

Avraska İş Geliştirme ve Yönetim Danışmanlığı Ltd. Şti.

# NEDEN FARKLILAŞMA, NEDEN İNOVASYON

İstanbul

Temmuz, 2018

İşletmelerin ticari faaliyetlerinin tek bir amacı vardır, para kazanmak. Türkiye’de faaliyet gösteren yerli firmaların kazanç seviyeleri incelendiğinde genel olarak ayakları yere sağlam basan, yüksek kazanç oranları elde eden, pazara yön veren, ileriye pozitif motivasyonla bakan işletmeler olmadığı görülecektir. Türk firmaları genel olarak ekonomi olumlu olduğunda belli ilerlemeler gösteren ancak ekonomi daraldığında ilk alarm zilleri çalan firmalardandır.

Türkiye’de üretilen ürünlerin sadece %3’ü yüksek teknolojiye sahip ürünlerdir. Gerisi düşük ve orta seviye teknolojiye ve katma değere sahiptir. Türkiye dünya İnovasyon ve Rekabet sıralamasında orta sıralarda yer almaktadır. İmalat sanayinde gerekli girdinin önemli ve stratejik bölümü ithalata bağımlıdır. Sermaye, nitelikli insan kaynağı, know-how konularında Türk firmalarının önemli dezavantajları vardır.

Küresel ekonomi paradigmasının sonucunda ülkeler arasındaki sınırların gevşediğini, firmaların eskiye göre ülkelere daha rahat girip ticaret, üretim yapabildikleri göz önünde bulundurulduğunda Türk firmaları için rekabetin kuralları çok daha net bir şekilde yaşamlarına girmektedir. Her sektörde yabancı firmalar Türkiye pazarına girebilmekte ve pastadan önemli oranda pay alabilmektedirler.

Türk firmalarının farkında olması ve odaklanması gereken bir diğer konu başlığı ise teknolojinin ulaştığı seviye ve rekabette firmalara kazandırabildiği eşsiz fırsatlardır. Teknolojik güç artık rekabetin kurallarını, işleyişini, içeriğini kökünden değiştirebilmekte ve tüm sektörü yeniden şekillendirebilmektedir. Teknoloji kartopu gibi gelişimini sürdürmektedir. Nano teknoloji, yapay zeka, Endüstri 4.0 güncel teknoloji odak noktalarıdır. Türk firmaları ya da kuruluşlarının en azından kısa vadede teknoloji üreten, pazarın işleyiş dinamiklerini kökünden etkileyecek buluşlar gerçekleştirebilmeleri olası gözükmemektedir. Göz önünde bulundurulması gereken bir diğer temel gerçek de budur.

İşletmelerin para kazanmasını ve seviyesini belirleyecek bir diğer kilit konu başlığı ise müşteri yani ürün ve hizmetleri satın alacak insanlardır. Gerek tüm insanlık tarihi sürecinin sonunda bugün ulaşılmış olan bilinç seviyesi gerekse iletişim ve ulaşım olanaklarının sağladığı muazzam fırsatlar sonucu insanların tamamına yakını dünyadaki medeniyet seviyelerinden haberdar olmaktadır. Bu gelişmelerin sonucu olarak insanlar artık baskın bir şekilde refah, mutluluk, bolluk, haz arayışındadırlar. İnsanlar en azından teoride “ben” kavramıyla tanışmaktadır. Bireysel isteklerinin, beklentilerinin peşinde koşmaktalar ve bir değer olduklarını algılama arayışındadırlar. Eski “Ne üretirsek satarız” anlayışı artık “Müşteri Değeri Sunma” paradigmasına kaymış bulunmaktadır ve işletmeler bu yapısal değişikliği algılamak ve tüm faaliyetlerini buna göre şekillendirmek zorundadırlar.

Buraya kadar yazdıklarımı toparlamam gerekirse Türk firmalarının yüksek katma değer üreterek cazip kazançlar elde edebilmelerini belirleyen üç temel faktör şunlardır:

- Türk firmalarının ağırlıklı orta ve düşük teknolojiye sahip düşük katma değerli üretim yapısı, yetersiz sermaye ve know-how seviyesi, üretim girdisinde ithalata bağımlılık ve uluslararası firmalarla rekabette yaşadığı önemli dezavantajlar
- Rekabetin içeriğini temelden etkileyen ve şekillendiren teknoloji üretiminde Türk firmalarının gerilerde kalması
- Değişen müşteri satın alma paradigmalarının işletmelere dayattığı yeni iş yapış şekli ve firmaların düşük farkındalık seviyesi.

Mevcut büyük resmin ışığında işletmelerin yüksek katma değer üreterek cazip ve sürdürülebilir kazanç elde etmelerinin yol haritası var mıdır, varsa nedir. Yaşamın her alanında olduğu gibi her şeyin çözümü vardır. Sorun içinde çözümü de barındırır. Sorunun içeriği, boyutu ne kadar detaylı bir şekilde ortaya çıkarılır ve farkındalık seviyesi gelişirse çözüme giden yol da açılmış olur.

Sorun yukarıda ortaya koyulmuştu. Pekiyi çözüm nasıl olacak. Cevabı makalemin bundan sonraki bölümünde. Makalemin ve firma hedef hizmet alanının gereği resmi kurumları ilgilendiren konu başlıklarına burada değinmeyeceğim. Odak noktam işletmeler neler yapmalı, ne tür bir yol haritası izlemelidir.

Bir işletme için en önemli varlık işletmeyi kuran girişimcidir. Dikkat edilirse girişimci kelimesini kullandım. İşletme sahibi, patron kelimelerini kullanmadım. Bununla beraber işletme adını kullandım KOBİ kelimesini de kullanmadım. Mevcut işletmelerin tamamına yakınının kuruluş ve faaliyet nedeni bir şekilde bir yerlerde gördükleri ürünleri “ben de üretim hatta daha iyisini” yaklaşımıyla yola çıkan firmalardır. Bu firmaların ortak özelliği benzer ürünleri benzer iş modelleriyle üretmeleridir. Bu yaklaşımın doğal sonucu müşteri için pazarda alternatifin bollaşması ve seçeneğinin başka bir deyişle pazarlık gücünün artmasıdır. Ürünlerini satmak zorunda olan işletmeler için tek seçenek fiyat rekabetine girmek olmakta bu da para kazanamamalarına yol açmakta ve tehlike çanları çalmaya başlamaktadır.

Girişimci ise müşterinin ilgi göstererek satın alacağı, rekabetin düşük ya da hiç olmadığı alanları hedef alır. Girişimci cazip ve sürekli kazancı hedefler ve tüm iş yaklaşımını buna göre belirler. Girişimci genel iş dünyası işleyişinin farkındadır ve nelere odaklanması gerektiği konusunda belli bir bilinç vardır. Girişimci

belli noktalarda sıra dışı yetkinliğe sahiptir ve müşteriye değer sunma konusunda iddialıdır. Sonuç olarak bir işletme için temel direk cazip bir iş fikri olan ve onu hayata geçiren girişimcidir.

Türkiye'nin mevcut sermaye seviyesi, nitelikli insan varlığı, know-how üretim ve yetkinlik seviyesi göz önünde bulundurulduğunda girişimci için en kritik konu iş fikri ve bu fikri hayata geçireceği iş modelidir. Girişimci gerek iş fikrini gerekse iş modelini farklılaşma, inovasyon farkındalığı ve yetkinliği temellerinde hayata geçirmelidir. Girişimcinin her zaman için aklında tutması gereken temel farkındalık pazarda benzerleri olduğu müddetçe, müşteriye satın alacağı değer sunamadığı müddetçe para kazanması da, pazarda güçlü adımlarla ilerlemesi de oldukça risklidir.

Farklılaşma, inovasyon işletmede faaliyetlerin gerçekleştiği tüm departmanlarda yapılabilir: İş fikrini hayata geçiren ve tüm ticari faaliyetin çatısını oluşturan iş modeli, ürün, müşteri talebi, üretimden müşteriye ulaştırılan süreç, müşteriye yeni bir deneyim yaşatmak, mevcut pazar rekabet işleyişini alt üst etmek, gelir alanlarında yapılır. İnovasyon çeşitleri, tanımları ve uygulama örnekleriyle ilgili farklı bir makale yazacağımdan bu makalemde inovasyon detayına girmeyeceğim.

İnovasyona, farklılaşma kavramlarına odaklanırken dikkate alınması gereken stratejik faktörleri her zaman rehber edinmek gerekir. Bunlardan başlıcası müşteriye en az müşterinin kendisi kadar tanımak ve henüz karşılanmamış beklentisini, talebini karşılamaya yönelik ticari faaliyetlerde bulunabilmektir. Bu yaklaşıma "Dışarıdan İçeriye Bakış Yaklaşımı" adını veriyorum ve konuyla ilgili ayrıca bir eğitim programımız da mevcuttur. <http://avraska.com.tr/tr/egitimlerimiz> Günümüz iş dünyasında asli belirleyici faktörlerin işletme dışında gerçekleştiği gerçeğini algılamak, mesainin yoğun bir kısmını işletme dışında müşterilerle beraber geçirmek hedeflenen başarılarla ulaşmada çıkış noktası olmalıdır.

Bir diğeri ise işletmenin tüm departmanlarında tüm iş akış sürecine en ufak detayına kadar hâkim olup hangi alanlarda ne tür inovasyonlar yapılabileceğine odaklanmak olacaktır. İnovasyon sonuçta işletmenin içinde gerçekleştirilecektir. Dolayısıyla mevcut iç işleyişin röntgeni ne kadar net ve detaylı bir şekilde ortaya çıkarılırsa inovasyon hedeflerini belirlemek o kadar gerçekçi olacaktır. Bu yaklaşım verimlilik, kalite, AR & GE kavramlarıyla asla karıştırılmamalıdır.

Verimlilik, kalite, AR & GE başlıklarında yaşanacak iyileştirmeler tabii ki de işletmeye artı değer katacaktır ancak unutulmaması gereken kritik nokta işletmelerin tamamına yakını aynı konulara odaklanmış durumdadır ve benzer gelişmeler yakalama olasılıkları da yüksektir. Dolayısıyla ulaşılabilecek yeni seviyede rakip ürünleri yine benzer içeriklere sahip olacak ve müşteri için alternatif bolluğu yaratacaktır. Gerçek ve tek odak noktası inovasyon olmak zorundadır.

Firmanın inovasyon başarısında katkısı yadsınamayacak önemli destek unsuları ise şunlardır:

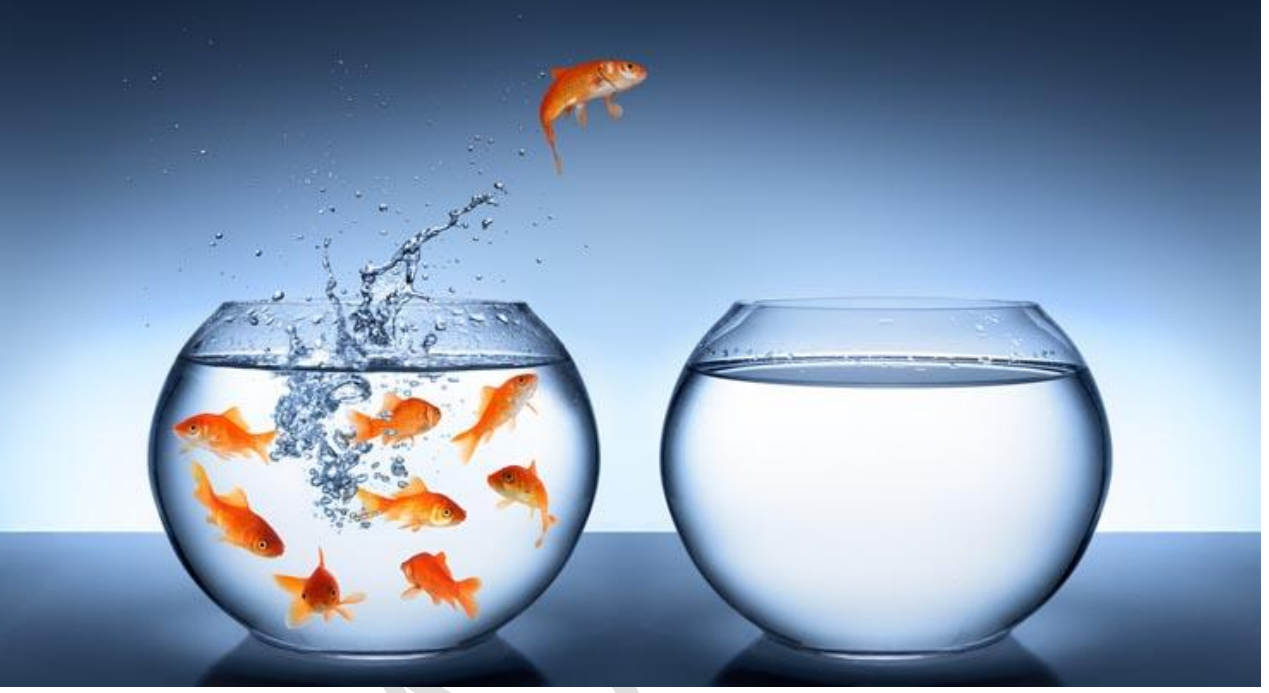
- En başta işletme sahibinin sonrasında ekibin yüksek motivasyon ve odaklanmayla, yoğun bir tempoda sürekli çalışmaları,
- En iyi ekiple çalışmak ve sürekli gelişimi temel almak,
- Yaratıcılığı, özgünlüğü, zihnin işleyiş sistemiği bilincini önemsemek,
- Finansmanı ve nakit akışını sağlam temellerde yürütmek,
- Dışarıdan içeriye bakış yaklaşımının işletmenin tüm departmanlarında hâkim kılınmasını önemsemek,
- Patronun her zaman işinin başında olması ve her şeye hakim olması asla unutulmaması kritik noktalardandır,
- Asıl olanın işletmenin hedefine ulaşması olduğunu ve statü temelli değil katma değer sağlama temelli işleyişi temel personel yönetim stratejisi olarak belirlemek ve tüm yönetişi buna göre inşa etmek,
- İşletmeye katkı sağlayacak her türlü ekip katma değerine açık olmak ve biz yaklaşımını optimum seviyede tutmak.

Girişimcinin para kazanmasında belirleyici ana faktörlerden birisi başlı başlına teknolojiyi işine hangi oranda ve etkinlikte entegre edebildiğidir. Teknolojinin ulaşılmış olduğu muazzam seviyede rekabetin kuralları baştan yazılmakta, müşteri beklentilerine özel çözümler sunulabilmekte hatta müşteri beklentileri şekillendirilebilmektedir. Bu bağlamda işletmelerde teknolojiye ulaşma ve optimum seviyede işe entegre etmek amacıyla ayrı bir birim kurulması önemli avantajlar sağlayabilecektir.

Girişimcinin asla unutmaması gereken temel noktalardan birisi içinde bulunduğu koşullar kendisi dahil, hedef işinin şekillenmesinde temel belirleyicilerdendir. Dolayısıyla hedef iş alanını ve planlarını oluştururken içinde bulunduğu ülkenin koşullarını, tarihsel işleyişini ve genel dünya paradigma ve konjonktörünü asla göz ardı etmemelidir. İnsanın yapabilecekleri sahip olduklarıyla sınırlıdır. İnsanoğlu farkı coğrafyalarda, farklı tarihsel dönemlerde farklı avantajlara ve dezavantajlara sahiptir. Bunların ortaya çıkardığı bütün içinde kendisini ve işletmesini doğru yere konumlandırması başarı için olmazsa olmazlardandır.

**Hakkımızda:**

2012 yılından beri faaliyette bulunan firmamız Avraska İş Geliştirme ve Yönetim Danışmanlığı Ltd. Şti. on yılın üzerindeki tecrübesi ile yerli ve yabancı firmalara yurtiçi ve uluslararası pazarlardaki faaliyetlerinde iş geliştirme, pazarlama ve yönetim alanlarında optimum katma değer sağlamaya yönelik danışmanlık desteği vermektedir.



**İNANIYORUZ Kİ FİRMAMIZ İNOVATİF FIRSATLAR  
İÇİN CAZİP BİR İŞ ORTAĞI ADAYIDIR.**

Firma: Avraska İş Geliştirme ve Yönetim Danışmanlığı Ltd. Şti.

Web Sitesi: [www.avraska.com.tr](http://www.avraska.com.tr)

E-mail: [info@avraska.com.tr](mailto:info@avraska.com.tr)

Adres: Altayçeşme Mah. Maltepe, İstanbul TÜRKİYE

Telefon: 0090 850 6442374