



Türkiye'nin vizyonu yenileşim olmalıdır

A. Hamdi Doğan
KalDer Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye küreselleşme sürecinin başladığı 1990 yılların başından bu yana yalnızca içe dönük ekonomik ve sosyal göstergeleri açısından değil, küresel ölçekte yerini ve hedeflerini belirlemeye çalışan bir ülke görünümündedir. Bu önemli bir değişimdir. Türkiye küresel gelişim sürecinde bir yer edinme çabasındadır. Vizyonun ana teması, **"Yaşam kalitesinin yükseltilmesi ve rekabete hazır bir toplumun oluşturulmasıdır."**

2023 yılı vizyonunda; Cumhuriyetin 100'üncü yılında;

- Bilim ve teknolojiye hakim,
- Teknolojiyi bilinçli kullanan ve yeni teknolojiler üretebilen,
- Teknolojik gelişmeleri toplumsal ve ekonomik faydaya dönüştürme yeteneğini kazanmış bir refah toplumu olma,

öngörüsü ortaya konmuştur. (Tübitak)

Bu nasıl gerçekleşecektir?

Mükemmel kurum ve kuruluşlar, mükemmel toplumlar sürekli öğrenme, sürekli iyileştirme ve sürekli yenileşim fırsatlarını kovalayan ve sonuçta değişimi gerçekleştirenlerdir.

Bütün ülkeler ve büyük kurumsal yapılar küreselleşme süreci içerisinde politik, ekonomik ve teknolojik açıdan birbirine bağılıklarını artırmışlardır.

Türkiye bu süreçte AB ile yaklaşarak, Avrupa ve Asya ile Ortadoğu arasında bir merkez rol üstlenerek stratejik önemini derinleştirmek ve yaygınlaştırmak çabasını göstermiştir.

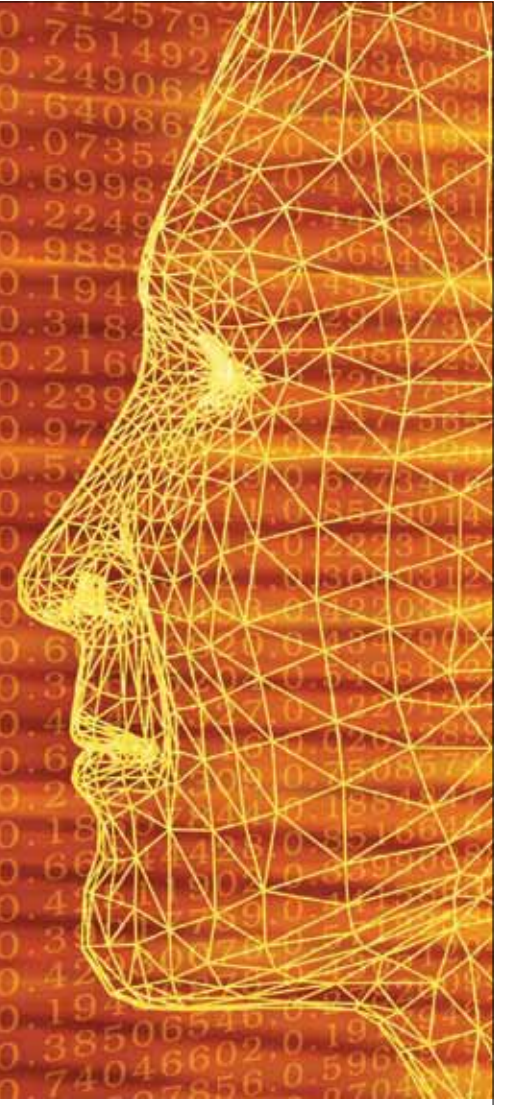
Türkiye'nin dünya koşullarında yerini belirlerken önemli göstergelerden biri de rekabet edebilirlik düzeyidir. 133 ülke arasında 61. sırada yer almaktayız. Bu olumsuz gösterge Türkiye'nin büyüyen nüfusuna, ekonomisine ve stratejik önemine karşın gelişmenin sürdürülebilirliğini etkileyebilecek bir göstergedir. Sürdürülebilir büyümeyi engelleyen faktörler arasında "altyapı" önemli bir yetersizliği yansıtmaktadır. 133 ülke arasında bu kriterde de 105. sırada bulunmaktayız.

BM İnsani Gelişim Endeksi göstergesinde (2007) Türkiye 182 ülke arasında 79. sıradadır. 1968 yılında 152. sıradaydı. 1998'de 85. sıraya yükselmişti.

Türkiye'nin 10. büyük ekonomi olma hedefi, bazı göstergelerde hızlı bir gelişme sürecine girilmesi ve bunun sürdürülür olmasını sağlamak ile olanaklıdır.



2023 vizyonunu Türkiye'nin dünya koşullarında yerini konumlandırırken, dünyadaki gelişmelerden ayrı değerlendirmek mümkün değildir. Dünya bir değişim yaşıyor. Değişim dalgaları birbirinin ardına geliyor ve gelecektir. Bu eğilimleri ve yönelimleri yakalayamazsak sürdürülebilir bir büyümeyi de sağlayamayız.



2023 vizyonunu Türkiye'nin dünya koşullarında yerini konumlandırırken, dünyadaki gelişmelerden ayrı değerlendirmek mümkün değildir.

Dünya bir değişim yaşıyor. Değişim dalgaları birbirinin ardına geliyor ve gelecektir. Bu eğilimleri ve yönelimleri yakalayamazsak sürdürülebilir bir büyümeyi de sağlayamayız.

Bu süreçte düne kadar hiç gündemde olmayan küresel tehditleri karşılamak durumundayız. Genel tanımı ile ÇEVRE bunun en önemli faktörlerinden biridir. Bu bağlamda KYOTO sözleşmesi bağlayıcı hükümlerini 2012'den itibaren gösterecektir.

Yenileşim de herkesin parlak bir örnek olarak sunduğu, 1968 de 3M'in Post-it buluşundan bu yana örnekler öylesine çoğaldı ve yaratılan değerler öylesine katlanarak büyüdü ve hızlandı ki yenileşim en çok kullanılan sözcüklerden biri ve izlenen yöntem oldu. Bugün 3G ile henüz tanışırken, 4G seçeneği ortaya konuverdi.

Pek çok işletme liderlik ve risk alma özelliklerini kullanarak günümüzün önemli dev şirketlerini yarattılar. Zaman ve gelişmeler bazen öylesi bir kavşakta çakışır ki, ortam adeta beklentiyi yaratır.

Malcolm Gladwell "Outliers-Çizginin Dışındakiler" adlı kitabında, bazı insanların neden daha başarılı olduklarını sorgularken yetenek, fırsat, zaman gibi olguların bir araya gelmesi yanı sıra önemli bir bulguya da dikkat çekmiştir. "10 Bin Saat Kuralı" Bill Gates, Paul Allen, Beatles bu kuralın şöhretlerinden sadece bir kaç örnektir. Başarının ardında uzun bir çalışma saatinin varlığı ve gerekliliği ortaya konmaktadır.

Yaratıcı düşünceler ve Türkiye'nin vizyonu

Yenileşim (inovasyon), yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet), veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır. (Oslo kılavuzu)

Yenileşim (İnovasyon) kültürünün henüz gelişmekte olduğu ülkemiz için Yaratıcı düşüncelerin yaşama yansımaları iyileşmeye açık alanımızdır. Genç nüfusa sahip, dinamik ülkeler için yenileşim bir fırsattır.

Türkiye'nin küresel ekonomide teknolojileri iyi uygulayan ülkeden, teknolojileri yaratan ülke sınıfına geçmesi önemlidir.

Bugün ihracatımızın içinde yüksek teknoloji ürünlerin payı



Yenileşim (inovasyon), yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet), veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır."



% 5.1 dir.Bu değer AB de % 21.5 dir. Kapatılması gereken büyük bir fark vardır.

Değerlendirilmesi tartışılmakla beraber her yıl yayınlanan Avrupa Yenileşim Endeksinde (Europeans Innovation Scoreboard) Türkiye 27 AB ülkesi ardında yer almaktadır. Sonuç 2009 yılı içinde değişmemiştir.

Son yıllarda Ar-Ge çalışmalarına verilen destekler artmıştır. Patent gibi yaratıcı çıktı göstergelerinde artışlar olmasına karşın yeterli olmanın çok gerisindeyiz. Teknoparkların gelişim sürecinde fiziksel yapılanma ötesine geçebilen başarı öykülerimiz henüz ortada yok. Üniversite- sanayi işbirliğinde yıllardır zorlama ve sürdürülebilir olmayan az sayıda projemiz var. Tasarım da başarılı örneklerimiz artıyor. Ama maalesef yaygın değil ve süreklilik taşıyor.

Yenileşim politikalarının belirlenmesi ülkeden ülkeye farklılık göstermekle beraber genel bazı özellikleri taşırlar. İyi örnekler arasında 1990'lı yıllarda Japonya'da başlayan "sürekli iyileştirme" Kaizen yaklaşımı Toyota ve Komatsu firmalarına dünya pazarlarında rekabet gücü kazandırmıştır.

Güney Kore'de öğrenme süreci ile başlayan bilgi birikimi önce mevcut ürünlerde değişiklik döneminin ardından yeni ürün geliştirme ile Samsung dünya markası olmuştur. İrlanda da Endüstriyel Kalkınma Ajansı IDA süreci yönetmiştir. Finlandiya 1990 da % 20'ye ulaşan işsizlik ve tarım ile ormanlık ağırlıklı yapıdan 20 yılda Nokia ile iletişim sektöründe yakaladığı yenileşim atağı ile 1985'te 10.470 dolar olan fert başı Milli Geliri 2004'de 29 bin dolara çıkartmıştır.

Dünyada 700'ün üstünde CEO Yenileşim'i en önemli konu olarak görmektedir.Bir başka araştırmaya göre şirketlerin cirolarının % 75'inden fazlası son birkaç yıl öncesine kadar piyasada var olmayan ürün ve hizmetlerden oluşmaktadır.

Bütün başarılı yenileşim ülke modellerinde;Devlet Firmalar-Üniversiteler ve Araştırma kurumları üçgeni vardır. Politikaları oluşturan, yürüten, koordine eden bir çatı kurum vardır. Ülkenin Ulusal ve Küresel Yenileşim Sistemi kurulmuş ve tanımlanmıştır. Türkiye bunu başarmak durumundadır.

Türkiye'nin Vizyonuna açılan bir pencere 19. Kalite Kongresi

Türkiye'nin gelişim sürecinde "**Yenileşimin Yönetimi**" önemli kilometre taşlarından biridir. KalDer bu aşamada 8-9-10 Kasım tarihlerinde 19. Kalite Kongresi'nde bu ana tema çerçevesinde konuyu tartışacak. Dünyadaki ve ülkemizdeki iyi örnekleri paylaşacak ,yöntemleri uzmanlar ve uygulayıcılardan dinleyecek. Robert Tucker ve Jeff de Cagna gibi ünlü konuşmacıların yanı sıra Inder Sidhu gibi ünlü teknoloji şirketlerin (Cisco) yöneticileri ve ABD başta olmak üzere bir çok ülke Yenileşim Kurumlarının Direktörleri bizlerle olacaktır. Türkiye yenileşim rüzgarını kuvvetle duyacağı bir kongre ile tanışacaktır.

- Yenileşim öğrenilir mi?
- Süreçleri nelerdir?
- İcat etmek bir ayrıcalık mıdır ?
- Ar-Ge ile yenileşim farklı mı ?
- İşletmelerde yenileşim sistemi nasıl çalışıyor ?
- Yenileşim ortamı nasıl yaratılmalıdır ?
- Sektörlerden örneklerle yenileşim platformları

Sorular çok ! Yanıtlar da öyle.

19.Kalite Kongresi yanıtlarınızı bulacağınız ortamdır.KalDer geleneksel kongrelerine yeni bir tema ile yeni teknolojilerin uygulanacağı bir yeni sunum tekniğini de sizlerle tanıştırtarak ortamınıza renk katacaktır. ←