



ÜNİVERSİTE - SANAYİ İŞBİRLİĞİ
MERKEZLERİ PLATFORMU



ÜSİMP İNOVASYON KARNESİ

AR-GE, TEKNOLOJİ VE İNOVASYON

YETKİNLİĞİNİ BELİRLEYEN

ÖZDEĞERLENDİRME ARACI

ÜSİMP İnovasyon Karnesini Yararlanıcı Firmaya Nasıl Tanıtalım?-1



1. Firmanızın ne kadar yenilikçi olduğunu öğrenmek ister misiniz?
2. Firmanızın Türkiye'deki diğer firmalar ile yenilik boyutlarında kıyaslanmasını ister misiniz?
3. Sektörünüzdeki diğer firmalara göre ne kadar yenilikçi olduğunuzu bilmek ister misiniz?
4. Acaba İstanbul'daki firmalar arasında bir kıyaslama yapsanız sizin yenilik durumunuz diğerlerine göre daha iyi midir?

ÜSİMP İnovasyon Karnesini Yararlanıcı Firmaya Nasıl Tanıtalım? 2



5. Bulunduğunuz yerdeki (OSB, TGB vb.) diğer firmalara göre ne kadar yenilikçi olduğunuzu bilmek ister misiniz?
6. Firmanız içindeki değişik birimlerin firmanızın inovasyon düzeyi hakkındaki düşüncelerini bilmek ister misiniz?
7. Yıllara göre firmanızın inovasyon yolculuğundaki gelişimini düzenli olarak görmek ister misiniz?
8. Ve bunların hepsini en çok 30 dakika ayırarak ücretsiz bir şekilde öğrenmek ister misiniz?

Özellikleri Nedir?

- Ülkemiz koşullarına özgü, anlaşılması ve cevaplanması kolay sorular içermesi,
- Soruların yanıtlanması için bir uzman yardımına ihtiyaç duyulmaması
- Web ortamından 7/24 açık ve erişimin mümkün olması
- Ortalama tamamlanma süresi 40-45 dakika olması
- Firma içerisinde 10 farklı bölüm tarafından doldurulabilmesi
- Böylece firma içerisinde karşılaştırma yapabilme imkanı,

ÜSİMP İnovasyon Karnesi Özellikleri



- Üyelik sistemi ile kullanıma açık – Gizlilik Sözleşmeleriyle,
 - Üye TTO
 - TTO Yetkilisi
 - TTO Uzmanı
 - Yararlanıcı Firma
 - Yararlanıcı Firmanın Yetkilendirdiği Kişiler
- Anket tamamlandığında İnovasyon Karnesinde göstergeleri karşılaştırmalı olarak anında görebilme imkanı,
 - Türkiye’de katılan tüm firmalar ile karşılaştırma,
 - Sektörel karşılaştırma,
 - Şehir bazlı karşılaştırma
 - Faaliyet bölgesine göre (OSB, TGB,...)
- Firmaya özel özet rapor verilebilmesi

ÜSiMP İnovasyon Karnesi Bölümleri



1. Ar-Ge ve İnovasyon Temel Göstergeleri;

Bu göstergeler firmanın geçmiş 3 yılına ait başta finansal olmak üzere Ar-Ge ve inovasyonun nümerik değerleridir.

2. Ar-Ge ve İnovasyon Performans Göstergeleri:

Bu göstergeler firmanın ilgili yetkililerinin konu hakkında düşündükleri ve 1-7 arasında verdikleri subjektif değerleri gösterir.

Ar-Ge ve İnovasyon Temel Göstergeleri

- Bu başlık altında firmanın Ar-Ge ve inovasyon temel rakamsal göstergeleri verilmektedir.
- Firmaların beyanına dayalı olarak derlenen bu bölümde ilgili firmanın bilgileri ile ÜSİMP İnovasyon Karnesine dahil olan tüm firmaların ilgili ortalamalarına yer verilmiştir.
- Bu bölümdeki firmanın gösterge oranları ortalama değer ile kıyaslanabileceği gibi ayrıca diğer (Türkiye ortalaması vb.) göstergeler ile de kıyaslanarak firmaya öneriler geliştirilebilir.

Ar-Ge ve İnovasyon Temel Göstergeleri



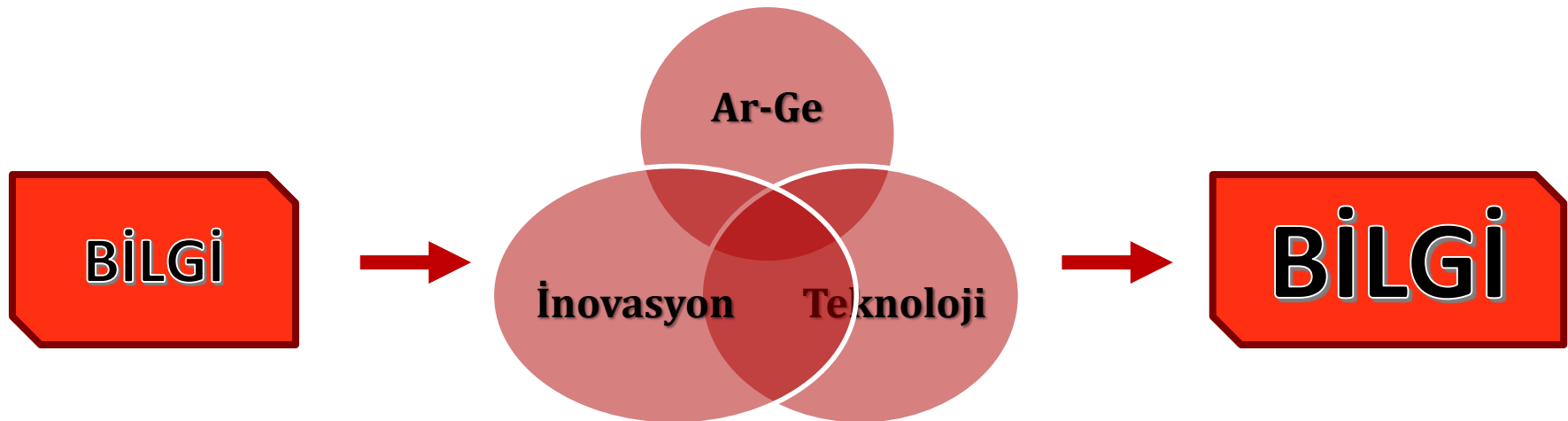
- 1. Firmanın son üç yıldaki cirosu (TL),**
- 2. Son 3 yılda yeni üretilen ürünlerden elde edilen gelirin toplam ciroya oranı (%)**
- 3. Son iki yıl için toplam satışlardan ihracatın payı (%)**
- 4. Çalışan bilgileri**
 - Toplam personel sayısı
 - Ar-Ge personel sayısı,
- 5. Proje bilgileri (Başvuru/Kabul)**
 - AB Proje sayısı
 - TÜBİTAK-TEYDEB Proje Sayısı
 - SANTEZ Proje sayısı
 - KOSGEB Ar-Ge Proje sayısı
- 6. Patent sayısı (Başvuru/Kabul)**

ÜSiMP İK Performansı Belirleyen Parametreler



1. Bilgiyi İçselleştirme Kapasitesi
2. Firma içi diyalog
3. Katılımcı Karar Alma
4. Tasarım Yeteneği
5. Pazarlama yeteneği
6. Yaratıcı Liderlik
7. Risk Alma
8. Dış Çevre ile İletişim
9. Ar-Ge'ye İlgi Düzeyi
10. Üniversite İşbirliği
11. İnovasyon için Bilgi Düzeyi
12. İnovasyon için İşbirliği Düzeyi
13. İnovasyon için Özkaynak
14. Desteklerden Yararlanma Düzeyi
15. Açık vs. Kapalı inovasyon
16. Sektörün Rekabet Düzeyi
17. Pazarın Teknolojik Yapısı
18. Pazar Değişim Hızı
19. İnovasyon Performansı
20. İhracat Performansı
21. Ticari Performans
22. Ürün Odaklı İnovasyon
23. Süreç Odaklı İnovasyon
24. Teknoloji Geliştirme Yeteneği

HANGİSİ ÖNEMLİ: Ar-Ge, Teknoloji, İnovasyon?



KNOWLEDGE DOUBLING CURVE



Buckminster Fuller, *American architect, systems theorist, author, designer, inventor, and futurist*

Critical path, 1981 created the ‘**knowledge doubling curve**’.

- Until 1900 human knowledge doubled approximately every century

- By **BİLGİ SAHİBİ OLMADAN FİKİR SAHİBİ OLMA...**
- Or **KONFÜÇYUS**

(For example, nanotechnology knowledge is doubling every 2 years and clinical knowledge every 18 months, ...)

According to IBM, the build-out of the “internet of things” will lead to the doubling of knowledge **every 12 hours.**

<https://human-edge.com/how-do-leaders-keep-pace-in-such-a-fast-changing-environment/>

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/24735132.2020.1731203>

Parametrelerden Hangisi Bilgiyle İlgilidir?



- Bilgiyi İçselleştirme Kapasitesi
- Firma içi diyalog
- Katılımcı Karar Alma
- Tasarım Yeteneği
- Pazarlama yeteneği
- Yaratıcı Liderlik
- Risk Alma
- Dış Çevre ile İletişim
- Ar-Ge'ye İlgi Düzeyi
- Üniversite İşbirliği
- İnovasyon için Bilgi Düzeyi
- İnovasyon için İşbirliği Düzeyi
- İnovasyon için Özkaynak
- Desteklerden Yararlanma Düzeyi
- Açık vs. Kapalı inovasyon
- Sektörün Rekabet Düzeyi
- Pazarın Teknolojik Yapısı
- Pazar Değişim Hızı
- İnovasyon Performansı
- İhracat Performansı
- Ticari Performans
- Ürün Odaklı İnovasyon
- Süreç Odaklı İnovasyon
- Teknoloji Geliştirme Yeteneği

Bilgiyi İçselleştirme Kapasitesi



- 1.İçinde bulunduğu sektör hakkında düzenli bilgi toplanıyor mu?*
- 2.Yeni teknolojiler için dış kaynaklar detaylı araştırılıyor mu?*
- 3.Çalışanlar yeni teknik bilgilere ulaşmak için dış paydaşlar ile düzenli olarak görüşüyor mu?*
- 4.Sektör hakkında toplanan bilgi firma stratejilerinde kullanılıyor mu?
- 5.Elde edilen bilgi etkin bir şekilde kullanılıyor ve yönetiliyor mu?
- 6.Teknolojiler yeni ürünlere kolayca uygulanabiliyor mu?
- 7.Sahip olunan teknolojiler için değişen pazar taleplerinin hızlı bir şekilde analizi yapılıyor mu?
- 8.Bilgiler zamanı geçse de korunuyor ve saklanıyor mu?

Firmanın farklı kanallardan bilgi toplaması, elde ettiği bilgiyi özümsemesi, sınıflandırması, ilgili birimler ile paylaşması, sınıflandırılması, saklanması, uygulamaya dönüştürmesi incelenir

Risk Alma

1. Bu başlık altında firmada yönetim tarafından çalışanların risk alıp alamadığı ve alıyor ise ne boyutta almalarına izin verildiği ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Çalışanlar firma içinde risk almaya cesaretlendiriliyor mu?
3. Çalışanlar firma içinde bazen bilinmeyen alanlara/konulara girebiliyor mu?
4. Çalışanlar yeni teknik bilgilere ulaşmak için dış paydaşlar ile düzenli olarak görüşüyor mu?

Dış Çevre ile İletişim



1. Bu bölümde firmaların dış paydaşlar ile olan iletişim düzeyi ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Özellikle bu konuda firma içinde tanımlanmış görev ve sorumlulukların olup olmadığı ve bunun düzeyi tespit edilmeye çalışılmaktadır.
3. Firma dışında neler olup bittiği hakkında bilgi toplamak, getirmek ve raporlamak tüm personelin çalışmalarının bir parçası mı?
4. Şirket dışından bilgi toplama, harmanlama ve paylaşımı için sistemler ve prosedürler bulunmakta mı?
5. Çalışanlar çevre ile iletişime geçmek için teşvik edilmekte midir?

Firma içi Diyalog

1. Bu bölümde firma içerisinde birimler ve bireyler arasındaki diyalogun düzeyi ölçülmeye çalışmaktadır. Firma içerisinde bireyler ve birimler arasında etkin ve sürdürülebilir bir diyalogun olmadığı firmaların inovasyonda başarı şansı yoktur.
2. Çalışanlar iletişim içinde bulunmaları için teşvik edilmekte midir?
3. Çalışma grupların özgür ve açık iletişim var mı?
4. Yöneticiler iletişimi kolaylaştırmakta mı?
5. Değişik görevlerdeki kişilerle takım çalışması firmada yaygın bir uygulama mıdır?

Katılımcı Karar Alma

1. Bu başlık altında firmada alınan kararlara yöneticiler ile birlikte çalışanların da katılıp katılmadığı, önemli kararların nasıl ve hangi düzeyde alındığı ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Firmada yöneticiler önemli kararlara sık sık çalışanları dahil eder mi?
3. Şirket politikaları önemli ölçüde çalışanların görüşlerinden etkilenmekte mi?
4. Çalışanlar şirket ile ilgili ana kararların alınmasına dahil olduklarını hissediyor mu?

Açık ve Kapalı İnovasyon

Bu başlık altında firmanın Açık ve Kapalı inovasyon modellerinden hangisini kullandığı tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Kapalı inovasyon modelini uygulayan inovatif firmalar dahi çok kısa sürede inovasyon yeteneklerini kaybetmektedirler.

Bu nedenle firmaların Açık inovasyona yönlendirilmesi önemlidir.

Firmanın aşağıdaki paydaşlar ile ilişki ve işbirliği düzeyleri nedir?

- Tedarikçiler / Müşteriler / Rakipler / Kamu ve diğer Ar-Ge merkezleri

Ar-Ge'ye verilen Önem

1. Bu bölüm altında firmanın özellikle üst yönetimi tarafından Ar-Ge'ye ne düzeyde bir önem verildiği ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Firmada Ar-Ge bölümüne ilgi var mıdır?
3. Firmada prim verme politikası mühendislerin yaratıcılığını arttırmakta mıdır?
4. Firmada yönetim inovasyon için uygun kaynak sağlamakta mıdır?

Üniversite ile İşbirliği Düzeyi



1. Bu bölümde firmanın üniversite ile işbirliği yapıp yapmadığı ve işbirliğini hangi düzeyde ve derinlikte yaptığı ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. İnovasyon sürecinde firmaların üniversiteler ile işbirliği yapması ve bu işbirliğinde özellikle yeni ürün geliştirmeye odaklanılması önemlidir.
3. Üniversite ile ortak bir işbirliği var mıdır? Varsa hangi amaçla yapılmaktadır?
 - Laboratuvar imkanlarından daha rahat yararlanmak için
 - Belirli bir teknik ve/veya tasarımsal problemi çözmek için
 - Tamamen yeni bir ürün ve sistem geliştirmek için,
 - Mevcut ürünlerin kalitesini yükseltmek, iyileştirmek için
 - Üniversite mezunlarını istihdam edebilmek için

İnovasyon İçin Bilgi Düzeyi



1. Bu başlık altında farklı sorular ile firmanın inovasyon için gerekli olan teknik ve yönetsel bilgiye sahip olup olmadığı ölçülmeye çalışılmaktadır
2. Firma inovasyon yönetimi konusunda gerekli bilgi ve yeteneğe sahip midir?
3. Firma çalıştığı konu üzerinde inovasyon için gerekli teknik bilgilere sahip midir?

İnovasyon için İşbirliği Düzeyi



1. Bu başlık altında firmanın inovasyon için gerek gördüğü işbirlikleri kurup kuramadığı tespit edilmeye çalışılmaktadır.
2. Firma inovasyon için ihtiyaç duyduğu bilgi ve desteklere ulaşmak için işbirliği kurabiliyor mu?
3. Kurulan işbirliklerini etkin bir şekilde yürütebiliyor mu?

İnovasyon İçin Özkaynak

1. Bilindiği gibi Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri riskli ve sermaye yoğun bir faaliyettir.
2. Bu başlık altında firmanın Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları için özkaynak durumunun yeterli olup olmadığı ölçülmeye çalışılmaktadır.
3. Firmanın inovasyon faaliyetleri için yeterli finansman kaynakları var mıdır?

Desteklerden Yararlanma Düzeyi

1. Gerek ulusal ve gerekse de uluslararası düzeyde Ar-Ge ve inovasyon finansal destekleri bulunmaktadır.
2. Bu desteklerden firmaların yararlanması teşvik edilmektedir.
3. Bu başlık altında firmaların bu desteklerden yararlanabilmek düzeyi hesaplanmaya çalışılmaktadır.
4. Firma tarafından Ar-Ge destekleri bilinmekte midir?
5. Firma Ar-Ge ve inovasyon desteklerine hızlı bir şekilde ulaşabilmekte midir?

Teknoloji Geliştirme Yeteneği

1. Bu başlık altında firmanın ne düzeyde yeni ürün ürettiği, sektördeki durumu ve firmanın önemli teknolojik gelişmeyi başarıp başarmadığı ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Firma yeni ürünleri piyasaya ilk sürenlerden midir?
3. Firma yeni ürünleri ortaya çıkarmada bulunduğu sektörde liderdir midir?
4. Firma önemli buluşları yapan bir firma olarak bilinir mi?

Pazarlama Yeteneği



1. Bu başlık altında firmanın pazarlamadaki inovatif durumu, yeni yöntemleri uygulama düzeyi, farklı ve firmaya yeni müşteri kazandırabilecek stratejileri uygulama düzeyi ölçölmeye çalışılmaktadır.
2. Firma Pazar araştırması yapıyor mu?
3. Pazar planları yapıılıyor mu?
4. Reklam ve promosyon uygulaması var mı?
5. İnovatif fiyatlandırma yapılmakta mıdır?
6. Dağıtım ağının genişliği rakiplerinize kıyasla hangi genişliktedir?

Tasarım Kabiliyeti

1. Bu bölümde firmanın yenilikçi ve yaratıcı tasarım yeteneği ölçülmeye çalışılmaktadır. Hedeflenen firmanın tasarım ile ürünlerine değer yaratmaktadır.
2. Yeni tasarım fikirleri bulabilme yeteneği ,
3. Tasarım konusunda uzman personelin varlığı,
4. Dizayn ve tasarımdaki gelişmelerin takibi,
5. Müşterileri tasarım sürecine dahil edebilme,
6. Müşterilerden yeni ürün fikirleri alabilme,
7. Yeni tasarım fikirleri bulabilme yeteneği,

Firma süreç yeniliği mi yapıyor?

Süreç Yeniliği firmanın halen üretmekte olduğu ürünlerde iyileştirmeler yapmayı amaçlar:

- Kaliteyi Yükseltmek
- Ürünün işlevselliğini artırmak
- Maliyeti düşürmek

Bu yenilik türü işletmeye özgü bir yeniliktir. Herhangi bir firmanın patentli ürünüyle sorun yaşaması söz konusu değildir.

Firma ürün yeniliği mi yapıyor?

Yeni Ürün demek firmanın üretim portföyünde daha önce olmayan bir ürün yapmak demektir.

Ürünün yeniliği:

- Dünya için yeni olabilir
- Bölge için yeni olabilir
- Veya ülke için yeni olabilir

Her birinin pazarlanabilmesi için belirli koşulların sağlanması gerekir.

Pazarın Teknolojik Yapısı

1. Bu başlık altında pazarın teknolojik düzeyi ve yapısı ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Teknolojik özellikleri bakımından hızlı değişen bir pazarda bulunan firmanın daha yenilikçi olması ve teknolojinin geleceğini tahmin etmesi beklenmektedir.
3. Bulunulan pazarda teknoloji hızla değişim göstermekte midir?
4. Pazardaki teknolojik gelişmeler ne büyüklüktedir?
5. Pazardaki teknolojik değişimler büyük fırsatlar yaratmakta mıdır?
6. Önümüzdeki yıllarda teknolojinin nerede olacağı tahmin edilebilmekte midir?

Pazar Değişim Hızı

1. Bu başlık altında firmanın içinde bulunduğu Pazarın değişim hızı ve düzeyi tespit edilmeye çalışılmaktadır.
2. Pazardaki değişimin hızlı olduğu bir sektörde çalışan firmanın bu değişime ayak uydurması gerekmektedir. Bunun için yeni yöntemlerin uygulanması önemlidir.
3. Pazarlardaki müşteri tercihleri hızlı bir değişim göstermekte midir?
4. Yeni müşterilerin ürünlere ilişkin ihtiyaçları var olan müşterilerin ihtiyaçlarından farklı mıdır?
5. Müşteri tabanı sürekli değişmekte midir?

Sektörün Rekabet Durumu

1. Bu başlık altında firmanın içinde bulunduğu sektörün rekabet düzeyini ortaya koymaktadır.
2. Rekabetin yoğun olduğu bir sektörde firmaların rekabet edebilmesi için inovatif yönü güçlü olmalıdır.
3. Firmanın faaliyette bulunduğu sektörde yoğun bir rekabet var mıdır?
4. Genel olarak, ürünlerinin bulunduğu ana pazarda ürün değişim oranı çok yüksek midir?

İnovasyon Performansı

1. Bu başlık altında firmanın genel inovasyon performansı ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Özellikle firmanın inovasyon için ayırdığı kaynak ile inovasyon çalışmasından elde ettiği sonuç kıyaslanmaktadır.
3. Yeni ürün geliştirme performansı hedefleri tutturmakta mıdır?
4. Genel karlılığa bakıldığında, firmanın yeni ürün geliştirme programı başarılı olmuş mudur?
5. Rakip firmalarla kıyaslandığında, yeni ürün geliştirme programı/projesi daha çok başarılı olmuş mudur?

Ticari Performans

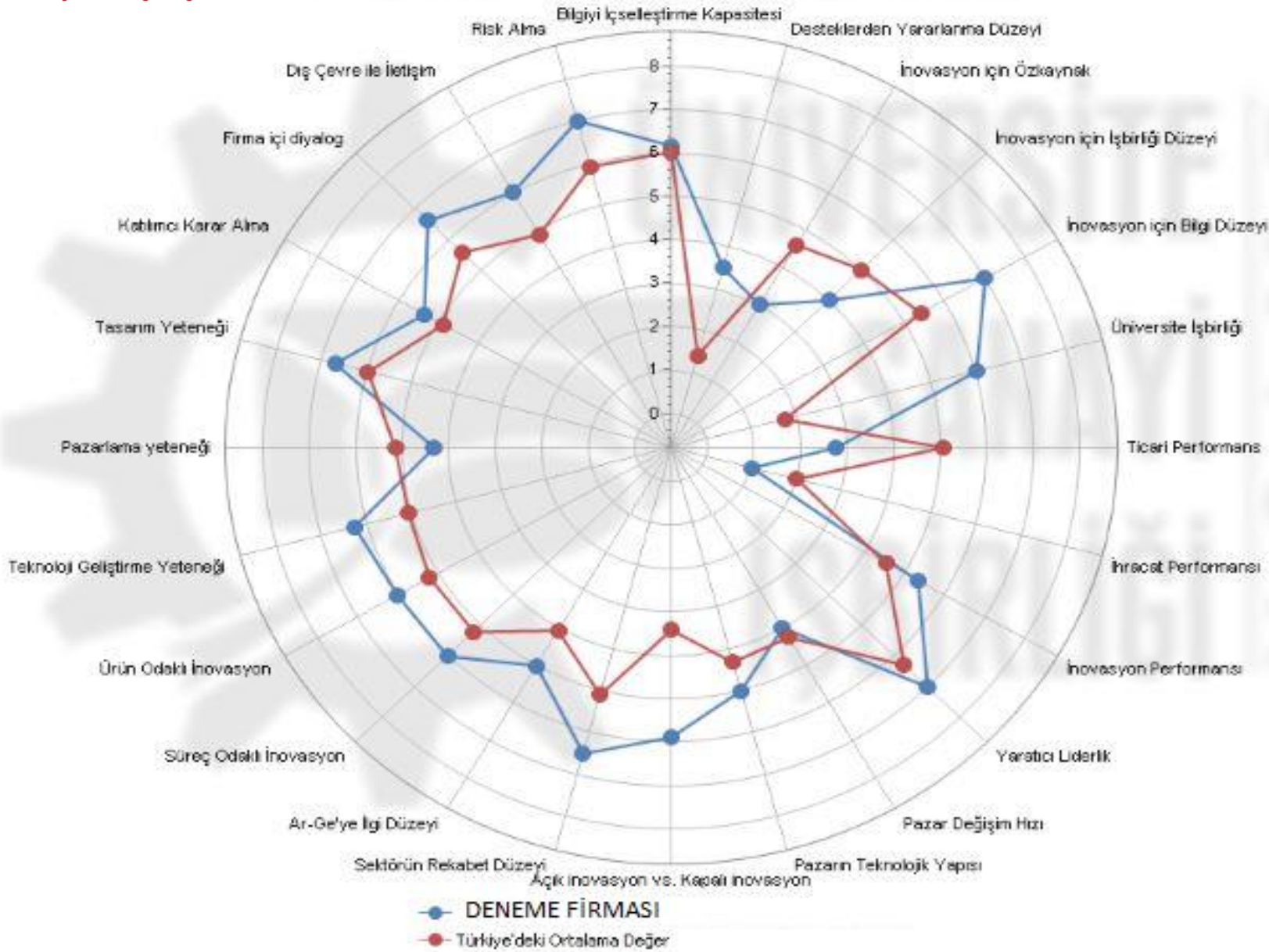
1. Bu bölüm altında firmanın rakipleri ile ticari performansı karşılaştırılarak genel ticari performansı ölçülmeye çalışılmaktadır.
2. Firmanın rakipleri ile kıyaslandığında;
 - Toplam ciro büyüklüğü nedir?
 - Pazar büyüklüğü nedir?
 - Karlılık oranı nedir?

İhracat Performansı

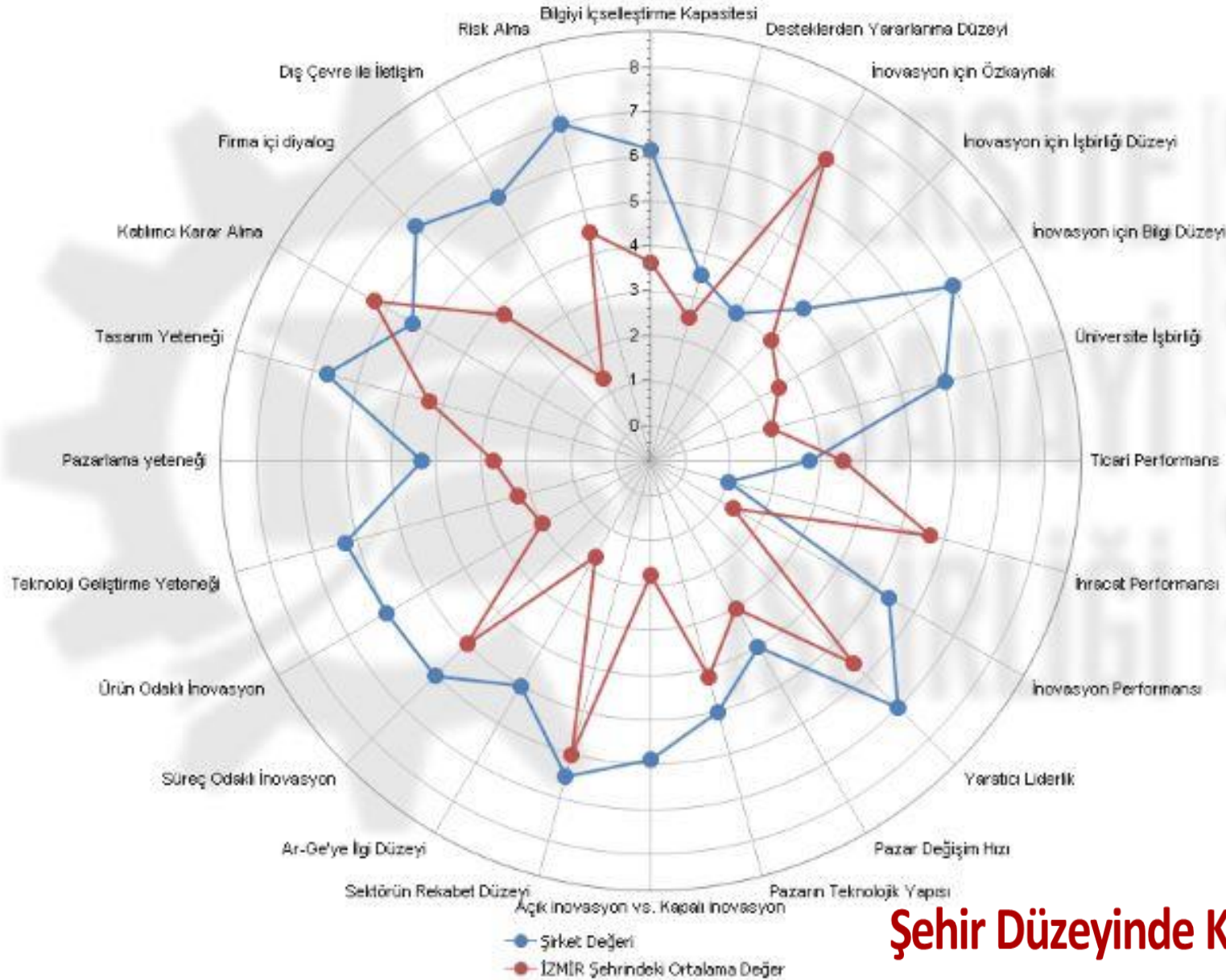
1. Bu başlık altında firmanın genel ihracat performansı ölçülmektedir.
2. Bu ölçümede firmanın ihracattaki karlılığı, ihracatın artış düzeyi ve büyüme hızı kullanılmaktadır.
3. İhracat firma için karlı mıdır?
4. İhracat satışları yüksek oranda artırmakta mıdır?
5. İhracatta hızla bir büyüme var mıdır?

Yaratıcı Liderlik

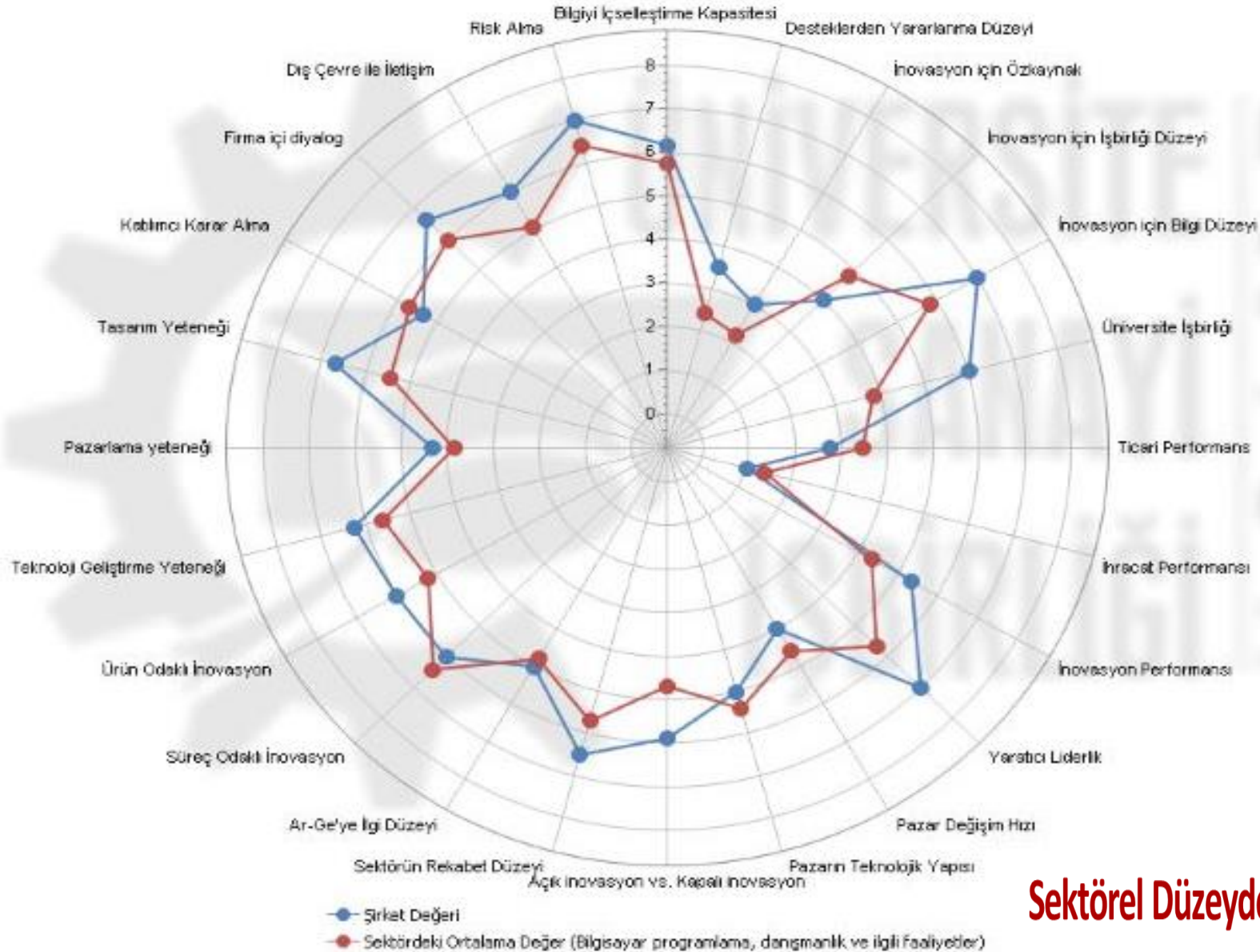
1. Lider, firmanın stratejisini belirlen uygulayan ve sürdüren kişidir. Lider, firma içerisinde hem aldığı kararlar hem de çalışanların motivasyonunu sağlama açısından çok önemli bir kişidir.
2. Firma yönetimi, firmanın tüm birim/bölemleri ve firma için yeni fırsatlar arayışında mıdır?
3. Firmanın nihai amaçları için yönetimin ortak ve net bir görüşü var mıdır?
4. Firma yönetimi, tüm firma çalışanlarının motivasyonunu sağlanmada başarılı mıdır?
5. Firmamızın çalışanlarını motive edebilecek ve onlara yol gösterecek yetkinliğe sahip yöneticileri var mıdır?



DENEME FİRMASI ŞEHİR BAZLI İNOVASYON KARNESİ

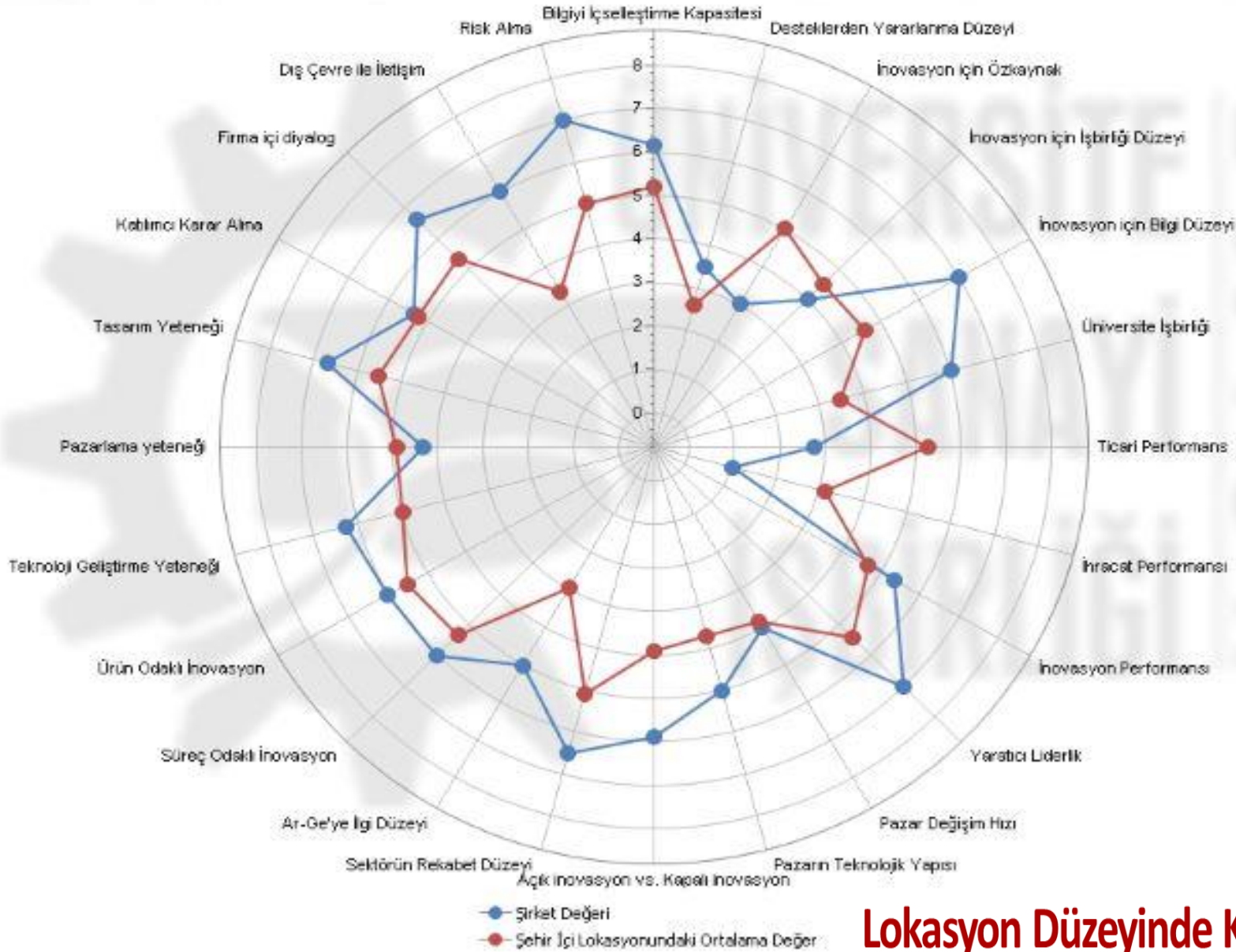


DENEME FİRMASI SEKTÖR BAZLI İNOVASYON KARNESİ

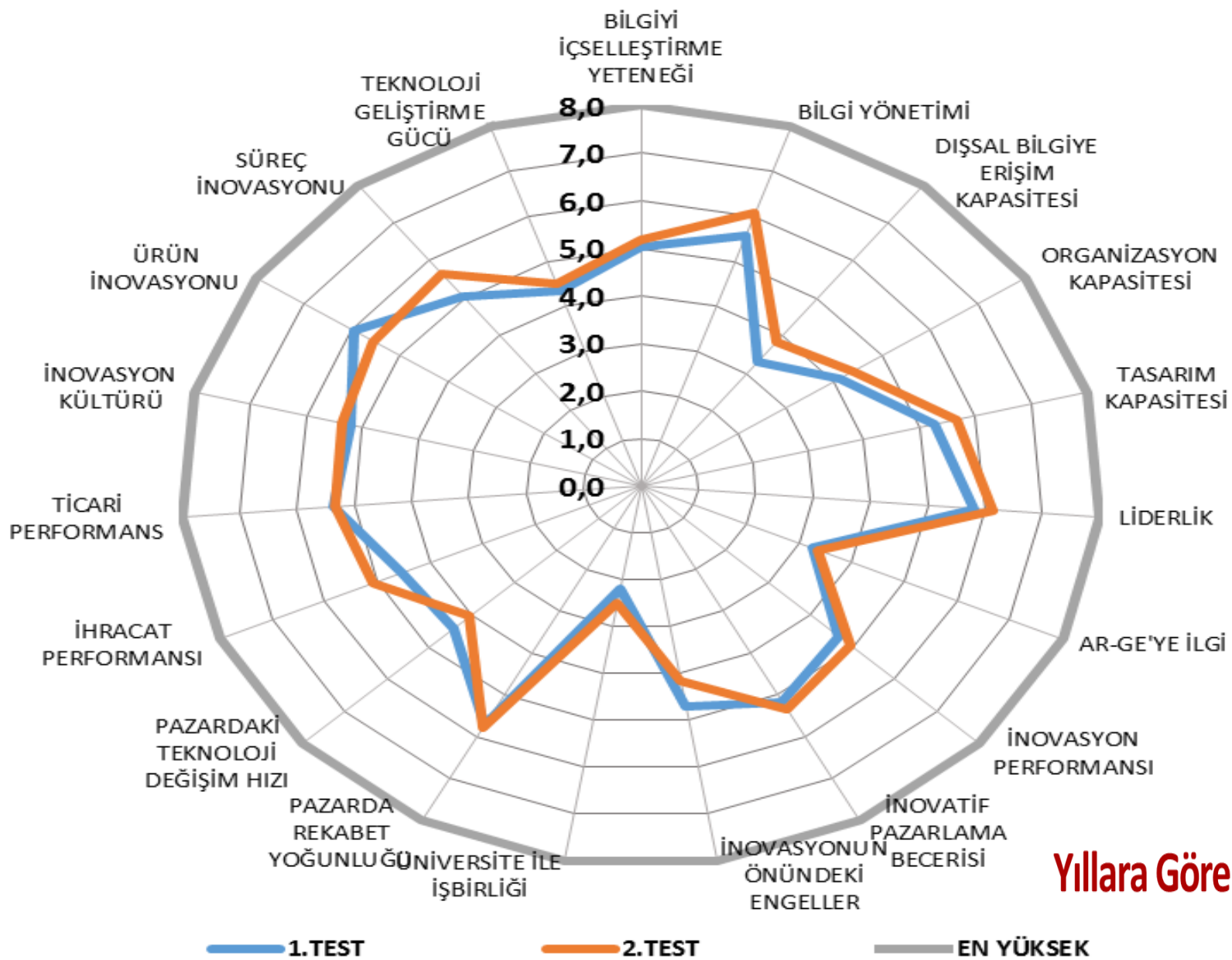


Sektörel Düzeyde Karşılaştırma

DENEME FİRMASI LOKASYON BAZLI İNOVASYON KARNESİ



Lokasyon Düzeyinde Karşılaştırma



Yıllara Göre Karşılaştırma

İŞLETMENİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNDE ÖZ DEĞERLENDİRMENİN ROLÜ

Değerlendirme: Bir şeyin özünü, önemini, nitelik ve niceliğini belirlemek



Sağlık Sorunu İçin Kendi Kendini Değerlendirme:

Baş ağrısı, Mide bulantısı, Ateş, Tansiyon, Şeker,...
Yükselmesi/Düşmesi

Dış Uzman Değerlendirme:

- 1. Aile Sağlığı Hekimi (Genel Değerlendirme Yapar)**
- 2. Uzman Hekim (Spesifik Probleme Yönelik)**

Muayene bulguları, Tahliller, MR, Tomografi,...

Bir doktorun yaptırdığı testleri başka bir doktor tekrarlatmaz;
Çünkü ölçme yöntemi aynıdır, **Standarttır...**

AMA HASTA BAŞKA GÖRÜŞLER ALABİLİR...

TEŞHİS-TEDAVİ / BİREY-İŞLETME

- İşletme, bireyden daha zordur:

Yol Gösterici **Semptomlar Yoktur**

Bireyde Olan **Doğal Uyarıcılar Yoktur**

- Kendisi uyarıcılar yaratmalı ve koordine etmelidir
- Nasıl ki, insan doktora gitmesi gerektiğini belirleyene kadar **ÖZ DEĞERLENDİRME** Yapıyorsa
- **İşletme de dış uzmana ihtiyacı olduğunu anlayabilecek süreçler geliştirmelidir.**
- Örneğin, üretim aksadığında sorun:

Hammade, Üretim hattı, Çalışan, mı?

Michael Porter:

Her İşletme Bir Değer Zinciri Yönetir

BİR ZİNCİR ANCAK EN ZAYIF HALKASI KADAR KUVVETLİDİR...



Peter Drucker:

Ölçemediğiniz Hiçbir Şeyi Kontrol Edemezsiniz...

SİSTEM VE BAŞARI UNSURLARI

Sistemin Yetkinlikleri
Bireylerin (Alt Yapı da dahil)
Yetkinliklerinin
Toplamıdır.

**Bu Grubun Başa
Çıkması Gereken Dış
Unsurlar da Olacaktır.**

**Bu grubun Kazanabileceği
Yetkinliklerinin Belirleyicisi ise
İçinde Bulunacakları Ortamın
Koşulları Olacaktır.**

**Sistemin
Yatırım
Sermayesi Bu
Konuda
Belirleyici
Olacaktır.**



- Görev Tanımları
 - Erişebildikleri Olanaklar
 - Çalışma Koşulları
- Kazanabilecekleri
Yetkinlikler İçin
Belirleyicidir...**

**Grubun Üretebileceği Çıktılar Konusunda Bu
Unsurların Tamamı Belirleyici Olacaktır.**

**BURADA EN ÖNEMLİ
BELİRLEYİCİ UNSUR
NEDİR?**

ÖLÇÜM NASIL OLMALI? DIŞ MI, ÖZ MÜ?

DIŞ UZMAN DEĞERLENDİRMESİ

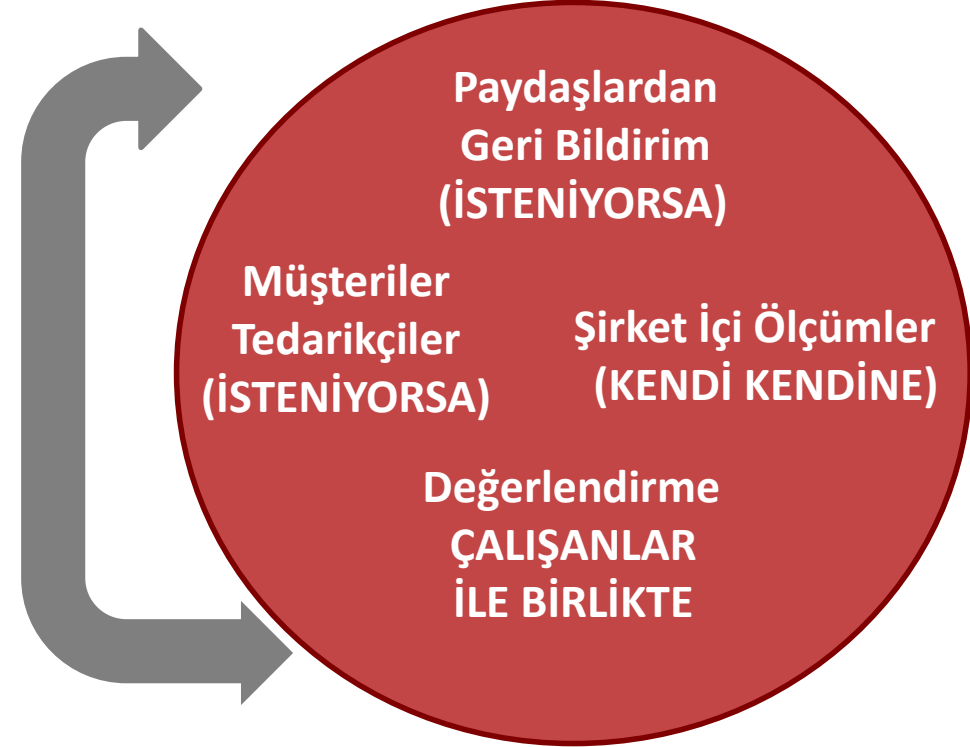
Varsayım: Uzman İşini Bilir, Yetkindir, Bizi de Bilir.



- Standart Bir Ölçüm Aracı Kullanılamaz
- Sonuç Uzmanın Yetkinliğine Bağlıdır
- İkinci Bir Görüş Alma İmkanı Yoktur
- Tekrarlanabilmesi Zordur

KENDİ KENDİNE DEĞERLENDİRME

Varsayım: İşimizi Bizden Daha İyi Bilen Yoktur.



- Standart Ölçüm Aracı KULLANILIRSA
- İkincil Bir Görüş Almak Mümkündür
- Tekrarlanabilmesi Kolaydır

Dış Faktörler



Kazanılmış Yetkinlikler

Kurumsal Yapı

**Kurumsal Yapı (Altyapılar,
İnsan Kaynakları, Yatırımlar...)**

Kazanılmış Yetkinlikler

**Sonuçlar
Çıktılar**

İşletme Gideri

- Maaşlar
- Bakım-Onarım
- Sarf Malzemeleri
- Hammadde
- Tedarik
-



Yatırım

- Yeni Makineler
- Yeni Personel
- Mevcutların niteliğinin yük.
-

- Arzulananlar...
- Başarı (Ne İse)
- Kredi Ödeme
- Yenileme
- Yeni Yatırım
-

ÜSİMP İNOVASYON KARNESİNİN ÖLÇÜM FELSEFESİDİR

ÜSİMP İnovasyon Karnesinde ÖLÇÜM NASIL YAPILIR?



Firmanızdaki 10 birim yöneticisi yanıtlayabilir.

Her yönetici sadece kendi yanıtını görür

Tepe Yönetici, hepsini ve ortalamalarını görür.

Firmalar 6 aylık aralıklarla bu ölçümleri tekrarlayabilirler.

Ölçümler sistemde işletmeye ait dosyada saklanır

Böylece işletme inovasyon yolculuğunu izleyebilir.

FİRMA SONUÇ OLARAK NE GÖRÜR

Kendini kıyaslama imkanı bulur: Sistemde kayıtlı

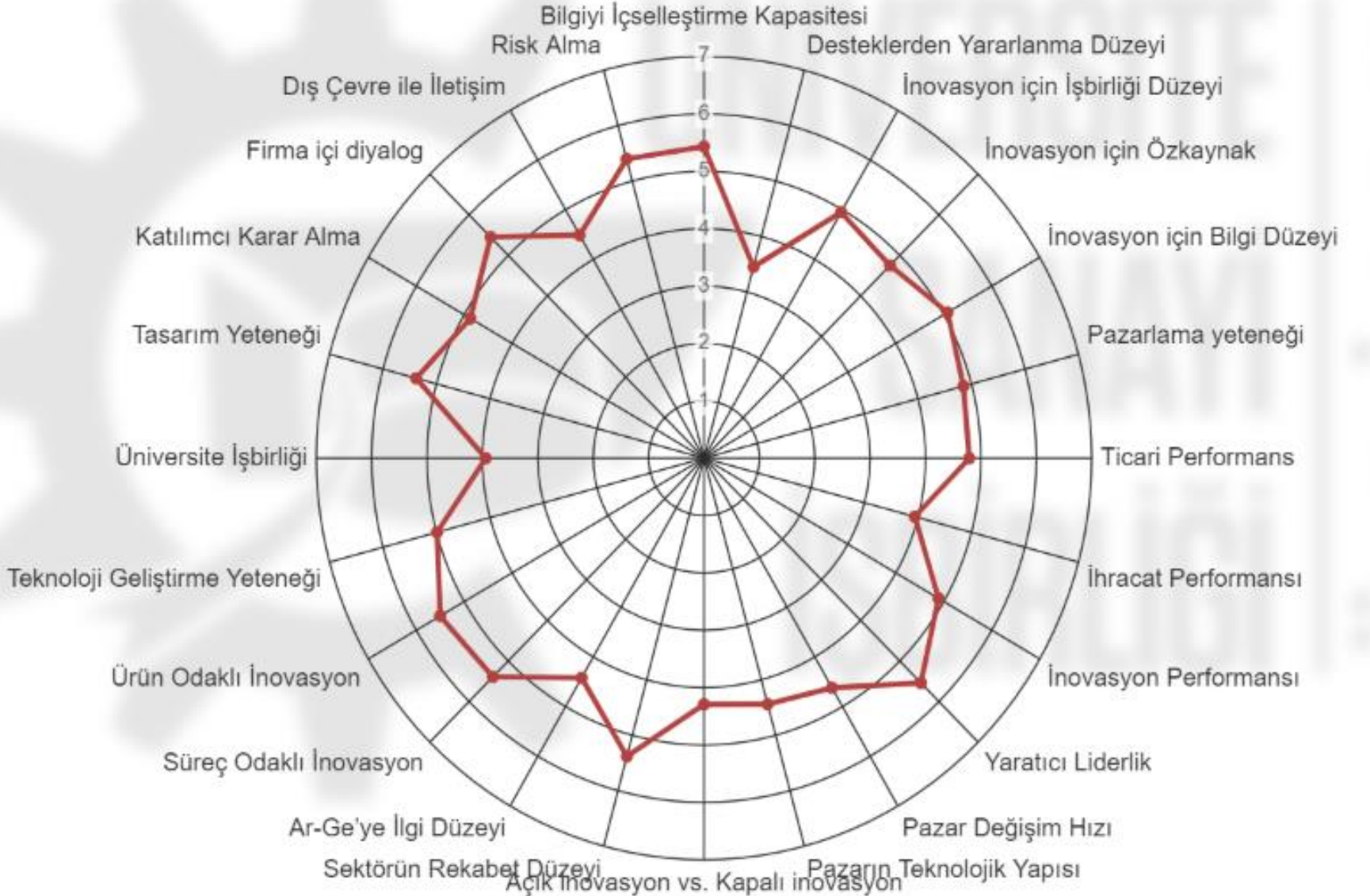
- **Tüm firmaların** ve ölçümlerin ortalamalarıyla
- **Sektörünüzdeki** tüm firmaların ortalamalarıyla
- **İlinizdeki** tüm firmaların ortalamalarıyla
- **Faaliyet alanı türündeki** (OSB, TGB vb.) firmaların ortalamalarıyla

Anket Dolduran
Firma Sayısı: 998

Türkiye İnovasyon Yeteneği

Hesaplanan Karne
Sayısı : 1382

Türkiyedeki Ortalama Değer



ÜSİMP İnovasyon Karnesi Ölçüm Aracı Yetkinlik Parametrelerini Sistem Anlayışıyla Gruplama



Dış Faktörler

Sektörün Rekabet Düzeyi
Pazarın Teknolojik Yapısı
Pazar Değişim Hızı

Kurumsal Yapı

Yaratıcı Liderlik
Risk Alma
Dış Çevre ile İletişim
Firma içi Diyalog
Katılımcı Karar Alma
Ar-Ge'ye İlgi Düzeyi
Üniversite ile İşbirliği Düzeyi
İnovasyon İçin Öz Kaynak
Açık veya Kapalı İnovasyon

Kazanılmış Yetkinlikler

Bilgiyi İçselleştirme Kapasitesi
İnovasyon İçin Bilgi Düzeyi
İnovasyon için İşbirliği Düzeyi
Teknoloji Geliştirme Yeteneği
Tasarım Yeteneği
Pazarlama Yeteneği
Desteklerden Yararlanma Düzeyi

Sonuçlar – Çıktılar

Ürün Odaklı İnovasyon
Süreç Odaklı İnovasyon
İnovasyon Performansı
İhracat Performansı
Ticari Performansı

TÜRKİYE YETKİNLİĞİ



Dış Faktörler	
Sektörün Rekabet Düzeyi	5,35
Pazarın Teknolojik Yapısı	4,36
Pazar Değişim Hızı	4,57
	4,76

Kurumsal Yapı	
Açık veya Kapalı İnovasyon	4,13
Ar-Ge'ye İlgi Düzeyi	4,15
Dış Çevre ile İletişim	4,35
Firma içi Diyalog	5,36
İnovasyon İçin Öz Kaynak	4,72
Katılımcı Karar Alma	4,79
Risk Alma	5,31
Üniversite ile İşbirliği Düzeyi	3,70
Yaratıcı Liderlik	5,44
	4,66

Kazanılmış Yetkinlikler	
Bilgiyi İçselleştirme Kapasitesi	5,33
İnovasyon İçin Bilgi Düzeyi	4,89
İnovasyon için İşbirliği Düzeyi	4,79
Teknoloji Geliştirme Yeteneği	4,90
Tasarım Yeteneği	5,36
Pazarlama Yeteneği	4,95
Desteklerden Yararlanma Düzeyi	3,40
	4,80

Sonuçlar – Çıktılar	
Ürün Odaklı İnovasyon	5,39
Süreç Odaklı İnovasyon	5,29
İnovasyon Performansı	4,73
İhracat Performansı	4,09
Ticari Performansı	4,80
	4,86

HKTM firmasının genel müdürü Sayın İlham Çelebi'nin İnovasyon Karnesi hakkındaki görüşlerini sizinle paylaşıyoruz.



ilham çelebi • 1.

General Manager at HKTM

5g • 

...

"Ayna ayna! Söyle bana! Var mı benden güzeli bu dünyada?"

Herkesin bildiği bu cümledeki yaklaşımla ayna metaforunu hepimiz mırıldanırız. Bazen yeni başlangıçlardan korktuğumuzda cesaret veren, bazen güvensizliğimizi yenmek için destekleyen, bazen de ayakta kalmamızı sağlayan doğru olmadığını bildiğimiz bir iç sestir.

Firmalarımızda yaptığımız işleri kimi zaman o kadar beğeniriz ki, ne geliştirici eleştiriyi kabul eder, ne de yeni fikirler üretebiliriz. Ayna bize dürüstçe ne olduğumuzu söylemedikçe nerede hata yaptığımızı asla bilemeyiz.

ÜSİMP ile yaptığımız işbirliği sayesinde kendimize ayna tutmaya başladık. İnovasyon döngüsünün, şirketin kalıcı ve sürdürülebilir kültürü olması için korkmadan nasıl görüldüğümüze baktık.

HKTM olarak ürettiğimiz her işte yapıyor gibi görünmek yerine değer oluşturmak hedefimiz olduğundan, yapabileceklerimize eksiklerimizle birlikte ayna tutmaya ve kendimizi keşfetmeye devam edeceğiz. ÜSİMP ekibine çok teşekkür ederiz.

[#hayallerdusuncemizidusuncelergucumuzuolusturur](#) [#hktm](#) [#iyimuhendislik](#)

AROMSA A.Ş. 'NİN ÜSİMP İNOVASYON KARNESİ DENEYİMİ



Prof. Dr. Aslı BARLA DEMİRKOZ
Aromsa AR-GE Merkezi Müdürü

AROMSA olarak 2015 yılından bu yana EFQM modelini benimsemiş, sürekli iyileşmeyi kendine düstur edinmiş ve 2019 yılında EFQM-Kalder Mükemmelik Ödülünü almış bir firma olarak, inovasyona verdiğimiz önemin tüm şirketçe bölümler arasında nasıl algılandığını anlamak ve aynı zamanda Türkiye'deki diğer firmalara göre mevcut durumumuzu ölçmek amacıyla 2020 yılından beri yılda 1 inovasyon karnesini doldurmaktayız. Bu sayede şirket içi algıyı ölçebildiğimiz gibi aynı zamanda inovasyon için hangi yönlerimizin güçlü olduğu ve nerelerde iyileştirme yapmamız gerektiği hakkında da bilgi sahibi olmaktayız. İnovasyon karnesini kendini geliştirmek isteyen tüm firmalara öneririz. Ayrıca özellikle karnenin doldurulmasında ve karnenin yorumlanması aşamasında bize yardımcı olan ÜSİMP ekibine ve arayüzümüz MİTTO'ya da sonsuz desteklerinden dolayı teşekkürü borç biliriz.”