



# Inovasyonun Renkleri

Tarih: Nisan 2010

Sayı: 16



Ulusal Inovasyon Girişimi

inteKno



<b>İnovasyon Liderlerinden .....</b>	<b>1-3</b>
Cahit Günaydın ile İnovasyon Üzerine: Şimdi Açık Yenileşim Zamanı .....	1-3



<b>-35: Yenilikçi Portre .....</b>	<b>4-5</b>
Ömer Ekinci: Girişimcilik ve İnovasyon Macerası .....	4-5



<b>Duydunuz mu? .....</b>	<b>6</b>
1. İzmir Global Sağlık Konferansı .....	6
ESİNKAP: 2. Ar-Ge Proje Pazarı .....	6
Avrupa KOBİ Haftası .....	6
Geleceğin Resimleri "Pictures of the Future – The magazine for Research and Innovation" .....	6



<b>İnovasyon Süreçleri .....</b>	<b>7</b>
Türk Patent Ödülleri-2009 .....	7



<b>Havadan Sudan Derin Konular .....</b>	<b>8-9</b>
TÜBİSAD- KOBİ'lerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması .....	8-9



<b>Güncel Bakış .....</b>	<b>10</b>
Davos 2010 (1) .....	10

## Cahit Günaydın ile İnovasyon Üzerine: Şimdi Açık Yenileşim Zamanı

Hüseyin Cahit Günaydın İstanbul Teknik Üniversitesi Makine Fakültesi mezunu olup otomotiv endüstrisinde mühendis ve yönetici olarak çalışmıştır. İşletme yönetimi sertifika programını tamamladığı 2000 yılından beri "yenileşim mühendisi" olarak ülkemizin önde gelen danışmanlık şirketlerinde proje bazlı çalışmaktadır. İnovasyon, altı sigma, kai-zen, kurumsal yönetim konusunda uzmanlaşmış olup bu konularda sanayi odaları ve üniversitelerde konferans ve seminerler vermektedir. Uzmanlık konularında gazete, dergi ve internet sitelerinde yayınlanmış makaleleri mevcuttur. UBS Strateji



Vakfı yönetim kurulu üyesi ve TOSYOY Mütavelli Heyet Üyesi olarak Ulusal Yenileşim Stratejisine katkıda bulunmak amacıyla bilgi ve deneyimlerini paylaşmaktadır. Bu sayımızda kendi anlatımıyla Cahit Günaydın'ın inovasyon üzerine değerlendirmelerini sizlerle paylaşıyoruz.

### Şimdi Açık Yenileşim Zamanı

**Innovation:** YENİLEŞİM olarak TDK sözlüğünde Türkçeleştirildi. Yenileşim tohumlarını kurum toprağına-kültürüne- aşılardan önce dilimizi yenileşim diye alıştırmayı öneriyorum yazıya giriş cümlesi olarak.

Bir şirketin YENİLEŞİM KÜLTÜRÜ uygulama başarısının temel kaynağı olmasının yanı sıra, kar ve şirketin büyümesinde de büyük bir önem taşır.

Firmaların sahip olduğu ortalama sektörel teknoloji yapısı, ülkenin rekabet gücünü belirleyen bir faktör haline gelir.

Şirketlerin İNOVASYON stratejilerinin uluslararası piyasalara entegre olabilmesi, ülkelerin teknoloji ve ürün yaratabilme veya teknoloji-know how, lisans transfer gücüne bağlıdır.

Teknoloji ve ürün yaratmak, ülkenin kamu ve özel sektör -üniversiteler dâhil- beyin serma-

yesinin niteliğine bağlı iken, teknoloji transferi ülke şirketlerinin ve kamunun finansal öz kaynakları ve uluslararası piyasalardaki güvenilirliği ile orantılıdır.

Şirketlerin teknolojisinin gelişmesi; Ar-Ge biriminin yenileşim yeteneği yanında, üretim yeterliliğine, finansal ve pazarlama desteği ile inovatif liderlere ve fikirlere değer veren inovasyon mühendisliği - i.k. değil- uygulamalarında yatar.

Ulusal yenilik sistemi konusunda Sabancı Üniversitesi Rekabet forumu, TUSİAD ile güzel çalışmalar gerçekleştirdi. TÜBİTAK, TTTGV gibi bilimsel kurumlarımız AB 7. çerçeve kapsamında inovatif projelere imza atıyor. Ben biraz firmaya özel, kurumsal yenileşim konusunda sorular sorarak yanıt aramaya çalışacağım.

### Şirketlerimiz niçin yenileşim stratejileri geliştirmeli?

Rekabet gücünü artırmak, maliyetleri düşürmek, teslimat süresini kısaltmak, ürün kalitesini uluslararası-ISO- standartlara uyumlu hale getirmek, esnek üretim sistemleri kurmak, uluslararası pazarlara uyum sağlamak, dünya çapında marka olmak, yeni ürün ve teknoloji yaratmak, patent almak kısaca yeni dünya düzeninde sürdürülebilir bir rekabet gücü için yenileşim stratejileri geliştirmelidir.

### Teknolojik inovasyon stratejilerinin önemi nedir?

Teknoloji yönetimi, ürün ve süreç teknolojileri olmak üzere iki gruba ayrılır. Ürün teknolojisi yeni ürün geliştirme ve Ar-Ge yeteneğini belirleyen şirketin temel karakterini belirler. Süreç teknolojisi ise üretimde kullandığımız yöntem ve ekipmanların niteliğini gösterir. Süreç teknolojisinin kalite seviyesi kontrol teknikleri ve sürekli gelişme çalışmaları ile yükseltilebilir. Ayrıca yapılan metod geliştirme ve iş analizi çalışmaları standart zamanları düşürerek firmanın teslimat hızını artırırken, maliyet avantajı da sağlar. Kalite standardının yükseltilmesi, maliyet avantajı ve teslimat sürelerinde iyileşmeler, süreç teknolojisi şirketin rekabet gücünü artıran parametreler haline getirir. Fakat bu parametrelerdeki gelişmeler başlangıçta büyük adımlar şeklinde gerçekleştirilirken, daha sonra küçük adımlar halinde devam eder. İşte bu son noktalar sizin ürün teknolojisinin kullanım ömrünün tamamlandığı ve ciddi teknolojik yatırımlar veya modernizasyon projeleri geliştirmek gereğini işaret eder.

Teknolojik değişimler her endüstri dalında yapılan buluşlar ve sistem gelişmeleri ile kendine özgü teknolojiler yaratmaktadır. Bazı tezgâh ve makine sistemleri geniş bir uygulama alanı bulmaktadır. Örneğin metal sanayisinin üretim tek-



nolojilerine şöyle kısa bir bakış yapalım. NC-nümerik kontrollü tezgâhların 1960'lı yıllarda önce uçak sanayisinde kullanılmaya başlarken, ilerideki yıllarda ülkemizde ve dünyada beyaz eşya imalatçılarından otomotiv sanayisine kadar kullanılarak yaygınlaşmıştır. NC tezgâhlarının gelişerek, işleme merkezleri ve CNC tezgâhları ile bilgisayar desteğinde üretim yapabilmesi işleme toleranslarında hassaslık sağlarken, üretim süreçlerinde büyük iyileşmeler görülmüştür. Bu süreç insana bağlı hataları minimize ederek aynı standart ve kalitede, herhangi bir ülkede makine, otomotiv, beyaz eşya parçalarının üretilmesine olanak sağlamıştır. Bir başka bir deyişle herhangi bir otomotiv parçasını tüm dünyaya ihraç etme şansınız kullandığınız ürün ve süreç teknolojisinin seviyesine bağlıdır. Evrensel, klasik tezgâhlarınız ile dünyanın en yetenekli ustasına sahip olsanız bile ihracat şansınız oldukça azdır. Sanayiye robotların girme süreci işçilik maliyetlerini düşürürken, size dünya çapında bir üretim hızı kazandırmakta ve 24 saat kesintisiz üretim yapma imkânı tanımaktadır. Örneğin kaynak robotları kullanan otomotiv sanayisinde, kaynak emniyeti uluslararası standartlarda yapılırken, robot yatırımının geri dönüş süresi kapasiteyi tam kullanabilme miktarlarına göre oldukça kısalmaktadır. Bildiğiniz gibi ülkemizde işçilik ücretleri artık tek başına rekabet sağlayıcı faktörler-

den biri değildir. CAD bilgisayar destekli tasarım, CAE bilgisayar destekli mühendislik, CAPP bilgisayar destekli süreç planlama teknikleri yeni ürün geliştirme, test etme, modifikasyon süreçlerini oldukça hızlandırmıştır. Hücre imalat sistemleri malzeme hareketlerini kısaltırken, esnek üretim sistemleri firmaların ürün çeşidini değiştirirken set-up sürelerinde avantajlar sağlamaktadır.

Üretim sistemlerinin otomasyonu, hidropnömatik tekniklerin yardımıyla planlama ve kontrolü kolaylaştırırken, CIM bilgisayar entegrasyonlu üretim, geleceğin fabrikalarını bize göstermektedir. Hizmet teknolojisi, ofis otomasyonu ve internet sayesinde yeni ekonomi tanımlarına gereksinim duyarken, yenileşim stratejileri hiç bugünkü kadar önemli olmamıştı. Guru'ların da dediği gibi pazarlama ve inovasyon dışındaki her şey maliyettir.

### **Yeni dünya düzeninde yatırımları nasıl değerlendireceğiz?**

Esnek üretim sistemleri, otomasyon yatırımları veya bilgi işlem sistemlerinin kurulması gibi modern teknoloji yatırımları oldukça büyük miktarlarda sermaye gerektirir. Yatırımınız için ideal şartlarda kredi kaynağı bulduğunuzu varsaysak bile teknolojiyi satın almadan önce finansal ve stratejik açıdan dikkatlice incelemenizde büyük

fayda vardır. Japonların bir yatırıma 5 yıl önce karar verip, aynı süreç de tüm varsayım ve parametreleri test ederek çok zor karar verdikleri ama karar verdikleri zaman 5 ay içinde o fabrika veya sistemi kurdukları anlatılır.

Yatırımın değerlendirilmesinde, özellikle yeni bir ürün için teknoloji seçiminde işçilik maliyetlerin düşmesi, üretim kalitesinin yükseltilmesi, üretim sürelerinin kısaltılması ve üretim operasyonlarında esnekliğin artırılması gibi parametreleri iyi hesaplamak gerekir. Seçilen teknolojiye yapılan buluş ve gelişmelerin hızının, yatırım yapıldığı dönemdeki teknik ve ekonomik avantajları, sağlayacağı katma değere göre analiz edilmelidir. Örneğin bilgi teknolojisi alanında seçilen bir BT sistemi teknolojik ömrü 16 ay seviyelerindedir. Metal sanayisinde seçilen CAD, CAM gibi bilgisayar destekli tasarım ve üretim sistemleri tüm teknik spesifikasyonları karşılarken, yeterli sipariş alamama durumunda ciddi bir kapasite fazlalığı ve yatırımın geri dönüş süresinde büyük yanılgılar ile başa kalabilirsiniz. Teknoloji seçim etmenleri: işçilik maliyetinde azalma, malzeme maliyeti, demirbaş maliyeti, dağıtım ve lojistik alanlarındaki maliyetlerin değişimi, kalite maliyeti, bakım, enerji maliyeti, üretim sürelerindeki azalma nedeniyle malzeme devir hızındaki artış miktarları ve sanayi dalına bağlı özel faktörler olarak sıralanabilir. Ancak yeni teknolojiyi kullanırken bazı riskleri de dikkate almak gerekir.

Bu riskler; teknolojinin yenilenme süreci tahminlerinizden önce olabilir. Teknolojiyi uygularken gerek tesisatta, gerek üretim kalitesinde sorunlar yaşanabilir. Yeni teknoloji sistemleri organizasyonu değiştirdiğinden, çalışanlardan ciddi direnç olabilir. Kullanılan teknoloji çevre sorunları yaratabilir. Müşteri tercihi pazar payı artış beklentilerinizi karşılayamayabilir.

Sonuç olarak teknoloji yönetim başarısı ülkelerin rekabet gücünü OECD ülkeleri seviyesine taşımaktadır.

Yeni dünya ekonomik düzeninde ülkeler ve şirketler teknoloji yaratan ve teknoloji kullanan olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Batı hızla teknoloji yoğun sektörlerle kayarken, emek yoğun sektörlerin katma değeri hızla düşmektedir. Geleceğin sektörleri olarak bilgi teknolojisi, elektronik, iletişim, biyoteknoloji, süper iletkenler, yeni malzemeler, yazılım, robot-otomasyon teknolojisi gösterilmektedir.

Gelişmiş ülkelerde hizmet sektöründeki istihdam sanayide çalışan kesime göre hızla artarken, beyin gücü artık bir entelektüel sermaye olarak algılanmakta ve dünya beyinler arası rekabet yarışı pistine dönüşmektedir. Sektörel bazda teknoloji transferi yaparken uluslararası ortaklar ile yeni pazarlara erişme stra-

tejisi ile teknoloji yönetiminde uzmanlaşmak gerekmektedir.

İnovasyon mühendisliği tekniklerini kullanan teknoparklar, teknik geliştirme merkezleri, Ar-Ge şirketleri ile TÜBİTAK, TTGV vb. kurumların Ar-Ge desteği ile teknoloji ve ürün yaratmak ve know-how ihraç etmek inovasyon ekonomisinin gerekleridir.

Kendi sanal ağlarımız ile açık inovasyon ağlarını geliştirmek gerekiyor. Örneğin facebook gibi ağlar ile yenileşim ağları kolayca kurulabilir: <http://www.facebook.com>

Siz de kolayca böyle bilgi ağlarına katılabilir veya kendiniz de kurabilirsiniz. Çünkü bilgi çağının sürdürülebilir rekabet gücü ve yeni dünya ekonomik sisteminin ana fikri; inovatif liderleri bulan, destekleyen, ekonomik değeri olan projeler ile bilim atmosferi yaratacak yenileşim stratejilerini geliştirebilmektir.

Şimdi açık yenileşim zamanı...

Hüseyin Cahit Günaydın  
UBS STRATEJİ VAKFI  
Yönetim Kurulu Üyesi  
[www.hcgunaydin.blogspot.com](http://www.hcgunaydin.blogspot.com)

## Ömer Ekinci: Girişimcilik ve İnovasyon Macerası

### Bize biraz kendinizden bahsedebilir misiniz?

1984 yılında Erzincan'da doğdum. 92 de büyük Erzincan Depremi'ni yaşadım, 97 de ailemle İstanbul'a göçtük, 98 yılında liseye başladım ve aynı yıl küçük yazılımlar geliştirip küçük işyerlerine satmaya başladım. 2002 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'ni kazandım ve aynı yıl büyük bir yazılım şirketine kendimi zorla işe aldım. 2004 yılında oradan ayrılıp, bir başka firmaya bağlı olarak araç yazıcısı imal etmekte olan mucit babamı ikna ederek babamla birlikte girişimci olduk ve Desnet ismiyle üretime başladık. 2005 yılında kendi yazıcı markamız olan Destech'i geliştirdik. 2006 yılında Desnet'ten sonraki ikinci şirketim olan Voder'a'yı Bluetooth ile Reklam ve Pazarlama çözümleri geliştirmek üzere kurduk. 2007 yılında Desnet olarak ilk küresel markamız olan Printooth adında Türkiye'nin %100 yerli yazıcısını ihracata yönelik geliştirdik ve 12 ülkeye ihraç ettik. 2008 yılında 40 kişilik bir ekibe ve Desnet olarak kendi alanının en büyük şirketleri arasına girme başarısına ulaştık. Üretimimizin tamamını Türkiye'de yapıyoruz. 2009 yılında çeşitli televizyon, gazete ve dergilerde yayınlanan röportajlardan sonra üniversitelerde, üniversitelerde inovasyon, girişimcilik ve pazar-

lama üzerine konferanslarda konuşmalar yaptım. Aynı yıl Ulaştırma Bakanı Sn. Binali Yıldırım'ın elinden 2009 Yılın Genç Girişimcisi ödülüne layık görüldüm, yine aynı yıl İstanbul'da özel bir üniversitede İşletme bölümünde Sektörel Çözümlere Giriş 1 adında bir ders verdim.

Desnet Yazılım olarak El terminali ve Saha Satış Çözümleri geliştiriyoruz. Araç yazıcıları üretiyor, el terminali markalarının tedarikçiliğini yapıyor ve saha satış yazılımları geliştiriyoruz. Barkot okuyucu ve barkot yazıcılar tedarik ediyoruz.

Vodera Türkiye olarak Bluetooth ile reklam ve pazarlama çözümleri geliştiriyoruz. Bir restoran, cafe, alışveriş merkezi ya da sinemada, "Bluetooth'unu aç, fragmanı indir" şeklindeki görsel görüp Bluetooth'unu açan kişilerin cebine ücretsiz resim, müzik, video içerik gönderimi yapıyoruz.

### Girişimcilik projeniz nedir?

Şimdilerde Desnet olarak GucElinde.com isimindeki e-ticaret projemiz ile iş modelimizi geleceğe taşımaya amaçlıyoruz. Bu sitede mobil olarak hayatımıza değer katan her türlü teknolojik cihazı Türkiye'nin her yerine 24 saatte teslim edeceğiz. Yani hepsiburada'nın, bir alana odaklanmış, mobil olarak hayatımızı kolaylaştıran (okul ya da iş yaşamında) tüm teknolojik cihazları satan bir platform olacak.

Çünkü elektronik ticaretin artık odaklanmaya ve uzmanlaşmaya doğru gidiyor. Her şeyi satan bir yer değil her kategorinin ayrı bir uzmanı olacak. Biz de bu yöne yatırım yaptık ve mobil denince akla gelecek bir e-ticaret portalı oluşturduk. Yeni girişimimiz GucElinde.com

### Bu projenizdeki inovasyon/inovasyonlar nedir?

Bu projedeki inovatif fikrimiz öncelikle niş bir alana odaklanıyor olmamız. Bildiğiniz gibi e-ticaret siteleri öncelikle her şeyi satar bir durumdaydı. Şimdi ise niş alanlara yönelik e-ticaret siteleri ağırlık kazanıyor. Bizim gucelinde.com projemizde yaptığımız da bu. Bu alanda sadece Türkiye'de değil dünyada bir ilk olacak, mobil ürünler satan ilk e-ticaret portalı olacağız. İkinci yenilik de sattığımız ürünlerdeki ilginç inovatif ürünler. Örneğin cep projeksiyonu, cep telefonu boyutunda projeksiyon cihazı satacağız.

Örneğin, bir de ses kaydı yapan ve yazılan yazıyı anında dijitalle çeviren pratiKalem (İsmini de biz böyle koyduk) ürünü var, sadece GucElinde.com'da satılacak. Japonlar tarafından geliştirilen bu ilginç kalem, yazıyı yazarken içeriğindeki kızılötesi kameralar vasıtasıyla kayıt altına alıyor ve bilgisayara el yazınız şeklinde aktarıyor. Bu ve bu ürün gibi farklılıkların GucElinde.com'u büyüteceğini düşünüyoruz.

### Şu anda hangi aşamadasınız?

Projenin son aşamalarına ulaştık, 10 gün içinde bir tanıtımla internette duyurusunu gerçekleştireceğiz.

### İnovasyonunuzun ticarileşme aşamasında ne gibi engellerle karşılaştınız?

İnovasyon, ticarileşmiş fikir demek bildiğiniz gibi. Dolayısıyla çok iyi fikirlerin bile bazen ticarileşmemesi söz konusu olabiliyor. GücElinde.com'da sattığımız ürünleri müşterinin görmeden, eline almadan, test etmeden satın alma konusunda biraz tedirginlik yaşayacak. Ama özellikle videolu e-ticaret bakış açımız ile video izleterek bu eksikliği gidermeyi planlıyoruz.

İşin finansman kısmına gelince, her yatırım mutlaka bir külfet de içeriyor aynı zamanda. Biz yatırımcısı ya da arkasında bir holdingi bulunan bir şirket olmadığımız için yatırımlarımızı, bugün satarak para kazandığımız ürünlerin getirileriyle yapıyoruz. Bu da biraz kısıtlıyor haliyle çünkü hem ticaret yapıp hem de oranın getirisiyle yenilik yapmak zor bir iş.

Şunu söyleyebilirim devlet desteklerine ulaşmak çok çok zor Türkiye'de. Devlet desteğini almaya harcadığınız emekle, ürünü sermayesiz geliştirmek ve satıp devlette elde edeceğiniz destek gelirden fazlasını kazanmak müm-

kün. O nedenle biz uzunca uğraşlar sonucu devlet desteği alamayınca bütün yatırımlara kendi gücümüz ölçüsünde girmeye başladık.

Bir de bizim girişimlerimiz genellikle teknolojik ve internet bazlı olduğu için şu gerçekten faydalanıyoruz: İnternet bazlı yatırımlar da eğer doğru insan kaynağına ulaşırsanız çok pahalı olmayabiliyor. Bu nedenle yatırımlarımızı desteksiz ve kendi çabamızla yapabiliyoruz.

#### **Bundan sonra neler yapmayı planlıyorsunuz?**

Özel, yenilikçi ve inovatif fikirlerle yeni şirketler kurma düşüncelerimiz var. Onun dışında belki şaşıracaksınız ama süt besiciliğiyle ilgili bir girişimimiz söz konusu. Ayrıca sosyal girişimcilikle de adımızı dünyaya duyurmaya çalışacağız.

Yeni şirketlerimizin kapsamı önümüzdeki yıllarda ortaya çıkacak ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçlara yönelik hızlı geliştireceğimiz çözümlerle ilgili olacak. Şu an bu ihtiyaçların ve çözümlerinin ne olacağını öngörmek zor ancak zamanla iş modellerinin değişeceği aşikâr.

Sosyal girişimcilikte Geliştrend projemin devamında, bu yıl 9999 fidan dikme projemiz var. Üniversitelere konferans vermeye gittiğimde öğrencilerden ücret almıyorum. Ama bir yandan da onların cüz'i bir bedel ödemesi, onların

anlattıklarına vereceği önemi arttıracak. Ben de bir yöntem geliştirdim. SMS ile 5 liraya 1 fidan bağışi yapan öğrenciler konferansa girebilecekler. Böylece 1 yıl sonunda Google Earth'den girip bu öğrenci arkadaşlarımla birlikte kendi ormanımızı seyredebileceğiz.

#### **Size nasıl ulaşılabilir?**

Bana [www.omerekinci.com](http://www.omerekinci.com) dan ulaşabilirsiniz. [omer\[at\]omerekinci.com](mailto:omer[at]omerekinci.com) e-posta adresimden, <http://twitter.com/omerekinci> - <http://friendfeed.com/omerekinci> ve <http://facebook.com/omerekinci> sosyal hesaplarından da ulaşabilirsiniz.



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

Türkiye'de işsizliğin, 100 işsiz kişiye devlet tarafından iş bulunmasıyla değil, 100 işsiz 10'unun girişimciliğe teşvikiyle çözüleceğine inanıyorum. Bu 10 kişi, geri kalan 90 kişiyi istihdam edecek ve böylelikle işsizlik sorunu en aza indirilecektir. Bu nedenle babamla birlikte Desnet'i, sonra kendi adıma Vodera'yı ve en son da GucElinde.com'u kurdum. Ayrıca Gelistrend.com isminde bir sosyal sorumluluk projesi mevcut, genç girişimcilere bir rehber olması amacıyla ürettiğimiz. Geliştrend'e bağlı bir iş bağlantısı buluşması olan Buluştrend'i organize etmeye başladım.

Ayrıca Türkiye'nin dört bir yanındaki üniversitelere gidip Girişimciliği anlatıyorum. "Penguen Olma Girişimci Ol" isminde bir gösteri/seminer sergiliyorum. Bir genç bile benim vesilemlerle geleceğine yön verirse kendimi mutlu hissedeceğim. Bir de "Eski Köyü Penguenler Bastı" isminde bir İnovasyon gösteri/seminerim bulunuyor. Bu iki konuda çalışmalar yapıyorum.

Türkiye'de hem inovasyonun, hem de girişimciliğin önünde ciddi engeller var. Devlet desteğini alma zorluğu, vergiler, ücretler, kiralar, hayat pahalılığı, eğitim altyapımızın yetersiz olması gibi sorunlarımız var. Kendimize ve karşımızdakine güvenmiyoruz. Türk malına güvenmiyo-

ruz, Türk firmasına güvenmiyoruz. Bu gibi bir takım sorunları çözebilmemiz, girişimciliği de inovasyonu da güçlendirecektir.

Aileler girişimci ruha sahip gençlerin önüne set koyuyor, gençleri biraz daha özgür bırakmalıyız.

İnovasyon içinse çözüm bu kadar basit değil, üretim ve tasarım alanlarının, teknik imkânların gelişmesi gerekiyor. Bunun için de üniversitelerin TEKNOPARK'larından yararlanmak mümkün.

Çin dünyanın kopyalama merkezi olarak kabul ediliyor. Oradaki üretim artık rakamlara sığmıyor. Ama baktığınızda geleceği olmayan bir ekonomi söz konusu Çin'de. Çünkü markalaşma yok ve inovasyon çok az. Var olanı kopyalamak bir ekonomiyi ancak suni olarak büyütür. Biz de Türkiye olarak Çin'in inovasyon yapan ve markalaşan hali olabiliriz.

Bu ayki sayımızda önümüzdeki günlerde yapılacak önemli etkinliklerin duyuruları ile karşınızdayız.

## 1. İzmir Global Sağlık Konferansı

EBIC-Ege, EBİLTEM, ESBAŞ ve TASSA ortak etkinliği olan 1. İzmir Global Sağlık Konferansı "Bio- Medikal Teknolojiler" teması ile 24-25 Mayıs 2010 tarihlerinde ESBAŞ (Ege Serbest Bölge) Konferans Salonu'nda gerçekleştirilecektir. Konferansın amacı, medikal sektörde faaliyet gösteren firmaları ve araştırmacıları bir araya getirerek, sektördeki fırsatların ve problemlerin tartışılacağı bir platform oluşturmaktır. Konferansın ikinci gününde yabancı firmalarla birlikte araştırmacıların da katılacağı ve yüz yüze ikili görüşmelerin yapılacağı ücretsiz bir proje pazarı etkinliği düzenlenecektir. Konferans ile ilgili daha ayrıntılı bilgi ve kayıt formuna [www.izmirforhealth.com](http://www.izmirforhealth.com) sitesinden ulaşabilirsiniz. Ücretsiz proje pazarı etkinliği için aşağıdaki link yardımıyla firma profillerinizi kaydetmeniz yeterlidir.

Proje Pazarı Kayıt : <http://medical.ebicege.org.tr>



## ESİNKAP: 2. Ar-Ge Proje Pazarı



ESİNKAP (Eskişehir İli İnovasyon Stratejileri İçin Kapasite Oluşturma Projesi) kapsamında Eskişehir Sanayi Odası organizasyonu ve TÜBİTAK desteğiyle gerçekleştirilecek olan "2. Ar-Ge Proje Pazarı" etkinliği 29-30 Nisan 2010 tarihlerinde Eskişehir / Anemon Otel'de yapılacaktır.

Söz konusu etkinlik ile üniversiteler, araştırma kurumları ve sanayi kuruluşları arasında proje işbirlikleri yaratılması amaçlanmaktadır. Ulaşan başvurular neticesinde yaklaşık 150 kadar projenin işbirliği amaçlı olarak etkinlikte sunulması planlanmaktadır. "Bölgesel Ekonomi, Sanayi ve İnovasyon İlişkisi" konulu sempozyum ile Metal Şekillendirme ve Üretim Teknolojileri, Makine ve Tasarımı Teknolojileri, Seramik ve Refrakter Teknolojileri, Kimya ve Proses Teknolojileri, Tekstil Teknolojileri, Bilişim Teknolojileri, Çevre/Gıda/Biyoteknoloji, Enerji Verimliliği/ Temiz Enerji, (Rüzgâr ve Güneş Enerjisi), Otomasyon, Kontrol/Koruma/İşletme Verimliliği tematik alanları dâhilinde 2 gün süreyle Proje Pazarı etkinliği gerçekleştirilecektir. Projeye ilgili detaylı bilgilere [www.esinkap.net](http://www.esinkap.net) internet adresinden ulaşmak mümkündür.

## Avrupa KOBİ Haftası

Bu yıl ikincisi düzenlenen Avrupa KOBİ Haftası 25 Mayıs-01 Haziran 2010 tarihleri arasında gerçekleştirilecektir. Avrupa Komisyonu'nun Türkiye dâhil olmak üzere 37 ülkede KOBİ'lere yönelik eş zamanlı faaliyetleri bir şemsiye altında toplamayı hedeflediği 2. Avrupa KOBİ Haftası'nın açılışı 25 Mayıs 2010'da Brüksel'de, kapanış toplantısının ise Madrid'de gerçekleşmesi öngörülmektedir.

25 Mayıs-01 Haziran 2010 tarihleri arasında ve bu tarihlerden önce ve sonraki üç haftayı kapsayacak şekilde; KOBİ'lere yönelik Avrupa Birliği destekleri, ulusal destekler, girişimcilik konuları başta olmak üzere KOBİ'lerle ilgili gerçekleştirilecek olan seminerler, eğitimler, yarışmalar vb. organizasyonlara 2010 Avrupa KOBİ Haftası şemsiyesinde yer verilecektir.

## Geleceğin Resimleri "Pictures of the Future – The magazine for Research and Innovation"

İnovasyon konusunda yayın yapan, farkındalığı artıran, bir tartışma ve değerlendirme platformu sunan dergilere örnek olarak "Pictures of the Future" dergisini sizlerin dikkatine sunmak istiyoruz. "Pictures of the Future", dünya'da inovasyonun ve teknolojinin öncü firmalarından Siemens'in laboratuvarlarındaki gelişmelerin, trendlerin ve teknolojik ilerlemelerin yılda iki defa yayınlanacak sayılar ile okuyucularla buluşturmayı hedeflemektedir. Gelecek senaryolarının, Siemens'deki Ar-Ge çalışmaları üzerine değerlendirmeler ve bilgilerin ve ayrıca uluslararası uzmanların görüşlerinin yer alacağı dergide "Önümüzdeki 10-20 yıllık dönemde hangi teknolojiler yaşamımızı şekillendirecek?" sorusuna cevap aranacaktır.



## Türk Patent 2009 Ödülleri

Türk Patent 2009 Ödülleri 04 Mart 2010 tarihinde düzenlenen törende sahiplerine verildi. Türk Patent Enstitüsü, Türk Patent Ödülleri'nin, ülkelerin ekonomik ve teknolojik gelişiminin göstergelerinden biri olan ve her geçen gün önemi giderek artan sınai mülkiyet hakları konusunda toplumda farkındalık yaratılması, sanayicilerimiz, işverenlerimiz, akademisyenlerimiz ve diğer tüm kesimlerce inovasyona daha fazla önem verilmesi, Türk patentleri için daha çok kaynak ayrılması, rekabet gücü yüksek Türk markaları ve özgün tasarımlar yaratılması için daha çok çaba gösterilmesi açısından etkili olduğu inancını taşımaktadır.

Tören, Türkiye'den akademisyenler, sanayiciler, buluş sahipleri, araştırmacılar, sanatçılar ile sivil toplum kuruluşları, kamu ve özel sektör kurum/kuruluşları ile birçok ülkenin sınai mülkiyet kurumlarının üst düzey temsilcileri bir araya getirmiştir.



### Türk Patent Ligi Ödülleri

2009 yılında en çok başvuru/tescil sahibi firmalar

#### Marka Başvuruları

1. Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
2. ETİ Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.
3. Migros Ticaret A.Ş.

#### Marka Tescilleri

1. Yeni Mağazacılık A.Ş.
2. Yıldız Holding A.Ş.
3. Türk Telekomünikasyon A.Ş.

#### Patent Başvuruları

1. Arçelik A.Ş.
2. BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş.
3. Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.

#### Patent Tescilleri

1. Arçelik A.Ş.
2. Vestel Beyaz Eşya San. ve Tic. A.Ş.
3. Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.

#### Endüstriyel Tasarım Başvuruları

1. Boytaş Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
2. Merkez Çelik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
3. Anadolu Cam Sanayi A.Ş.



### Endüstriyel Tasarım Tescilleri

1. Boytaş Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
2. Merkez Çelik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
3. Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş.

### Türk Patent Altın Ödülleri

2009 yılında uluslararası başvuru sahibi firmalar

**Markalar:** 2009 yılında en fazla uluslararası başvuru yapan ulusal firma- ETİ Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

**Patentler:** 2009 yılında en fazla uluslararası başvuru yapan ulusal firma -Arçelik A.Ş.

**Endüstriyel Tasarımlar:** 2009 yılında en fazla uluslararası başvuru yapan ulusal firma- Merkez Çelik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

### Türk Patent Özel Ödülleri

**Patent Özel Ödülü** "Metal Kaplı Nanofiberler" buluşu ile Sabancı Üniversitesi

**Endüstriyel Tasarımlar Özel Ödülü** "Yatak Odası Takımı" tasarımı ile Erkal Tuntaş, Muammer

Erel, Erhan Yaman

**Marka Özel Ödülü** "Sanatçı kategorisi" -Yılmaz Erdoğan

**Marka Özel Ödülü** "Edebiyat kategorisi" - Prof. Dr. İskender Pala

**Marka Özel Ödülü** "Spor kategorisi" - Ertuğrul Sağlam - Bursaspor Kulübü Teknik Direktörü

**Marka Özel Ödülü** "En fazla marka başvurusu yapan kamu kuruluşu" - Türksat A.Ş.

**Coğrafi İşaret Özel Ödülü** "Antep Baklavası"nın Avrupa Birliği nezdinde tescilinin sağlanması için Türkiye'den yapılan ilk başvuru olması nedeniyle" - Gaziantep Sanayi Odası

**Coğrafi İşaret Özel Ödülü** "İzmit Pişmaniyesi"nin "en uzun tek tel" unvanıyla Guinness Rekorlar kitabında yer alması nedeniyle "coğrafi işaret"- İzmit Belediyesi, Kocaeli Esnaf ve Sanatçılar Odaları Birliği

1. Arama-Tarama Aşaması

2. Seçim Aşaması

3. Uygulama Aşaması

4. Öğrenme-Yeniden İnovasyon

## TÜBİSAD-KOBİ'lerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması

Geçmiş sayılarımızda KOBİ'lerin önemine üzerine sizlerle birçok bulguyu ve değerlendirmeyi paylaşmıştık. Buna paralel olarak bu sayımızda sizlerle Türkiye'de KOBİ'ler üzerine yapılan önemli bir araştırmanın bulgularını paylaşıyoruz.

Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) 31 Mart tarihinde yaptığı basın toplantısı ile KOBİ e-Dönüşüm Projesi kapsamında KOBİ'lerin teknoloji kullanımına bakışını değerlendirmek üzere sonuçlandırdığı TÜBİSAD KOBİ'lerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması'nın bulgularını kamuoyu ile paylaştı.

Türkiye'nin ilk KOBİ bilişim araştırması olan çalışma, TÜBİSAD'ın KOBİ'lerde teknoloji kullanımını ve verimliliği artırmak için farkındalık yaratmak ve KOBİ'lere destek verecek yetkin bilişim uzmanları yetiştirmek amacıyla Avea, Intel, Microsoft ve TT Net ve Türk Telekom'un katkılarıyla hayata geçirdiği "Gelecek İçin Bilişim-KOBİ e-Dönüşüm Projesi" kapsamında gerçekleştirildi. Araştırma çerçevesinde 25 ilde 1-49 çalışana sahip KOBİ'lerden toplam 1645 yönetici ile yüz yüze görüşmeler yapıldı. Görüşmelerde, üretim, ticaret, ulaştırma ve diğer olmak üzere 4 farklı kategoride KOBİ yöneticilerinin görüşleri alındı.

"Verimlilik ve katma değer artışı için KOBİ'lerin teknoloji vizyonunda değişim şart!.." başlığı ile duyurusu yapılan araştırma, KOBİ'lerin bilişim teknolojileri kullanımı üzerine çarpıcı verilere ulaşmak mümkün. Bunlardan bazıları şunlardır:

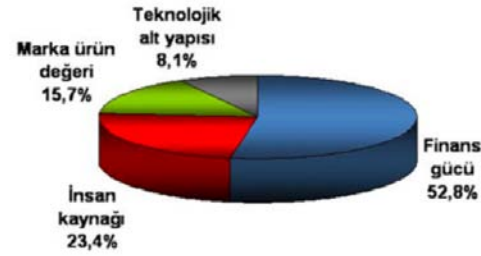
- Türkiye'de KOBİ'ler bilişim teknolojilerini şirketleri için önemli araçlar arasında en son sıraya koyuyor.
- Her 3 KOBİ'den biri teknolojiyi nasıl kullanacağı konusunda bilgi sahibi değil
- 4 KOBİ'den sadece 1'inin web sitesi var
- KOBİ'lerin yarısından fazlası e-posta kullanmıyor

Daha detaylı bir bakış ile araştırma sonucunda TÜBİSAD'ın basın duyurusunda yer alan şu önemli noktalar ön plana çıkmaktadır.

### KOBİ yöneticileri teknolojinin işleri için öneminin farkında değil

Araştırmaya göre KOBİ yöneticilerinin şirketlerinin en önemli silahı olarak gördükleri konular arasında teknolojik altyapı en son sırada yer alıyor. Yöneticilerin yarısından fazlası işletmelerinin başarıya taşıyacak en önemli unsurun finans gücü olduğunu düşünüyor. Finansı ikinci sırada insan kaynağı ve üçüncü sırada marka ve ürün değeri takip ederken, şirketlerinin en başarısı için en önemli unsurun teknoloji olduğunu söyleyen KOBİ yöneticilerinin oranı sade-

ce yüzde 8. Türkiye'de KOBİ yöneticilerinin teknolojik altyapıyı kurumlarının başarısı için önemli maddeler arasında en son sıraya yerleştiriyor olması, KOBİ'lerin verimliliğinin ve ekonomiye kattıkları değerlerin neden düşük olduğunu da gözler önüne seriyor.

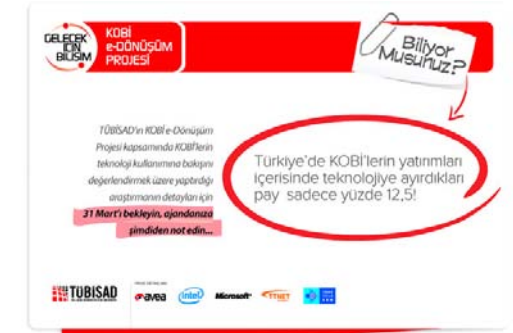


### KOBİ'ler teknolojiden nasıl yararlanacağını bilmiyor

Araştırma kapsamında işlerini yürütürken teknolojiye ne kadar ihtiyaç duydukları sorulan KOBİ yöneticilerinin yüzde 37'si teknolojiye düzenli ihtiyaç duyduğunu, yüzde 63'ü ise düzenli ihtiyaç duymadığını ifade etti. Teknolojiye ihtiyaç duyduğunu söyleyen her üç yöneticiden biri de, ihtiyaç duymasına rağmen teknolojiyi nasıl kullanacağını bilmediğini söylüyor. KOBİ'lerin bilişim teknolojileri kullanımıyla ilgili görüşlerine bakıldığında her üç KOBİ yöneticisinden ikisinin "verimlilik sağlar" görüşünde olduğu görülüyor. Ancak araştırma bu görüşün eyleme yansımada gelecekte e-ticaret yapma planları olup olmadığı sorulan KOBİ'lerin yüzde 24'ü, yani her dört KOBİ'den sadece 1'i gelecekte

### Dört KOBİ'den sadece birinin web sitesi var

Araştırmaya göre Türkiye'de hemen hemen her üç KOBİ'den ikisinde bilgisayar kullanılıyor. İşyerinde bilgisayar kullanılan KOBİ'lerin yüzde 92'sinde internet erişimi bulunuyor. İnternet erişimi olan 1,5 milyon işyerinde yaklaşık 4 milyon kişi internet kullanıyor. Araştırmaya göre ülkemizde her dört KOBİ'den sadece birinin web sitesi bulunuyor. KOBİ yöneticileri, web sitelerinin ağırlıklı olarak tanıtım amaçlı içeriğe sahip olduğunu belirtiyor. KOBİ'lerin yüzde 26'sı, yani sadece dört KOBİ'den biri web sitesini satış amaçlı yaptığını belirtiyor. Araştırmaya katılan KOBİ'lerin sadece yüzde 6'sı e-ticaret yapıyor. Araştırmaya katılan KOBİ yöneticilerinden web sitesi olmayanların yüzde 26'sı yaptırmayı düşünüyor, yüzde 74 gibi yüksek bir orandaki yöneticinin böyle bir planı bulunmuyor. Araştırmada gelecekte e-ticaret yapma planları olup olmadığı sorulan KOBİ'lerin yüzde 24'ü, yani her dört KOBİ'den sadece 1'i gelecekte



e-ticaret yapmayı planladığını belirtirken, yüzde 68'inin böyle bir planı bulunmuyor.

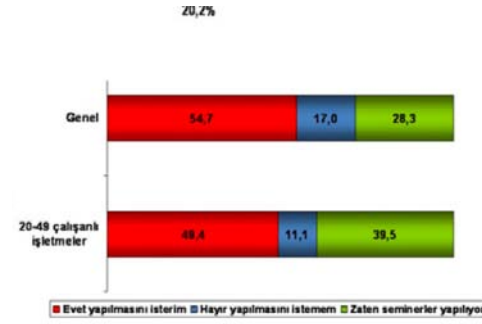
### Türk KOBİ'lerinin yarısından fazlası e-posta kullanmıyor

Araştırmanın en çarpıcı verilerinden biri de, KOBİ'lerin e-posta kullanımında karşımıza çıkıyor. Araştırmaya göre ülkemizde KOBİ'lerin yüzde 59'unun kullandığı bir e-posta adresi bulunmuyor. E-posta kullanan şirketlerde de, kurumsal e-posta kullanımının büyük işletmelerde daha yaygın olduğu görülüyor.

Araştırmaya katılan bilgisayar kullanılan işyerlerinin hemen hemen yarısı hizmet ve desteği, ürünü aldığı bayiden alırken, yüzde 22'si arkadaş ya da tanıdıktan, yüzde 30'u da ürünü aldığı yerden aldığını belirtiyor. Araştırmanın çarpıcı sonuçlarından biri de, KOBİ'lerin hizmet aldıkları kişi ya da kurumlara güven duymamaları. Araştırma kapsamında görüşülen KOBİ yö-



neticilerinin yarısından fazlası hizmet aldığı kişi ya da kurumları yetkin bulmadıklarını belirtiyor.



Araştırmaya göre KOBİ'ler genelinde teknolojinin mevcut yatırımlar içinde oranı yüzde 12.5. 20 – 49 çalışana sahip işletmelerde bu oran yüzde 19.5'a çıkıyor. Bölgelere göre bakıldığında en fazla Ege Bölgesi'ndeki KOBİ'ler mevcut yatırımlar içinde teknolojiye pay ayırıyor. Araştırmadan çıkan bir diğer önemli sonuç da, KOBİ yöneticilerinin yarısından fazlasının, bölgelerinde teknolojik çözümlerle ilgili bilgilendirme seminerleri yapılmasını istemesi oldu.

### Türkiye'de KOBİ'ler desteklerden yararlanmıyor

Gelecek İçin Bilişim KOBİ Araştırması, KOBİ'lerin kendilerine sunulan desteklerden son derece az yararlandıklarını da ortaya koydu. Araştırma kapsamında görüşülen işletmelerin yüzde 90'ı KOSGEB ve Avrupa Birliği gibi kurumların sağladığı KOBİ desteklerinden ya-

rarlanmadıklarını belirtti. Desteklerden yararlanmama nedenlerine bakıldığında, KOBİ'lerin yarısının desteğe ihtiyacı olmadığını düşündüğü görülüyor. Yüzde 28'inin desteklerden hiç haberi bulunmazken, yüzde 18'i ise formalitelerin fazla olduğunu, destek almanın zor ve uzun bir süreç gerektirdiğini düşünüyor.

Araştırma sonuçlarının açıklandığı toplantıda konuşan TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı Turgut Gürsoy, ülkemizde istihdamın yüzde 77'sini sağlayan KOBİ'lerin yarattıkları katma değer, yüzde 29 gibi son derece düşük bir orana sahip olduğunu belirtti. Bunun en önemli nedenlerinden birinin KOBİ'lerin teknolojik kapasitelerinin yetersizliği olduğunu söyleyen Gürsoy, verimliliklerinin ve ekonomiye katma değerlerinin artması için KOBİ'lerin teknolojiye çok daha fazla ve etkin yararlanmaları gerektiğini kaydetti. Gürsoy, Gelecek İçin Bilişim KOBİ e-Dönüşüm Projesi ile bunu değiştirmeyi hedeflediklerini belirtti.

Turgut Gürsoy, "Ülkemizde KOBİ'lerin durumu ile ilgili gözlemlerimiz sonucunda başlattığımız proje kapsamında gerçekleştirilen KOBİ araştırması, hem yola çıkarken ne kadar doğru tespitlerde bulunduğumuzu gösterdi, hem de bizim için önemli bir yol gösterici oldu. Araştırmadan çıkan bulgular ışığında daha da şekillendireceğimiz Gelecek İçin

Bilişim KOBİ e-Dönüşüm Projesi ile 3 yıl sonunda KOBİ'lerin gelişimine katkıda bulunacağımıza yürekten inanıyor, bu hedef doğrultusunda çalışmalarımızı sürdürüyoruz" diye konuştu.

Gürsoy, proje kapsamında Nisan ayında KOBİ seminerlerine başlayacakları müjdesini de verdi.

## Davos 2010 Notları (1)

Dünya Ekonomik Forumu'nun İsviçre'nin Davos kentinde düzenlediği yıllık toplantıları bu yıl 27-31 Ocak tarihlerinde gerçekleştirildi. Dünya'nın dört bir yanından, bilim, sanat ve iş dünyası, kamu temsilcileri, medya ve sivil toplum benzeri kurumlardan uzmanların bir araya geldiği toplantılarda, ekonomik kriz ve etkileri, yönetim, pazarlama gibi stratejik konular, enerji, çevre, bilişim, teknoloji ve çeşitli sektörel odaklar üzerine değerlendirmeler ve inovasyon, yaratıcılık, düşünme şekilleri gibi birçok önemli konu üzerine oturumlar yapıldı. Biz de geçen yıl olduğu gibi günümüz ve geleceğe yönelik eğilimler, inovasyon ve yaratıcılık, yönetim ve yönetim şekilleri gibi konular üzerine ön plana çıkan kilit noktalardan bazılarını, ilgili panel başlıkları altında sizlerle paylaşıyoruz.

### Sınırlarda Yönetim İnovasyonları

Birçok şirket hala sanayi devriminden kalan yönetim pratiklerini uygulamaktalar. Ancak yeni modeller geliştiren öncüler de göz ardı etmemek gerekmektedir. Peki, yönetimi sanayi devriminin ötesine geçirmek için şirketlerin kullandığı yeni pratikler nelerdir?

- Şirketin bütün seviyelerinde yaratıcı inovasyon pratikleri oluşturulması önemlidir. Bu da en iyi çalışanlar arasında işbirliklerinin oluşturulması ve birbirlerine güvenme-

leri ve dayanmaları ile sağlanabilir.

- Çalışanlar bir şirketin en önemli değerleridir ve onların ihtiyaçları müşteri ve paydaşlardan bile önce gelmelidir.
- Yönetim ters düz edilmelidir. Baş yöneticiler artık büyük kararları veren değil, ortam yöneticisi veya kolaylaştırıcı (facilitator) olmalıdır.
- Şirketler sorumlulukları ters çevirmeliler ve geleneksel hiyerarşik sistemi yöneticileri çalışanlara karşı sorumlu hale getirerek kırmalıdır.
- Para değil akran değerlendirmeleri en önemli motivasyon kaynağıdır ve birbirlerine karşı sorumlu hale getirilen çalışanlar daha üretici ve başarılıdır.
- Bir kurum içerisinde sosyal ağ tekniklerinin kullanılması yönetici ve çalışanlar arasında daha iyi bir anlayış ve iletişimin kurulmasını sağlamaktadır.

### IdeasLab'ın INSEAD (European School of Business Administration) ile İnovasyon Değerlendirmeleri

IdeasLab, çok kampüslü uluslararası bir işletme okulu ve araştırma kurumu olan INSEAD ile CEO performansı ve kontrol paradoksu üzerine değerlendirmelerde bulundu. Bu tartışmadan çıkan ana noktalar:

- Liderliğin ahlaki çerçevesi değişmekte ve kontrol, kontrol kaybı yaşamadan gevşetilmelidir.

- Neyin kontrol edilebileceğini ve neyin kontrol edilemeyeceğini anlamak bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu riskleri değerlendirmek ve iyi düşünülmüş adımlar atma da yardımcı olur.
- CEO'lar daha etkili bir güce ve vizyonlarında netliğe ihtiyaç duymaktalar. Bu kendisine yönelik eleştirileri ve zorlukları kabul edebilen açık bir takım oluşturmakla sağlanabilir.
- CEO'lar sistemin tepesinde kalabilmek için bir kültür ilişkisi kurma ihtiyacı içerisinde. Girdiler hem olumlu hem de yararlı olarak değerlendirilmelidir.
- Odaklanma hem pazar hem de pazar dışı stratejilere yönelmelidir.

### Yeni Tüketici Kim?

2030 yılına kadar gelişmekte olan dünyadan 2 milyar kişi küresel ekonomiye dâhil olacak. Gelecekte küresel büyümenin itici gücü olacak bu yeni tüketici kim?

Tartışmada ön plana çıkan ana noktalar şunlar:

- İster eğitimde veya gıdada ya da metin-gönderme hizmetinde olsun, bilgi teknolojisi ile donanmış tüketiciler sabırsız ve sınırsız gücü olan kişiler haline gelecekler ve maliyetlerin düşmesi ve kalitesinin artmasına neden olacaklar.
- Yeni tüketiciler büyük oranda kadınlar-tüm satın almaların %85'i kadınlar tarafından yapılmaktadır. Kadınlar, sağduyulu, talep-

kar, markalar ve mağazalara karşı çoklu-sadıktırlar (they are savvy, demanding, value hassle-free shopping and are multi-loyal among brands and stores).

- Zengin toplumlarda ete ve süte olan tüketici ilgisinin artışına bağlı olarak, küresel ekonomi geliştikçe, büyük baş hayvanlara olan ihtiyaç büyük oranda artacaktır.
- Yeni tüketici süreklilik ister ve şirketleri pazardaki davranışlarına göre, yasalar ve siyasi düzenlemelerin çok ötesinde ödüllendirir ve cezalandırır.
- Tek ve genel bir yeni tüketici yoktur ancak farklı pazarlarda birçok farklı özelliklere sahip yeni tüketiciler vardır
- Tüketici ürünlerinin "ne" ve "nerede" olduğu gittikçe artan bir şekilde bu ürün ve hizmetlerin "nasıl" üretildiği, paketlenildiği ve dağıtıldığını etkilemektedir.
- Bütün yeni tüketiciler daha fazlasını istememektedir. Krizin derin etkilediği Avrupa ve Kuzey Amerika tüketicileri daha tutumlu ve doğum oranının yüksek olduğu bir dönemde doğmuş kişiler (baby boomers) materyal şeylerden daha çok eğlenceye önem vermekteler.

Bu tür ve benzeri tartışmaların detaylarına Davos 2010 zirvesinin web sitesi üzerinden ulaşabilirsiniz: <http://annualmeeting.weforum.org>



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

