

# YENİLİK SÜRECİ

- GÖZLEM:

Pazarda yeni fırsatlar yakalayabilmek için müşterilerin karşılanmamış ihtiyaçlarını gözlemlemek

- DÜŞÜNME:

Bu ihtiyaçları karşılamak yeni ürün ve hizmetleri düşünmek ve hayal etmek

- TASARIM:

En son teknolojileri kullanarak yeni ürün/hizmet tasarlamak



- FİNANSMAN:

Yeni ürün ve hizmetleri üretmek ve satmak için yatırım projelerine mali kaynak aramak

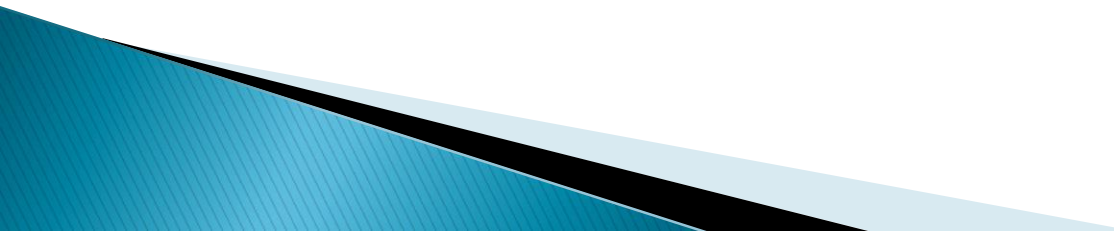
- PAZARLAMA:

Mevcut ve yeni müşterilere ürün ve hizmetleri tanıtmak

- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK:

Yeni ürün ve hizmetlerden gelen rekabet avantajının sürekli olabilmesi için hem araştırmayı sürdürmek hem de buluşları devlet koruması altına aldirmek (ör: patent başvurusu)

# ***Yenilikle ilgili yanlış görüşler***

- ▶ Yenilik planlıdır ve öngörülebilir.
  - ▶ Teknik şartnameler eksiksiz hazırlanmalıdır.
  - ▶ Yaratıcılık hayal gücüne dayalıdır.
  - ▶ Büyük proje grupları yeniliğe daha fazla katkıda bulunur.
  - ▶ Teknoloji, yenilik sürecinin başlıca kaynağıdır.
- 

# *Yenilikle ilgili dođrular*

Ar-ge ve yenilik çabalarının sonuçları tahmin edilemez.

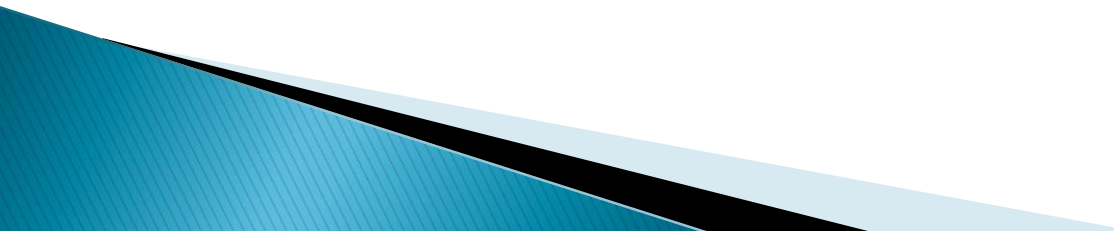
Çođunlukla dene-test et-düzelt yaklaşımı daha uygundur.

Yenilikle uğraşanlar fırsatlardan hareket eder hayal gücünden değil


Küçük gruplar daha iyi yaratıcı fikirler ortaya çıkarırlar.

Tek kaynak teknoloji değildir. Pazar odaklı yenilikçiler pazar araştırması yaptıkları için en yüksek başarı olanağına sahiptirler.

# *GENEL YENİLİK PRENSİPLERİ*

- Ürünler ve süreçlerle ilgili olarak sürekli yeni fikirler araştır
  - Anlaşılabilir ve müşteri–tabanlı yenilikler yap
  - Küçük başlasan da hep daha büyümeyi hedefle
  - Dene–test et–düzelt, Hatalardan öğren
  - Çok çalış!
- 

# *Jobs'a göre YENİLİK PRENSİPLERİ*

- ▶ Kariyerinde hep sevdiğin işleri yap!
  - ▶ Vizyonun Evrende bir iz bırakmak olsun!
  - ▶ Beynindeki motoru çalıştır! Yeni tecrübeler yaşa, başkalarından ilham al!
  - ▶ Hayal sat, ürün değil!
  - ▶ Gereksiz karmaşaya “hayır” de! Tasarımın basit olsun!
  - ▶ Müşterilerine heyecan verici yeni tecrübeler sun!
  - ▶ Müşteriye sunduğun marka algısı açık ve basit bir mesaj içersin!
- 

# *Ford ve Drucker'a göre Yenilik Prensipleri*

“Eğer insanlara ne istediklerini sorsaydım, benden daha hızlı bir at isterlerdi.” Henry Ford (1863–1947)

“İyi bir yenilik basit olmalı, insanlar: ben bunu neden daha önce düşünemedim! demeli.” Peter Drucker, (1909–2005)



# YENİLİK TÜRLERİ

## 1. RADİKAL YENİLİK (*TEKNOLOJİK İCAT*) :

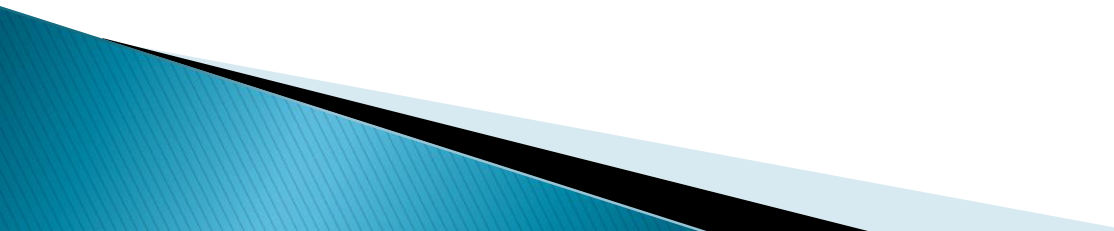
- ★ HALİ HAZIRDA VAR OLAN ÜRÜNLERDEN MALZEME, TEKNOLOJİ, İŞLEV VE GÖRÜNTÜ AÇISINDAN TAMAMEN ORJİNAL OLAN, TÜM DÜNYA İÇİN DEVRİMSEL BİR YENİLİKTİR.
- ★ RADİKAL YENİLİK ÇOK DAHA FAZLA REKABET AVANTAJI YARATIR.

# YENİLİK TÜRLERİ

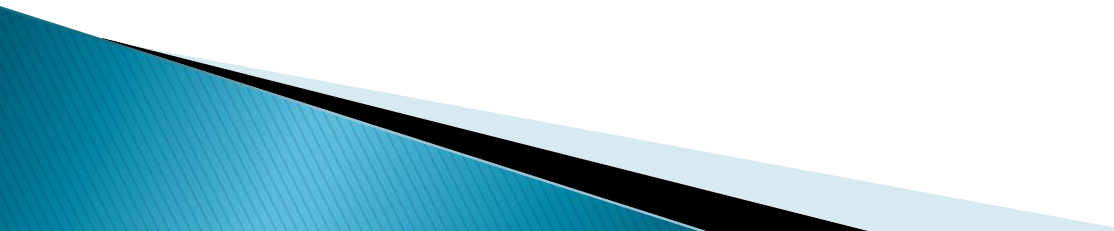
## 2. BİRİKİMLİ (*INCREMENTAL*) YENİLİK :

- ★ ÜRÜNLERİN SÜREGELEN GELİŞMELERİNİN, YENİLENMELERİNİN VE ÇEŞİTLENMELERİNİN SONUCU OLARAK ORTAYA ÇIKAR.
- ★ BİRİKİMLİ YENİLİKLER DÜNYA İÇİN YENİ OLABİLECEĞİ GİBİ SADECE ÜLKE İÇİN VEYA FİRMA İÇİN YENİ DE OLABİLİRLER
- ★ BU TÜR YENİLİK ÇABALARI DAHA AZ MALİYETLİ VE RİSKLİDİR


# YENİLİK ALANLARI

1. Ürün (Mal/ Hizmet) lerle ilgili Yenilikler
  2. Üretim Süreçleri ile ilgili Yenilikler
  3. Pazarlama Yöntemleri ile ilgili Yenilikler
  4. Yönetim Sistemleri ile ilgili Yenilikler
- 

## Ürünlerle ilgili Yenilikler

- ★ Mevcut ürünlerin bileşenlerinde çıktı kalitesini arttırıcı ve çıktı maliyetini azaltıcı değişiklikler yapılması
  - ★ Mevcut ürünlerin işlevsel özelliklerinde müşteri açısından kullanım kolaylığı ve tatminini artırıcı yenilikler yapılması
  - ★ Mevcut ürünlerden tamamen farklı bileşenlere, teknik spesifikasyonlara ve işlevsel özelliklere sahip yeni ürünlerin piyasaya sunulması
- 

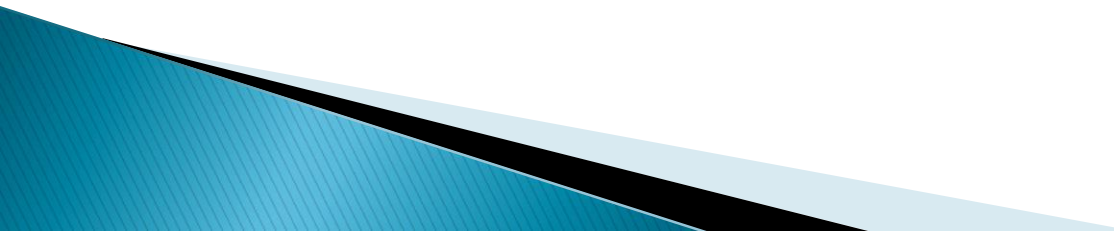
## Üretim Süreçleri ile ilgili Yenilikler

- ★ Üretim ve teslimat süreçlerindeki değer katmayan faaliyet adımlarının tespiti ve ayıklanması
  - ★ Üretim usul, teknik, donanım ve yazılımlarında değişken maliyetleri azaltıcı ve çıktı kalitesini ve hızını arttırıcı yenilikler yapılması
  - ★ örnek: fabrika otomasyonuna, CAD–CAM vs. gibi ileri imalat teknolojilerine geçiş
- 

## Pazarlama ile ilgili Yenilikler

- ★ Ürünlerin görünüş, biçim, hacim vb. ile ilgili tasarım yeniliklerinin yapılması
- ★ Ürünlerin pazardaki satış kanallarını yenilemeye yönelik yeni ürün konumlandırma tekniklerinin geliştirilmesi
- ★ Ürünlerin tanıtımında kullanılan medya, reklam, müşteriye özel tanıtımlar, yeni marka sembolleri, vs. gibi yeni promosyon tekniklerinin geliştirilmesi
- ★ Ürünler için yeni fiyatlama tekniklerinin geliştirilmesi

# Yönetim Sistemleri ile ilgili Yenilikler

- ★ Firma içindeki genel iş yapış şekilleri ile ilgili usul ve prosedürlerin yenilenmesi.
  - ★ Tedarik zinciri yönetimi ile ilgili sistemin yenilenmesi
  - ★ İnsan kaynakları sisteminin yenilenmesi
  - ★ Firma içi bilgi işlem ve bilgi paylaşım sisteminin yenilenmesi
  - ★ Takım çalışmasını ve Departmanlar arası koordinasyonu kolaylaştırmaya yönelik olarak organizasyon yapısının yenilenmesi
- 

# KAYNAKLAR

- ▶ C. Ali, K. Turhan, İşletmelerde Finansal Yönetim, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 2013.
- ▶ Ç. Adnan, A. Tahir, Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Gazi Kitabevi, Ankara, 2010.
- ▶ D. İrfan, K. Nihat, Girişimcilik, Semih Ofset, Ankara, 2004.
- ▶ [The Innovation Secrets of Steve Jobs](#), 2010 by Carmine Gallo