksimize etmeye harcayacağımızı belirtmiştir. İnsanlar olarak biz problemlere dar bakış pencerelerden bakarız ve bunu değiştirmek çok zordur: "Hayatın oldukça zorlaştığı durumlarda, genlerimiz oldukça çaba sarf ederler ve her biri sadece bir iş yapabilir ve sadece kendi işlerini yaparlar."

Aslında treadle pump gibi binlerce küçük çiftçiyi fakirlikten kurtaran teknolojileri göz önüne getirdiğimizde bu tür fikirlerin haklılık payının olmadığını söylemek zor olur. Aslında bu tür teknolojilerin hiçbir yeni özelliği yok. Bunlar aslında en gelişmekte olan ülkelerdeki en ilkel, en küçük üretim tesislerinde bile bulunan basit mekanik yapılar. Peki, bunların bu şekilde piyasaya girmesi ve bu etkinliğini sağlaması neden bu kadar gecikti? Her zamanki gibi bu gibi tartışmalar kıtlık ile zenginlik arasındaki çok daha karmaşık olan dinamiklerin basitleştirilmesine neden oluyor. Eğer yukarıda örneğini verdiğimiz Güney Afrika deneyimi bir belirti ise, bu iki koşulun bir araya geldiği ortamları incelemek çok önemli olabilir. Yani kaynakların kısıtlılığının baskın olduğu bir kültür ile mobil ağlar ve sosyal sermaye gibi diğer

farklı kaynakların zengin olduğu koşulların birleştiği bu tip ortamlar, aslında gittikçe daha belirginleşiyor ve çoğalıyor.

Her şeye rağmen kıtlık artık aslında fakirlik ile eşanlamı değil. Gerçek kıtlık dünyanın oldukça sapa ve kırsal alanlarında mevcut. Ancak fakirlik günümüzde artık genellikle şehirlerdeki gecekonduyla bağdaştırılıyor. Sosyal kaynakların ve pazar zenginliğinin bulunduğu ortamlarda, ayrıca medya ve bilgi zenginliği de gittikçe artmaktadır. Aslında günümüzde gittikçe fazla bir şekilde görmeye başladığımız şey kıtlık ve zenginliğin gittikçe bir araya gelmesi ve çarpışmaya başlaması. Gittikçe daha fazla bir şekilde Hindistan sokaklarında çocukların çöpe atılmış metal parçalarını toplayıp birkaç rupi kazanarak bunları bilgisayar oyunları oynamak veya kontör almak için kullandıklarını görüyoruz. Gecekondu insanlarının daha fazla hayat biçimi haline geldikçe, inovatif gelişmeler konusunda bir artış olacaktır. Gelecek nesiller için inovasyonun itici gücü olarak yoğunluk ve birbirine bağlılık (connectivity) gibi olgular ön plana çıkacaktır. Kıtlık değil.

Robert Fabricant. "Is Innovation at a Crossroads?", *BusinessWeek*, May, 2009



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”



Ulusal İnovasyon Girişimi

