



İHRACATÇI FİNANSAL DESTEK BEKLİYOR

İhracatçı Irak engelini
Avrupa ile aştı

Türkiye'nin haziran ayı ihracatı,
yüzde 6.6 artışla 12 milyar 544
milyon dolar oldu.

İnovatif büyük jürisi
kolları sıvadı

Toplam 458 firmanın kayıt
yaptığı İnovatif 2014 için jüri
üyeleri kolları sıvadı.

İhracatçı KOBİ'lere
büyük destek

TİM ile Halkbank arasında 'KOBİ
İhracat Seferberliği İşbirliği
Protokolü' imzalandı.



DEĞİŞİM GERÇEKLEŞMEDEN FARKLILAŞMAK GEREK

Marka olmadan katma değer yaratılamayacağı, Ar-Ge olmadan nitelikli mal geliştirilemeyeceğini bir gerçek. Bu konuda ısrar etmemeli, inovasyon için daha değişim gerçekleşmeden değişim yönünde farklılaşılmalı. Tereciye tere satılamayacağını artık kabul etmek gerekiyor.

Gelişmiş toplumlarda, giderek daha fazla ve daha fazla talep edilen 'yaratıcılık ve inovasyon' beklentisinin odağında problem çözme becerisi giderek öne çıkıyor. Odakta ise; bir tek kavram yer alıyor: 'problem'. Dolayısıyla çağımızın ikilemi de, kendiliğinden ortaya çıkmış bulunuyor. Problem çözmekten kaçan giderek sayıları artan büyük pasif yığınlara karşı, problem çözme gücüne, yetisine ve en önemlisi isteğine sahip 'yaratıcı insan' arayışları. İnovasyon, esasında insan odaklı zihinsel bir devrim; Türkiye'de ise bu devrim

henüz başlamış değil. Bunu gerçekleştirmek için en önemli aşama ise her boyutuyla eğitime önem vermek. İnovasyon, daha değişim gerçekleşmeden değişim yönünde farklılaşabilmek ise; farklılaşabilme becerisi büyük ölçüde yarının beklentilerini bugünden görebilmeye bağlı. Bu ise, inovasyonun üç bileşeni olan tasarım, Ar-Ge ve girişimcilik alanlarına yapılacak yatırımlarla birebir doğru orantılı.

Peki, Türkiye inovasyonda ne durumda...

"İnovasyon" denince akıllara icat, teknoloji

geliştirmek gibi zor olarak algılanan kavramlar geliyor. Fakat inovasyon kamu ve tüzel kişilikler tarafından ürün, hizmet, organizasyon, satış, süreç ve pazarlama alanlarında katma değer yaratan, yenilik/yenilişim içeren özgün girişimlerdir -değişim yaratmak koşulu ile-. Türkiye'de Ar-Ge harcamalarının GSMH içindeki payı hala yüzde 1 seviyesine gelemedi. Son 10 yıl içerisinde yüzde 0.30'lardan yüzde 0.86'lar seviyesine gelmesi ciddi bir artış; ancak bu oran yeterli değil. Bakıldığında, Avrupa Birliği'nin kriz ortalaması yüzde 2.33. Güney Kore'ninki ise

Avrupa Birliği'nin 2 katı. Ar-Ge için gerekli sabır, niyet, nakit ihtiyaçları hala lüks olarak görülüyor ve insan gücüne gerekli yatırım yapılmıyor. Güney Kore'de nitelikli Ar-Ge personeli sayısı 230 bine yakın. Türkiye'de ise devlet kaynaklarına göre bu rakam 90 binler düzeyinde. Bunun da 55 bini üniversite mezunu değil. Dünyada Ar-Ge personeli altyapısı doktoradan başlar. Bugün Türkiye'de özel sektörde doktoralı Ar-Ge personeli sayısı 2 binin altında. Bu da Ar-Ge'ye verilen önemin büyük bir göstergesi. Kaynak harcıyoruz ama nitelikli



ODTÜ Designnobis kurucusu ve CEO
HAKAN GÜRSU



insan gücü de bir o kadar önem taşıyor. Güney Kore modeli Türkiye için iyi incelenmesi gereken bir örnek; ürün odaklı Ar-Ge ile GSMH'sini yüzde 46'ya kadar artırmış. Küresel markalar yaratmak için devlet politikalarının taşıdığı önemi anlamada Kore modeli oldukça yardımcı nitelik taşıyor.

Endüstriyel tasarım Türkiye'nin uzun süredir aradığı yüksek katma değerli alanlardan biri olabilir mi...

'Ürün tasarlamak', en yalın tanımı itibarıyla her tasarım eylemi, estetik ve rasyonel bir problem çözme sanatı. Diğer bir ifade şekliyle son yıllarda giderek inovasyona eklenilen tasarım kavramını, mevcut değerler sistemini temel alan -bilim/teknoloji-sıra dışı bir çözüm yaratma becerisi olarak tanımlıyorum. Ürünlerin öncelikle katma değer yaratması, çevreye duyarlı olması ve insan yaşantısını kolaylaştırmak amacıyla tasarlanması gerektiğini ilave etmekte yarar var. Tasarımı, bireysel yeni bir tür sanatsal eylem gibi

görme yanılığını bir türlü aşamayan üreticilerin, bu ihtiyacı tekniker eğitimi ile çözebileceklerini düşünceleri, ülkeyi giderek katma değerden uzaklaştırıyor. Hâlbuki batı dünyası yüzyıllardır kültürünü ürünleştirirken, bizim el değmemiş bir kültür denizimiz mevcut ve bizi küresel rekabet sisteminde yarışacak hale getirecek, özgün

ODTÜ TEKNOKENT'TE YER ALAN 'TASARIM VE İNOVASYON MERKEZİ' DESIGNNOBIS KURUCUSU VE CEO DR. HAKAN GÜRSU, ENDÜSTRİYEL TASARIMCI VE AKADEMİSYEN KARIYERİNDEN YAŞANMIŞ DENEYİM VE BAŞARI ÖYKÜLERİNİ KALEME ALDIĞI KİTAPINDA İNOVASYONU ANLATIYOR.

yaşam kültürümüze odaklı ve çevreye duyarlı markalar yaratabilir hale vakit kaybetmeden gelebilmeliyiz. Toplam üretim maliyetleri -tasarım hizmeti, işçilik hizmeti, sabit giderler, malzeme ve donanım harcamaları- içinde etkisi sadece yüzde 5'ler düzeyinde kalan bir normal tasarım sürecinin, ürünün pazar değeri üzerindeki

ölçülebilir etkisinin yüzde 70'lere vardığı gerçeğinin geniş kitlelerce anlaşılır olması ile birlikte, yeni "ürünlerin" total bir tasarım sürecinden geçirilmesine yönelik inanç ve isteğin artacağını düşünüyorum.

Sürdürülebilir İnovasyon Merkezi

Türkiye'de kurulan teknopark sayısı 2013

tasarım, yani ürünleştirme. İnovasyon merkezi sayesinde KOBİ'ler rekabet gücü yüksek, ihraç edilebilir ürünlere sahip olabilecek. Böylelikle ithalat azalırken ihracata yönelmiş olacağız. İnovasyon merkezinin mevcut teknoparklardan daha esnek ve işlevsel yapıya sahip olup, sanayi ile iç içe çalışması ve araştırma laboratuvarlarını içinde barındırması ile daha hızlı, güvenli ve çözüm odaklı araştırma yürütme becerisi ile işlevselliği ön planda tutması gibi önemli avantajlar sağlayacak.

Rekabet için marka ve Ar-Ge

"Teknoloji üreteceğiz" diyerek teknoloji üretilmeyeceğini, ithal ikame mallara küresel tereciye tere satılamayacağını artık kabul etmek gerekiyor. Marka olmadan katma değer yaratılamayacağı gerçeğini, Ar-Ge olmadan nitelikli mal geliştirilemeyeceğini, bu konuda ısrar etmenin ise; modern simyanın konusuna girdiğini anlamak, anlatmak ve üretici kitlelerle paylaşmak çok önemli.