

# Yenilik ve İşbirliklerinde Buluşlar, Patent, Rekabet Gücü

## M. Kaan Dericioğlu

M. Kaan Dericioğlu üniversite döneminde Hayri Dericioğlu'nun yanında 1964 yılında başlayan çıraklık yıllarının ardından 1970 yılında Patent ve Marka Vekilliğine başladı. 1970 yılından bugüne kadar fiilen fikri haklar alanında Patent ve Marka Vekili olarak çalışan Mehmet Kaan Dericioğlu, Türkiye'nin Avrupa Patenti Sözleşmesi'ne üye olmasından sonra doğal olarak Avrupa Patent Vekili oldu. DPT bünyesinde kurulan Patent Kamunu ve Türk Patent Enstitüsü Kuruluş Kamunu Hazırlık Özel İhtisas Komisyonu'nda Raportörlük ve Başkan Vekilliği yaptı. M. Kaan Dericioğlu AIPPI - Uluslararası Fikri Hakları Koruma Birliği, EPI - Avrupa Patent Enstitüsü, PEM - Patent ve Marka Vekilleri Derneği, ICC - Milletlerarası Ticaret Odası, TÜSİAD Fikri Haklar Çalışma Grubu, İSO KATEK- İstanbul Sanayi Odası Kalite Teknoloji İhtisas Kurulu, UİG - Ulusal İnovasyon Girişimi (Sabancı Üniversitesi/TÜSİAD), TEKNORAMA, TOBB Türkiye Patent ve Marka Vekilleri Meclisi, DEİK Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu üyesidir. Kendisinin patent ve fikri haklar konularında basılmış çok sayıda kitabı ve makalesi vardır. Çeşitli üniversitelerde lisans ve yüksek lisans dersleri vermiştir.

## GİRİŞ

Yenilik ve işbirlikleri konusu, doğrudan fikir ürünleri ve özellikle fikir ürünleri kapsamındaki buluşlar, tasarımlar, bilgisayar yazılımları, ticaret sırları ile ilgilidir. Bu çalışmada öncelikle buluşlara ve diğer fikir ürünlerine ve fikir ürünlerinin rekabet gücüne etki yaptığına örnekler verilerek değinilecek, işbirliklerinde fikir ürünleri üzerindeki hakların nasıl ve ne şekilde paylaşılacağı belirtilmeye çalışılacaktır.

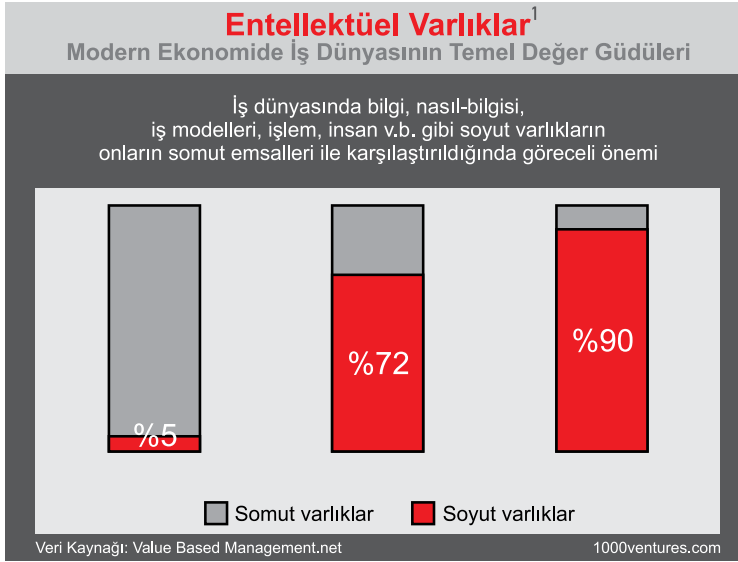
Sanayi ile bazı fikir ürünleri arasında doğrudan bağlantı vardır:

*Bir fikir ürünü olan buluşlara verilen patentin ölçütlerinden biri "sanayiye uygulanabilir olmak" ölçütüdür. Bu ölçüt patentin yalnız sanayiye uygulanabilir buluşlara verilebileceğini gösterir.*

*Bir başka fikir ürünü olan "endüstriyel tasarımlar" adından da anlaşılacağı gibi sanayi ile ilgili tasarımlar tanımlar.*

*Sanayi alanındaki üretime ilişkin tüm çalışmalar sonucunda ortaya çıkan ürünün pazarlanması, iyi seçilmiş bir "marka" ile mümkündür. Bir işletmenin parmak izi niteliğindeki marka, haksız rekabete karşı açılan bir bayrak olarak da yorumlanabilir.*

Fikir ürünleri, işletmelerin öz varlıklarını oluşturan maddesel ve maddesel olmayan varlıklar arasında önemli bir paya ulaşmıştır. Aşağıdaki tablo, maddesel olmayan varlıkların maddesel olan varlıklar karşısındaki değerini örneklemektedir:



Tabloda, maddesel olmayan varlıkların (intangible assets) maddesel varlıklar (tangible assets) karşısındaki 26 yıllık değişimi gösterilmektedir. İçinde yaşadığımız bilgi çağında, işletmelerin mal varlıklarının yaklaşık %90 kadarının fikir ürünleri tarafından oluşturulduğu açıktır.

Yeni ürünlerin geliştirilmesi maliyetinin işletmelere geri dönüşünde yeni buluşlarla birlikte, endüstriyel tasarımlar da önemli rol oynar. Ürünün, teknik özellikleri dışındaki, üç boyutlu şekli ya da iki boyutlu süslemelerini içeren, dış görünüşünü ifade eden “Endüstriyel Tasarım” yeni buluşların tamamlayıcısı, onların başarısının anahtarıdır.

Araştırma - Geliştirme ya da Araştırma - Teknoloji Geliştirme Faaliyetleri ile Yaratıcılık ve Fikir Ürünleri Koruması arasında doğal bir bağ vardır. İnsan gücü, zaman ve para harcanarak yapılan Ar-Ge faaliyetleri, yetenek, deneyim ve sabır gerektirir. Ar-Ge faaliyetlerinin özendirilmesi, sağlanacak teknik ve ekonomik desteklere ek olarak, bu faaliyetler ile ortaya çıkan yeniliklerin korunması ile mümkündür.

Ticaret Sırları, eserler, bilgisayar yazılımları, buluşlar, tasarımlar vb. kavramlar, Ar-Ge faaliyetlerinin sonucunda ortaya çıkan fikir ürünleri ile ilgili kavramlardır. Patent veya Faydalı Model Belgeleri ile korunan buluşlar ile doğal ve belgeli olarak çoklu yasal koruma-

dan yararlanan endüstriyel tasarımların, açıklanmadan gizli kaldığı sürece korunan ticaret sırlarının ve her alanda kullanılan bilgisayar yazılımlarının sanayinin rekabet gücüne doğrudan etkisi söz konusudur. Bu fikir ürünleri ve sahiplerini tanıtan markaların pazar paylarını değerlendirilerek oluşturulan rekabet gücünü gözlemlemek mümkündür.

Ar-Ge faaliyeti sonucunda oluşturulan yeni fikir ürünlerinden olan buluşlar, bir işletmenin Pazar Değeri’ni doğrudan etkiler. Pazar Değerleri sıralamasında ilk sıralarda yer alan işletmelerin, yıllık Ar-Ge harcamalarının da yüksek olduğu, en çok buluş yapan ve patent alan işletmeler sıralamasında da ön sıralarda oldukları görülür.

Tablo 1’de, yaklaşık 100 Milyar US \$ pazar değeri olan bazı şirketlerin Ar-Ge harcamaları, patent sayıları, pazar değerleri, marka değerleri ele alınmış, tabloda farklı yıllardaki sayılar verilerek karşılaştırma yapılmış amaçlanmıştır.

Son ekonomik krizin şirketlerin pazar değerlerini önemli ölçüde etkilemesine karşın, marka değerlerinde önemli bir değişim olmamıştır. Örneğin “General Elektrik” şirketinin 2007 yılında 358 Milyar US \$ olan pazar değeri 89 Milyar US \$ lık bir değere düşmüş, ancak marka değeri çok az değişmiş, üç yıllık bir sürede patent ve tasarım sayısı toplamı<sup>2</sup> 3.000 artarak 30.000’e yaklaşmıştır. Ar-Ge harca-

<sup>1</sup> [http://www.1000ventures.com/products/demo\\_NEW\\_BUSINESS\\_MODELS\\_Ten3\\_Minicourse.pdf](http://www.1000ventures.com/products/demo_NEW_BUSINESS_MODELS_Ten3_Minicourse.pdf)

<sup>2</sup> Birleşik Devletlerde Patent ve Tasarım tek veri tabanında yer aldığı için bunların toplam sayıları değerlendirilmiştir.

maları 2003 ve 2007 yıllarına ait olduğu için krizin bu alanı ne kadar etkilediği 2009 sayıları açıklandığı zaman görülecektir.

Türkiye'nin lideri durumundaki ARÇELİK'in Avrupa Patent Ofisi patent veri tabanındaki 1.737<sup>3</sup> ve Türk Patent Enstitüsü patent veri tabanındaki 457<sup>4</sup> olan patent başvurusu ve 160 olan tasarım tescili sayıları karşısında, yu-

karda belirtilen sayıların yüksekliği uluslararası rekabet gücünün göstergesidir.

Tablo 2 ve 3'te Türkiye'nin 500 büyük sanayi kuruluşlarından ilk 10 kuruluş 2006 ve 2008 yılları itibarıyla değerlendirilmiş, elde edilebilen ARGE harcamaları, Patent, Faydalı Model Başvuruları, Tasarım ve Marka Tescil sayıları bu iki tabloya eklenmiştir.

TABLO: 1 - Ar-ge Harcamaları, Pazar Değerleri, Patent Sayıları, Marka Değerleri

Sıra 2009 <sup>10</sup>	Şirket	Ar-Ge Harcamaları 2003 \$ M	Ar-Ge Harcamaları 2007 \$ M <sup>8</sup>	Patent ve Tasarım Sayıları 2006 (US) <sup>5</sup>	Patent ve Tasarım Sayıları 2009 (US) <sup>6</sup>	Pazar Değeri 2007 \$ Bil <sup>7</sup>	Pazar Değeri 2009 \$ Bil <sup>10</sup>	Marka Değeri 2006 \$ Bil <sup>9</sup>	Marka Değeri 2009 \$ Bil <sup>9</sup>
27	GENERAL ELECTRIC	2.700 <sup>8</sup>	3009	26878	29764	358.98	89.87	48.907	47,777
49	MICROSOFT	4.249	7121	5692	12496	275.85	143.58	56.925	56,647
33	PFIZER	6.504	8089	3342	3646	179.97	83.03	9.591	-
45	INTEL	3.977	5755	12479	17609	114.53	70.86	32.319	30,636
11	IBM	4.614	5754	44894	57000	139.92	123.47	56.201	60,211
24	COCA-COLA	1.400	-	870	943	108.08	94.55	67.000	68,734
41	PEPSICO	-	-	11	-	103.42	94.55	12.690	13,706

Derleyen: M. Kaan DERİCİOĞLU, Kasım 2009

## Yenilik ve İşbirlikleri

Ar-Ge faaliyetinin öneminin, Türk Sanayinin dışa açılması ile kendini hissettirdiği söylenebilir. Yurt dışına satılacak bir sanayi ürününün, mevcutlarla rekabet edebilmesi için, "yeni/öz-

TABLO: 2 - TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU - 2006  
Patent ve Faydalı Model, Endüstriyel Tasarım, Marka Sayıları (Aralık 2007)

Üretimden Satışlar Sırası	Kuruluşlar	Üretimden Satışlar Net (TL)	ARGE Harcamaları (TL) 2006	Patent ve Faydalı Model Başvuruları <sup>12</sup>	Endüstriyel Tasarım Tescilleri <sup>12</sup>	Marka Tescilleri <sup>12</sup>
1	TÜPRAŞ-TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ A.Ş.	18.673.722.100	-	-	-	8
2	FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.	5.605.701.061	75.501.663	54	35	26
3	EÜAŞ ELEKTRİK ÜRETİM ANONİM ŞİRKETİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ	3.954.375.080	-	-	-	-
4	TOYOTA OTOMOTİV SANAYİ TÜRKİYE A.Ş.	3.942.941.943	-	3 - Toyota Jidosha		2 - Toyota Otomotiv 81 - Toyota Jidosha
5	OYAK-RENAULT OTOMOBİL FABRİKALARI A.Ş.	3.900.653.598	-	2	2 (Renault S.A.S.)	31
6	ARÇELİK A.Ş.	3.825.143.916	68.640.000 (48.000.000 USD)	293	112	325
7	EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş.	3.458.649.822	-	1	1	26
8	VESTEL ELEKTRONİK SAN. VE TİC. A.Ş.	3.068.966.817	-	6	18	61
9	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.	2.672.941.532	168.519.000	13	10	112
10	AYGAZ A.Ş.	2.495.107.422	1.747.000	22	40	277

Derleyen: M. Kaan DERİCİOĞLU, Ocak 2008

3 (<http://ep.espacenet.com>)

4 (<http://online.turkpatent.gov.tr>)

5 Kaynak: US Patent and Trademark Office

6 Kaynak: US Patent and Trademark Office

7 Forbes The Global 2000, 29.03.2007

8 Interbrand, Best Global Brands 2006

GE 3.4 \$ BIL in 2005 GE\_R&D EXPENDITURES

9 Interbrand, Best Global Brands 2009, [www.interbrand.com](http://www.interbrand.com)

10 [http://www.forbes.com/lists/2009/18/global-09\\_The-Global-2000\\_MktVal.html](http://www.forbes.com/lists/2009/18/global-09_The-Global-2000_MktVal.html)

11 [http://spectrum.ieee.org/images/nov08/images/nov08\\_rnd\\_table.pdf](http://spectrum.ieee.org/images/nov08/images/nov08_rnd_table.pdf)

12 Kaynak: TPE

TABLO: 3 - TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU - 2008<sup>13</sup>

Sıra No	Kuruluşlar	Üretimden Satışlar Net (TL)	ARGE Harcamaları (TL) 2008 (IMKB)	Patent ve Faydalı Model Başvuruları <sup>14</sup>	Endüstriyel Tasarım Tescilleri <sup>14</sup>	Marka Tescilleri <sup>14</sup>
1	TÜPRAŞ-TÜRKİYE PETROL RAFİNERİLERİ A.Ş.	27.732.867.295	-	-	-	8
2	EÜAŞ ELEKTRİK ÜRETİM ANONİM ŞİRKETİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ	6.249.112.724	-	-	-	-
3	FORD OTOMOTİV SANAYİ A.Ş.	6.006.491.811	112.123.487 TL	105	42	29
4	EREĞLİ DEMİR VE ÇELİK FABRİKALARI T.A.Ş.	5.014.572.054	-	1	1	30
5	OYAK-RENAULT OTOMOBİL FABRİKALARI A.Ş.	4.710.974.763	-	2	-	31
6	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.	4.184.361.976	12.324.000 TL <sup>15</sup>	16	10	119
7	ARÇELİK A.Ş.	4.068.892.569	54.517.000 TL	457	160	392
8	İÇDAŞ ÇELİK ENERJİ TERSANE VE ULAŞIM SAN. A.Ş.	3.828.300.738	-	-	1	6
9	HABAŞ SİNİAİ VE TIBBİ GAZLAR İSTİHSAL ENDÜSTRİSİ A.Ş.	3.476.676.147	-	-	-	47
10	AVGAZ A.Ş.	3.279.709.953	-	27	41	307

Derleyen: M. Kaan DERİCİOĞLU, Ocak 2008

gün”, “kaliteli”, “çevreye zarar vermeyen”, vb. niteliklerinin yanında “ekonomik” olması da gerekmektedir. Ekonomik bir sanayi ürünü üretebilmek, ciddi bir Ar-Ge faaliyeti gerektirir. Rakip ürünlerin mevcut özelliklerini sağlamanın yanında, yeni özelliklerin de yaratılması zorunludur.

Türkiye'nin ulusal gelir düzeyini artırabilmesi için, teknolojiyi yaratan ve ürettiği yeni ürünleri, zor koşullu bir rekabet ortamı olan uluslararası pazarlarda satabilen şirketlere gereksinimi vardır. Ar-Ge alt yapısını zor koşullarda oluşturan ve bunun meyvelerini toplamaya başlayan, Arçelik vb. Türk şirketleri ele alındığında, bu şirketlerin bir başlangıç örneği

olduğu, Ar-Ge faaliyeti yapan ve bunu ürünlerine uygulayan bu tür şirketlerin sayısının artırılması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Bu tür şirketlerin oluşturulmasında planlanacak Ar-Ge faaliyetinin nasıl olması gerektiği ve nasıl işbirliklerine gerek duyduğu konusunda bir örnek, IBM şirketi tarafından hazırlanan ve 2004 yılında yayınlanan “Innovation Policy” adlı çalışmadır<sup>16</sup>.

Tablo 4 yenileşimin<sup>17</sup> değişimini göstermektedir.

Tablo 4'teki veriler; bağımsızdan birbirine bağlıya, tek disiplinden çoklu disipline, yerel Ar-Ge takımlarından küresel 24 saat 7

TABLO: 4 - E-İş Altyapısı ve Sürecine Dayalı Değişen Yenileşimin Yapısı

ÖNCE	SONRA
Buluş	Yenileşim
Doğrusal yenilik modeli	Dinamik yenileşim modeli
Tahmini talep oluşturmak	Talebi anlamak ve karşılamak
Bağımsız	Birbirine bağlı
Tek disiplin	Çoklu disiplin
Ürün fonksiyonları	Müşteri değeri
Yerel Ar-Ge takımları	Küresel 24/7 Ar-Ge takımları

13 <http://www.iso.org.tr/web/BesYuzBuyuk/Turkiye-nin-500-Buyuk-Sanayi-Kurulusu--ISO-500-raporunun-sonuclari.html>

14 Kaynak: TPE

15 Tofaş Web Sitesinde bu rakam 180.000.000 TL dir.

16 <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN021485.pdf>

17 Türk Dil Kurumu İnovasyon için yenileşim sözcüğünü önermiştir.

gün çalışan Ar-Ge takımlarına geçiş yapısını açıklamaktadır.

Tablodaki, buluştan yenileşime geçiş rekabet gücü kazanılması için bir yol haritası gibidir.

*“Ülkelerin ve işletmelerin rekabet yarışındaki başarısı inovasyona bağlı... Gayrisafi yurtiçi hasılanın yükseltilmesinde ana belirleyici verimlilik. Verimlilik artışının %80'i ürün, süreç ve organizasyonel yenileşimden kaynaklanır... Avrupa Komisyonu”<sup>18</sup>*

Şirin Elçi, söz konusu sunuşunda kümelerin, yenileşimi tetikleyen faktörlerin en önemlilerinden olduğunu belirtmiştir. Rekabetçilik, artan büyüme, karlılık ve yenileşim, bilginin ekonomik değere ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi anlamında, istihdam amaçları için en önemli araç olarak vurgulanmıştır.

Kamu-üniversite-özel sektör işbirliğine ilişkin olarak, adı geçen sunuşta belirtilen üçlü sarmal, bu konuyu iyi özetlemektedir.

- *Kamu, kolaylaştırıcı, yeri geldiğinde liderdir; yenileşim için gerekli ortamı yaratır.*
- *Üniversiteler; bölgedeki işletmelerin ihtiyaçları doğrultusunda insan gücü yetiştirir; bilgi üretme ve yaymada aktif rol üstlenir; araştırma faaliyetlerini bölgenin ihtiyaçlarına göre şekillendirir; araştırma sonuçlarını bölgedeki yenileşimci firmaların sayısını artıracak şekilde ticarileştirir.*
- *İşletmeler; faaliyetlerini yenileşimle rekabet gücü kazanma yolunda artırır; diğer işletmelerle, üniversiteyle, kamu kurumlarıyla işbirliğini güçlendirir.*

Kamu-üniversite-özel sektör işbirliklerinde, Ar-Ge faaliyeti sonucu ortaya çıkan yeniliklerin paylaşımı nasıl olacaktır? Bu soru önemlidir. İşbirlikleri kapsamında ortaya çıkarılan yenilikler nasıl ve kim adına korunacaktır? Gerek buluşun gerekse yenileşimin korunması genellikle patent veya faydalı model belgeleri ile olmaktadır. İşbirlikleri olduğu ortamda

birden çok kişi veya kuruluş söz konusudur. Kişi veya kuruluş sayısının birden çok olması sözleşmeleri öncelikli konuma getirmektedir.

TÜBİTAK Kanunu:

*“Geri kalan haklar yönetmelikler ve anlaşmalar ile belirtilir. MADDE 21 - (Değişik: 5376 - 29.6.2005 / m.7) Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu tarafından yürütülen projelerin gerçekleştirilmesi sırasında ortaya çıkan eser, buluş, endüstriyel tasarım, entegre devre topografyaları ve teknik bilgi gibi her türlü fikri ürün üzerindeki haklar Kuruma aittir.”*

*“Kurumun taraf olduğu sözleşmelere dayanarak yürütülen projelerin gerçekleştirilmesi sırasında ortaya çıkması muhtemel fikri ürünler üzerindeki haklar sözleşmeyle düzenlenir.”*

*“Kurum, elde edilen patent ve buluşlar ile ilgili olarak üretim ve satış yapabilir. Kuruma ait fikri hakların ekonomik olarak değerlendirilmesi sonucunda elde edilecek gelirin en fazla yüzde elli yönetmelikle belirlenecek usul ve esaslar çerçevesinde fikri ürün sahibine verilir.”*

TÜBİTAK Kanunu'nun 21 inci maddesine göre, TÜBİTAK tarafından desteklenen projelerde ortaya çıkacak fikir ürünlerinin sahibi TÜBİTAK olacaktır. Ancak, buluş konusunun ticarileştirilmesi aşamasında TÜBİTAK'ın söz konusu fikri ürün üzerindeki haklarını sözleşme ile devretme yetkisi vardır. Ayrıca önceden sözleşme yapılmış projelerde sözleşme hükümleri uygulanacaktır. Buradan ortaya çıkan yorum, sözleşme hükümlerine göre, projelerde ortaya çıkacak fikir ürünlerinin sahibi sözleşmelerle belirlenir.

31.07.2008 tarihli Ar-Ge Yönetmeliği'nde Ar-Ge Projesi Tanımı içinde “sonuçta doğacak fikri mülkiyet haklarının paylaşım esasları tespit edilmiş” ifadesi ile sözleşme koşulları kişilere bırakılmıştır.<sup>19</sup>

Fikir ürünleri konusunda ve her aşamadaki işbirliklerinde mutlaka sözleşme yapılması ve bu sözleşmelerde hakların nasıl paylaşılacağına belirtilmesi gereklidir.<sup>20</sup>

18 Şirin ELÇİ, İnovasyon ve Kümelenme, OSB Yöneticileri Eğitim Toplantısı, Hatay, 1 Kasım 2008

19 Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesine İlişkin Uygulama ve Denetim Yönetmeliği, Resmi Gazete: 31 Temmuz 2008 - Sayı: 26953

## YENİLİK VE İŞBİRLİKLERİNDE BULUŞLAR, PATENT, REKABET GÜCÜ

Bazı sözleşme başlıkları aşağıda gösterilmiştir. Bu sözleşmeler her somut olaya göre, tarafların katkıları göz önüne alınarak ve hakların dağıtımında bir denge kurularak düzenlenmelidir.

Gizlilik Sözleşmesi  
Hizmet Sözleşmesi  
İş Görüm Sözleşmesi  
İşbirliği veya Ortak Çalışma Sözleşmesi  
Ortaklık Sözleşmesi  
Ortak Girişim Sözleşmesi  
Kira Sözleşmesi  
Lisans Sözleşmesi  
Danışmanlık Sözleşmesi  
Fason Üretim Sözleşmesi  
Ziyaretçi veya İş Görüşmesi Gizlilik Sözleşmesi  
Teknoloji Transferi Sözleşmesi  
Marka Lisans veya Devir Sözleşmesi  
Patent Lisans veya Devir Sözleşmesi  
Tasarım Lisans veya Devir Sözleşmesi  
Mali Hak Ruhsat veya Devir Sözleşmesi

GE R&D Expenditures

[http://www.forbes.com/lists/2009/18/global-09\\_The-Global-2000\\_MktVal.html](http://www.forbes.com/lists/2009/18/global-09_The-Global-2000_MktVal.html)

[http://spectrum.ieee.org/images/nov08/images/nov08\\_md\\_table.pdf](http://spectrum.ieee.org/images/nov08/images/nov08_md_table.pdf)

İstanbul Sanayi Odası 500 Büyük Sanayi Kuruluşu <http://www.iso.org.tr>

Stephen W. Braim, *Innovation Policy, A Corner Stone of e-Business, Government Programs Executive, IBM Asia Pacific*

Şirin Elçi, *İnovasyon ve Kümelenme, OSB Yöneticileri Eğitim Toplantısı, Hatay, 1 Kasım 2008*

M. Kaan Dericioğlu, *Üniversite Öğretim Elemanlarının Buluşları Yasal Alt Yapı ve Yorumlar, Türkiye Kimya Derneği, İnovasyon Dergisi Sayı 2 (yayın aşamasındadır).*

M. Kaan Dericioğlu, *Fikir Ürünleri ve Örnekleri, Türkiye Kimya Derneği, İnovasyon Dergisi Sayı 1.*

## KAYNAKLAR

Vadim Kotehnikov, *Founder, Ten3Business e-Coach, www.1000ventures.com*

*US Patent and Trademark Office Patent Veri Tabanı*

*European Patent Office Patent Veri Tabanı*

*Forbes The Global 2000*

*Interbrand, Best Global Brands*



20 M. Kaan DERİCİOĞLU, Fikir Ürünleri ve Örnekleri, Türkiye Kimya Derneği İnovasyon Dergisi Sayı 1