

YENİLİK YÖNETİMİ

KISA ÖZET

ÜNİTE 1: Temel Kavramlar

YENİLİK KAVRAMI VE ÖNEMİ

Günümüzde pek çok sektör için yenilik, rekabetin en önemli itici güçlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Söz konusu sektörlerde işletmeler, performans kriteri olarak cirolarının ne kadarlık bir kısmını son beş yıl içerisinde geliştirdikleri ürünlerden elde ettiklerini göz önünde bulundurmaktadırlar. Yenilik konusunun öneminin artmasında pazarların küreselleşmesinin önemli etkileri bulunmaktadır. Özellikle dış kaynaklı rekabetin gün geçtikçe kendisini daha güçlü bir şekilde hissettirmesi ile işletmeler farklı ürünler ve hizmetler üretmek üzere yenilik yapma zorunluluğunu daha fazla hissetmeye başlamışlardır. Günümüz rekabet koşulları düşünüldüğünde, pek çok sektörde Pazar liderliği ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü işletmelerin yenilik becerilerine sahip olmasına bağlıdır. Yenilik faaliyetine ilişkin bakış açıları farklılaşırken, yenilik kavramı da farklı şekillerde tanımlanmaktadır.

Yenilik konusunu ilk gündeme getiren ekonomistlerden biri olan Schumpeter yenilik faaliyetlerini;

- ❖ Yeni ürünlerin geliştirilmesi ya da mevcut üründe niteliksel değişimler gerçekleştirilmesi;
- ❖ Sektör için yeni süreçlerin geliştirilmesi;
- ❖ Yeni pazarların açılması;
- ❖ Hammadde ve diğer girdiler için yeni tedarik kaynaklarının bulunması;
- ❖ Endüstriyel örgütlenmedeki değişimlerin gerçekleştirilmesi olarak tanımlamıştır.

YENİLİK İLE İLİŞKİLİ KAVRAMLAR

Yenilik konusu ile ilgili temel bazı kavramlar bulunmaktadır ve bu kavramlar çoğu zaman yenilik kavramı ile karıştırılmaktadır. Bu kavramları ve söz konusu kavramların yenilik ile olan ilişkilerini vurgulamak yararlı olacaktır. Çoğu zaman yenilik kavramı başlı başına ele alınmakta ve diğer yönetim kavramlarından ayrı olarak ele alınmaktadır. Ancak yenilik sürecinin disiplinler arası bir süreç olduğu ve pek çok yönetim yaklaşımı ve yönetim kuramı ile ilişkili olduğu unutulmamalıdır.

2

Yenilik ve Girişimcilik:

Yenilikçilik ile girişimcilik arasındaki bağlantı ilk defa Schumpeter tarafından vurgulanmıştır. Daha önce de ifade edildiği üzere Schumpeter'e göre ekonomik kalkınmayı hızlandıran unsurların başında yenilik gelmektedir ve söz konusu yenilikler girişimciler tarafından gerçekleştirilmektedir. Girişimcinin yenilik yapan kişi olarak konumlandırılması, girişimcinin yenilik süreci içerisindeki yerini de açıklamaktadır. Yeniliğin ticari bir kimliğe sahip olduğu unutulmamalıdır. Eğer yenilik olarak kastedilen ürün/hizmet, süreç ya da iş modeli ticari anlamda bir değer yaratmıyorsa yeniliğin varlığından söz edilemez.

Yenilik ve Yaratıcılık

Yeni fikirlerin yaratılması yenilik sürecinin ilk aşaması olarak kabul edilebilir. Söz konusu yeni ve faydalı fikirlerin yaratılması süreci yaratıcılık olarak tanımlanabilir. Özgünlük ile kastedilen, ortaya konulan ürünün daha önce ortaya konulandan farklı olmasıdır. Özellikle iki tip yaratıcılığın yenilik sürecinde önemli rol oynadığı ifade edilebilir. Bunlardan ilki bireysel yaratıcılıktır. **Bireysel yaratıcılık**, kişinin entelektüel becerilerinin, bilgisinin, düşünce tarzının, kişiliğinin, motivasyonunun ve çevrenin bir fonksiyonudur.

Örgütsel yaratıcılık ise örgüt içerisindeki bireylerin yaratıcılık düzeylerinin, örgüt içerisindeki sosyal süreçlerin ve bireyler arasındaki ilişkilerin bir fonksiyonudur.

Yenilik ve İcat:

Yenilik kavramı bünyesinde yeni bir ürün, yeni bir hizmet, yeni bir süreç ya da örgütsel yapının ortaya konulmasını barındırmaktadır. Kavramın açıklanmasında yeni kelimesinin kullanılması nedeniyle yenilik kavramı çoğu zaman icat kavramı ile eşanlamli olarak kullanılmaktadır. Her iki kavramın da özgünlük kimliği taşıması da bu eğilimi desteklemektedir.

Yaratıcılık, icat ve yenilik arasındaki ilişki =Yaratıcı Düşünce + İcat +Ticari Uygulama= Yenilik

Yenilik ve Tasarım:

Tasarım kavramının işletme bilimini ilgilendiren yönü sürekli genişlemekte ve işletmelerin hemen bütün boyutları ile ilgili bir hale gelmektedir. Pek çok kişi için tasarım bir şeylerin geliştirilmesi ve yaratılması anlamına gelmektedir.

YENİLİK YÖNETİMİ KAVRAMI

Yenilik sistemi, bireylerin bilgilerinin ve tecrübelerinin bir araya geldiği, yeteneklerin belli bir amaca dönük faaliyetlere ve projelere dönüştürüldüğü ve sonuç olarak bu çıktıların ticari bir başarı ile taşındırıldığı bir süreçtir. Yenilik, yönetilmesi gereken sistematik bir çalışmanın çıktısı olarak kabul edilebilir. Yenilik yönetimi üzerine yapılan çalışmalar da göstermektedir ki, yenilik süreci işletmelerin hayati önem taşıyan temel süreçlerinden bir tanesidir. Yeniliğin işletme içerisinde kendiliğinden ortaya çıkması beklenemez. İşletme, yaratıcılığı ve deneysel çalışma biçimini desteklemelidir.

YENİLİK YÖNETİMİNİN BAŞARISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Örgüt içerisinde gerçekleştirilen yenilik faaliyetlerinin başarısını etkileyen çok sayıda faktörün varlığından söz etmek mümkündür. Bu faktörlerin işletme içerisinde var olması örgüte daha yenilikçi bir kimlik kazandıracağı gibi yenilik yönetimi süreçlerinin de etkililiğini arttıracaktır. Örgüt kültürünün yenilik üzerindeki etkileri son derece büyüktür. Bazı örgüt kültürleri yenilik ve yaratıcılık süreçlerini desteklerken, bazıları ise örgüt içerisindeki yenilik ve yaratıcılık ruhunu ortadan kaldırmaktadır. Yenilik ve yaratıcılığı destekleyen örgüt kültürünün en temel özelliklerinden biri, bu tip örgütlerin sahip olduğu yüksek hata toleransıdır. Bu tip örgütlerde çalışan bireylerin fikirlerini paylaşmaları ve deneysel girişimlerde bulunmaları desteklenir. Böylece bireyler cezalandırılma korkusu olmaksızın düşüncelerini yönetimle ve iş arkadaşları ile paylaşabilirler. Yenilikçi girişimleri destekleyen ve ölçülebilir riskleri almayı özendiren bir örgüt kültürü çalışanların yeni ve yaratıcı fikirlerini paylaşabilecekleri bir ortamın yaratılmasında son derece önemlidir. Kanter, (a) bütünleşik yapıya sahip, (b) farklılıklara değer veren ve saygı duyan, (c) bireylerin beceri ve yeteneklerine inanan, (d) işbirliği ve ekip çalışmasına önem veren örgütlerin yenilik becerilerinin, diğer işletmelere göre daha gelişmiş olduğunu ifade etmiştir. Örgütün içerisinde ve dışarısında bulunan çok sayıda faktör yenilik performansını doğrudan etkiler. Örgütler yenilik çabalarında başarılı olmak istiyorlarsa, inovasyonu destekleyen ya da yavaşlatan bütün faktörleri yönetebilmelidirler.

ÜNİTE 2:Yenilik Çeşitleri ve Yeniliğin Yayılması

YENİLİK ÇEŞİTLERİ

Yenilikler, bir dizi süreçlerden geçerek meydana gelir ve farklı alanlarda ve gruplar üzerinde değişik etki düzeylerine sahip olurlar. Bu çerçevede yenilikler, etki derecelerinden yapısal özelliklerine kadar çok farklı ölçütler dikkate alınarak sınıflamaya tabi tutulmuşlardır. Bu sınıflandırmalar genellikle; yeniliklerin özelliklerine, meydana getirdiği değişim ve farklılığın derecesine, kullanım alanlarına ve teknoloji yoğunluğuna göre yapılan sınıflandırmalardır.

YENİLİK SINIFLANDIRMALARI

- ✓ Boyutlarına ve Etki derecesine Göre Yenilikler = Radikal Yenilikler + Artımsal Yenilikler
- ✓ Meydana Getirdiği Değişim ve Farklılıklara Göre Yenilikler = Yıkıcı Yenilikler + Destekleyici Yenilikler
- ✓ Kullanım Alanlarına Göre Yenilikler = Ürün-Hizmet Yeniliği + Süreç Yeniliği + Pazarlama Yenilikleri
- ✓ Teknolojik Yoğunluğuna Göre Yenilikler = Teknolojik Yenilikler + Teknolojik Olmayan Yenilikler + Diğer Yenilik Sınıflandırmaları Toplumsal Yenilik

