

İMKB ŞİRKETLERİNİN 'ŞEFAFLIĞINI' TEST ETTİK. SONUÇLAR DÜŞÜNDÜRÜCÜ!

AYLIK İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ

infomag

SUBAT 2007 YIL:7 SAYI:2007/2 5YTL

www.infomag.com

ISSN 1302 - 7468 02

İŞ DÜNYASININ İNOVASYON İLE İMTİHANI

YENİLİKÇİLİĞİ
HAYATA
GECİRENLERİN
AYAKTA KALACAĞI
YEPYENİ BİR
'İŞ DÜNYASI'...
YENİLİKÇİ İŞ FIRSATLARINI
KAÇIRMAYIN

BEYİN FIRTINASI

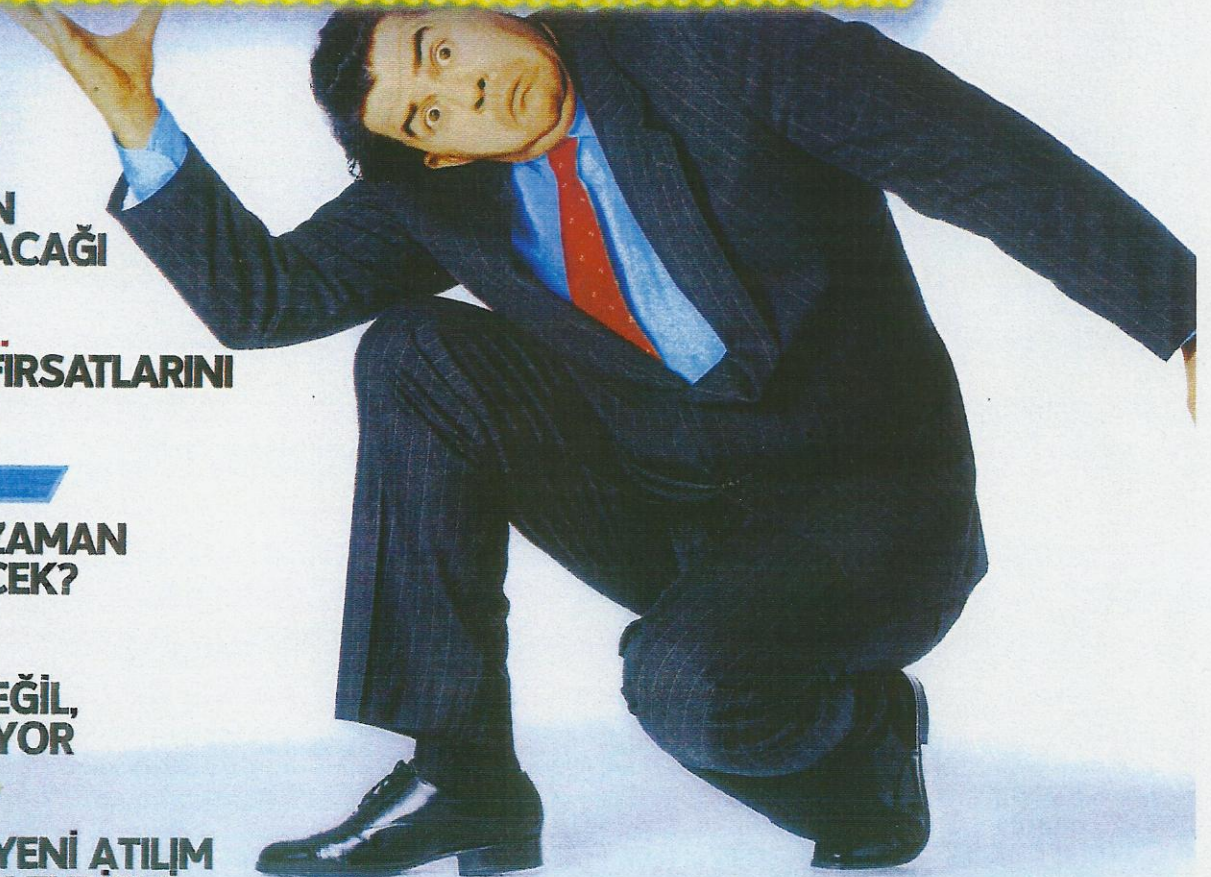
TÜRKİYE NE ZAMAN
ZENGİNLEŞECEK?

GURU

DİKTATÖR DEĞİL,
LİDER ARANIYOR

İŞ DÜNYASI

TÜRKİYE'NİN YENİ ATILIM
ALANI; SAĞLIK TURİZMİ...





TÜRK İŞ DÜNYASININ [inovasyonla] İMTİHANI

21'inci yüzyılda iş dünyasının gerçeği: İnovasyon... Değişmeyen yok oluyor, unutuluyor. Değişim gerçeğini anlayan, değişenler ise yeni iş modelleriyle ortaya çıkıyor. Artık meslekler ya da sektörler arasındaki sınırlar da eskisi kadar keskin değil. Sektörler birbirinin içine giriyor, dönüşüyor, meslekler iki ya da üç disiplinin bir araya gelmesiyle yeniden şekilleniyor. En önemli kaynak ise bilgi sahibi olmak, geleceği öngörmek ve merak etmek... İşte meraklılarına yeni iş modellerine götürecek ipuçları, yeni yatırım alanları...

■ Kevser DEVECİOĞLU – Leyla EMANET Fotoğraf: Burcu KOBALOĞLU

İnovasyonu yani yenilikçiliği, her alanda, her sektörde kullanmak mümkün. Zaten dünyanın, yaşamın değişim hızı her sektörü yenilikçi olmaya zorunlu kılıyor. Yeni fikirleri kullanarak veya mevcut bilgileri çok farklı şekilde uygulayarak yeni iş fikirleri yaratmak mümkün. Ancak yenilikçi iş fikirlerini sadece yeni iş alanları veya yeni ürünler ve hizmetlerle sınırlamamak gerekiyor. Daha geniş anlamda baktığımızda, en az ürünler ve hizmetler kadar iş modelinde, pazarlama-

da, müşteri deneyiminde, bir firmanın süreçlerinde iş sonuçları üzerinde önemli etki yaratacak yenilikçi fikirler geliştirilebiliyor.

Sonuçta inovasyon ticari faydayı da getiriyor beraberinde ancak bunun için büyük sermayeli yatırımlara gerek yok. Çünkü en büyük sermaye bilgi... İnsanlar sahip oldukları bilgi sayesinde sektörlerdeki değişimleri iyi analiz edebiliyor, ihtiyaçları görüp, bilgi birikimleri çerçevesinde çözüm üretiyorlar. Bu da yeni yatırımların yolunu açıyor. Çoğu bildiğimiz, tanıdığımız

sektörler ama hepsi yepyeni alt dalları, yeni adlarıyla karşımıza çıkıyor. İklim değişikliğinin karbon borsası oluşumunun yolunu açması, enerjiye olan ilginin enerji danışmanlığı açığını ortaya çıkarması ve fabrikayı inşa etmeden önce simülasyonla yani bilgisayar ortamında çalıştırabiliyor olmak, yenilikçiliğin getirdiği sadece birkaç örnek...

Bahçeşehir Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Endüstri Mühendisliği Bölüm Başkanı Yrd. Doç. Dr. F. Tunç Bozbura,

inovasyona ve yenilikçiliğin getirdiği kazanıma en etkin örnek olarak Youtube'u veriyor. Çünkü 20 yaşında 3 gencin 'sıfır' sermaye ile kurduğu web sitesi, bir buçuk yıl sonra 1.6 milyon dolara Google'a satıldı. Bozbura, Youtube'un 3 ya da 4 tane Tofaş fabrikası bedeline satıldığını vurguluyor. Bozbura, verdiği örnekteki değişime dikkat çekerek şunları söylüyor: "Youtube üç tane 20 yaşında gencin kurduğu bir şirket. 1.5 sene sonra 1.6 milyar dolara satılması, bazı şeylerin çok hızlı değiştiğini gösteriyor. Bu iş alanlarına da yansıyor. Artık katma değer yaratmak için gerekli, eskiden tanımlanmış olan toprak, sermaye, iş gücü gibi kavramların çok yeterli olmadığı, günümüzde en önemli kaynağın katma değer yaratmak için gerekli olanın 'bilgi' olduğu anlaşıldı."

GÖZÜNÜZ DÜNYADA OLSUN

Yenilikçilik demek yoktan var etmek demek değil... Yeni yatırım alanları keşfetmenin çeşitli yolları var. Bilgi çağında yenilikçiliğin formülü, bilginin peşinden gitmek. Bozbura, öğrencilerini okullarda aldıkları mesleki bilgi ile bir fabrikada işe girip var olan düzeni devam ettirmek yerine katma değer yaratacak yeni alanlar bulacak şekilde yetiştiriyor. Bozbura, dünyada yaklaşık 55 bin meslek bulunduğunu ve bunların büyük bir kısmının henüz Türkiye'de bilinmediğini anlatıyor. Bu meslekleri araştırıp, Türkiye'de uygulamaya koymak da çok sayıda yeni iş alanı açacak. Bozbura, "Ben gençlere, kendi öğrencilerime 'belirli bir konuda uzmanlaşın, katma değerli bir proje hazırlayın ve şirketlere gidin, bunları sunun' diyorum. Bu projeler sizin evde yapabileceğiniz, dışarıdan takip edebileceğiniz işler olsun. Bilgiye dayalı olduğu için asıl sermaye bu. Parasal olarak büyük sermayelere, yatırım için gerekli finansal sermayeye gerek yok" diye konuşuyor.

Algoritma Business Consulting Yönetim Kurulu Başkanı Ali Özgenç de yeni yatırım alanları keşfetmenin ve yeni iş fikirleri bulabilmenin çeşitli yolları olduğu görüşünde. Özgenç, Türk şirketleri ve girişimcilerine öncelikle dünyaya bakmalarını öneriyor. Sebebini ise şöyle açıklıyor: "Dünyada uygula-

nıp Türkiye için yeni olan o kadar çok fikir var ki, dünyada olup biteni ve eğilimleri çok iyi hissetmek lazım. Bir işte ilk olmayabilirsiniz ama dünyada gelişen bir fikri hızlı bir şekilde Türkiye'ye adapte ederseniz, çok mesafe alırsınız. London Business School'dan Costas Markides bunu "Hızlı İkinci" olmak diye tanımlıyor."

Yeni iş fikirlerini keşfetmenin ikinci yolu ise şirketlerin kendi çalışanlarının ve tedarikçilerinin fikirlerini dikkate alması. Özgenç, fikirleri iyi bir şekilde toplamak, geliştirmek ve değerlendirmek için "fikir yönetimi sistemleri" olduğunu ifade ediyor. Geleceğe ilişkin akıllı bir şekilde fikir geliştirmenin bir başka yolu olarak Özgenç, gelecekle ilgili tahminlerde bulunmanın ve senaryolar üretmenin önemine işaret ediyor. Özgenç, önümüzdeki dönemde gelecekte yeni iş alanları için öncelikle internetle bağlantılı hizmetleri örnek veriyor. İnternet arama motoru reklamcılığı, özellikle gençlere yönelik arkadaşlarına sürekli bağlı olmaya dönük olarak telekom hizmetleri, hızlanan hayat temposunda insanlara zaman kazandırmaya dönük ürün ve hizmetler gelecekte alanlar... Bunların yanı sıra gelecekte diğer alanlar fonksiyonel gıda ve içecekler, sağlıklı yaşam ürünleri ve hizmetler, branş bazında özelleşmiş veya yurtdışına dönük sağlık hizmetleri ve yaşlılara dönük hizmetler, alternatif ve yenilenebilir enerji kaynakları, nanoteknoloji ürünü yeni malzemeler, kültür turizmi ve temalı turizm, dünyanın giderek daha güvensiz bir yer olmasına paralel olarak güvenliğe dönük ürün ve hizmetler, şirketlerin üzerinden yük alacak ve maliyetlerini düşürecek hizmetler ve kişiye özel hizmetler.

Ayrıca işler komplike hale geldikçe danışmanlığın önemi de artacak. Çok özel konularda danışmanlık hizmetleri ortaya çıkacak. Dünyadaki regülasyonların artması sonucu, mevzuata dayalı danışmanlık da ciddi şekilde büyüyecek.

Tüm bu çerçevede işte yeni iş alanları ve sektörler... Yeni alanlar elbette ki bizim anlattıklarımızla sınırlı değil... Siz de var olduğunuz veya girmek istediğiniz sektörlerde yeni alanları keşfedebilirsiniz. ➤

İNOVASYON KAZANDIRIYOR

Deloitte Türkiye Ortağı Sait Gözüm'ün hazırladığı çalışmaya göre, kurumsal düzeyde inovasyon şu dört başlıkta toplanıyor:

ÜRÜNLER

Satış için yeni ürünler oluşturmak
Ar-Ge: Yararlanmak üzere yeni teknolojiler ve malzemeler yaratmak
Ürünler: Yeni ürünler ve hizmetler yaratmak

Platformlar: Ürünün özelleştirmeye imkân tanıyan modüler platformlar yaratmak

MÜŞTERİLER

Müşterileri belirlemek ve onlarla ilgilenmek

Çözümler: Müşteriler için uyarlanmış "üreticiden tüketiciye" çözümler sunmak

Müşteri: Yeni müşteri segmentleri ya da karşılansınmış müşteri ihtiyaçları bulmak

Müşteri deneyimi: Müşterinin bir organizasyonla etkileşim kurma şeklini değiştirmek

SÜREÇLER

Değer oluşturmak için bir organizasyonun iş modelini yapılandırmak, yararlanmak amacıyla, hizmetlerin fiyatlandırılma ya da ödeme şekillerini değiştiren gelir modeli

Süreç: Organizasyonun işletme süreçlerini değiştirmek

Değer zinciri: Organizasyonu endüstrinin değer zincirinde bulunduğu konumu değiştirmek

KANALLAR

Bir organizasyonun satmayı, müşterileri ve ortaklarıyla iş yapmayı seçtiği yer.

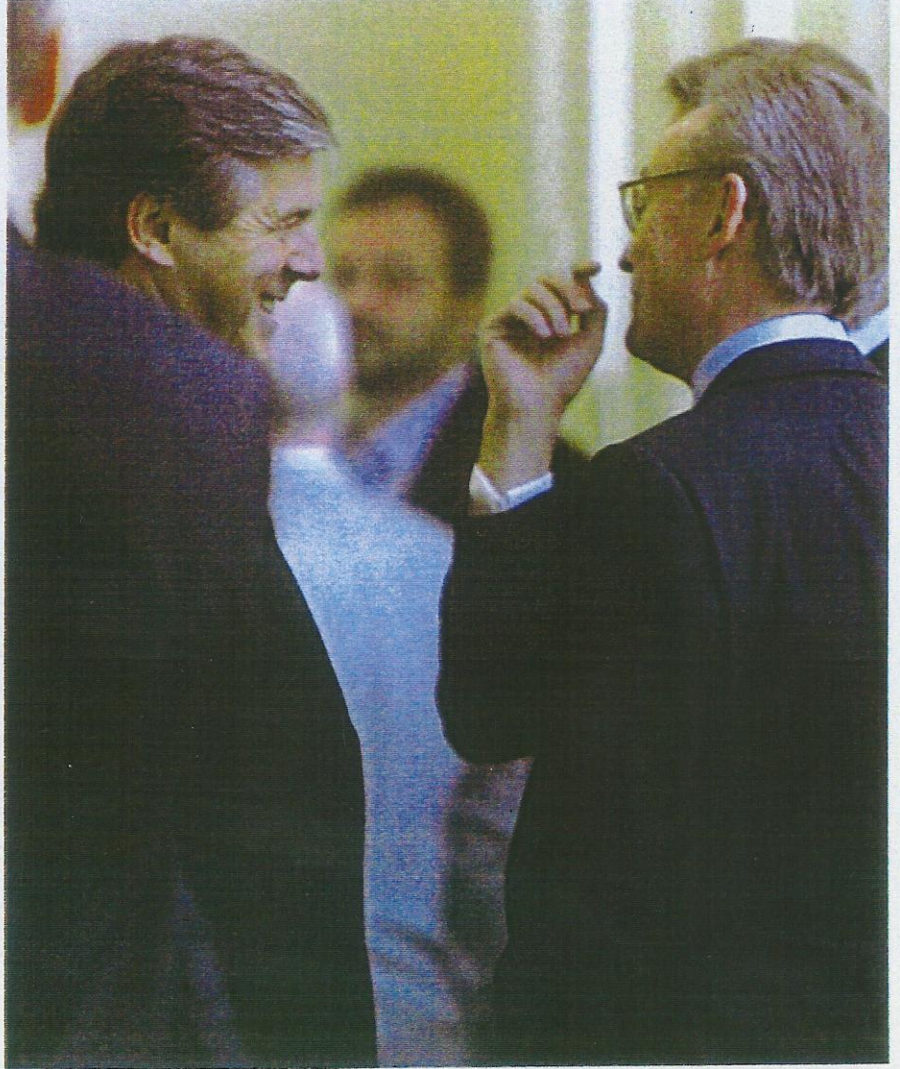
Lojistik/tedarik zinciri: Bir organizasyonun ürünlerine kaynak sağlama ve onları nakletme yolunu değiştirmek. Bir organizasyonun malların satmak için pazara gitme şeklini değiştiren kanallar

Ağ Kurma: Destek ve ürün gelişimi sunmak için, müşterilerle ve ortaklarla bağlantı kurma şeklini değiştirmek.

Yöneticilerin farklı mekanlarda nasıl giyineceğine, moda danışmanları karar veriyor.

“İnternet arama motoru reklamcılığı, özellikle gençlere yönelik arkadaşlarına sürekli bağlı olmaya dönük olarak telekom hizmetleri, hızlanan hayat temposunda insanlara zaman kazandırmaya dönük ürün ve hizmetler gelişecek alanlar.”

ALİ ÖZGENÇ
Algoritma Business Consulting
Yönetim Kurulu Başkanı



YÖNETİCİLERE ÖZEL MODA

Yurtdışında sadece yönetim kadrolarına hizmet veren moda danışmaları oldukça popüler.

CEO'lara hizmet veren moda danışmanlarının işi kolay sayılmaz. Rekabeti sürekli yaşıyan, zamanla yarışan ve hızlı düşünüp hızlı karar veren CEO'lar, gün içinde giyim kuşam için vakit harcamak istemiyor. CEO'lar bir gün içinde farklı mekanlarda birbirinde değişik konularda toplantı yapabiliyor. Moda danışmanlarının işi ise bu mekanlara uygun kıyafetleri hazırlamak. Tabii bu işin basit tarafı... Bir de bilimsel tarafı var: Mesela, birini ikna etmek isteyen CEO koyu renk takım elbise, beyaz gömlek giyip, bordo kravat takmalı... Ya da bir anlaşma imzalatmak istiyorsa tercihini kahverengiden yana kullanmalı. Tüm bunları düşünmek zorunda olan CEO değil modacılar, moda danışmanları. Yöneticinin sık görünmesi, modayı takip etmesi de onların işi. Türkiye'de garip karşılanabilir ama Avrupa ülkelerinde ve ABD'de hayli revaçta olan bir alan.