

# İŞLETMELERDE İNOVASYON: ÖNEMİ, TÜRLERİ VE ÖRNEKLERİ



*Posted on 22 Mayıs 2020 by Sezgin*



Category: [Yönetim ve Organizasyon](#)

Yenilik her yerde. İnovasyon çalışmasında, önde gelen teoriler, inovasyon biçimleri ve rekabetçi pazar üzerindeki etkisi de dahil olmak üzere çeşitli temel kavramları öğrenin.

## İnovasyon Nedir?

Basitçe ifade etmek gerekirse, **inovasyon** yeni bir şey yaratma sürecidir. Geçen yüzyıl dramatik sonuçlarla patlama derecesinde yeniliğe tanık oldu. Yenilik hayatımızı kolaylaştırır, üretkenliğimizi artırır, sağlığımızı iyileştirir, bizi eğlendirir ve küresel ölçekte iletişim kurma ve bağlantı kurma yeteneğimizi genişletir. Geçtiğimiz yüzyılda yaşam kalitesindeki hemen hemen her gelişme, bir düzeyde yeniliğe kadar uzanabilir.

İnovasyon, iş dünyasında geniş, çeşitli, karmaşık, öngörülemez ve yaygın olarak incelenen bir güçtür. İnovasyon, kaynakları, hedefleri, yörüngeleri ve kalıcı etkileri araştırmaya adanmış akademisyenler tarafından yüzlerce kitap, makale ve araştırma makalesi yazılmıştır. Yenilik, iş dünyasında ve ekonomide büyüme için katalizör görevi görür. Bununla birlikte, çok daha geniş bir kapsamda, etkisi neredeyse tüm endüstrileri hükümetten eğitime, hatta sağlık hizmetlerinin sunumuna dönüştürebilir. İnovasyon kaynakları herhangi bir işletme, hizmet hattı, organizasyon veya sektörde bulunabilir.

## Yenilik Türleri

Bugün yenilikleri teknoloji açısından sık sık düşünüyoruz. Yakın geçmişte teknolojik yeniliklerin çığır açıcı olduğu doğru olmakla birlikte, inovasyon birçok şekilde olabilir. Öğrenci katılımını artırmak için yeni ve yaratıcı bir öğretim yöntemi olabilir. Yüksek performanslı çalışanları ödüllendirmek için benzersiz bir teşvik programı olabilir veya **yalın metodoloji** gibi bir süreç, iş akışlarını düzenleyen ve kaliteyi korurken maliyetleri düşük tutmak için atıkları ortadan kaldıran bir model olabilir.

İnovasyon, yeni bir renk veya koku eklemek gibi mevcut bir ürün formülasyonunda ufak bir değişiklik veya endüstride düşünülen bir iPod'da **çığır açan bir** ürün gibi olabilir. Yenilik, açıkça tanımlanmış bir soruna yanıt verebilir veya sorunun kendisi tanımlanmadığında veya bir çözüm yolu belirsiz olduğunda tam bir paradigma kayması yaratabilir.

İnovasyonun faydaları sadece yeni ürün geliştirmekle sınırlı değildir. İnovasyon modelleri, hizmet

etmeyi amaçladıkları hedefler kadar çoktur. Yenilik, iş modeli yeniliğinden [fiyatlandırma stratejileri](#), pazarlama ve hizmet sunumuna kadar bir ürünün veya hizmet yaşam döngüsünün neredeyse her yönünü iyileştirebilir. Southwest gibi indirimli havayollarının havayolu endüstrisini yenilikçi fiyatlandırma ile nasıl dönüştürdüğünü düşünün. Amazon.com, yenilikçi dağıtım kanalları ile e-ticareti dönüştürerek ülke çapında neredeyse bir gecede çok sayıda ürünü kullanıma sunuyor.

Yenilik her zaman tamamen yeni bir şey üretmez. Bazen inovasyon mevcut bir ürünü veya hizmeti daha iyi hale getirir. Küçük girişimci işletmeler genellikle daha büyük, daha köklü firmaların yerleşik bir marka adı altında üretip sattıkları ürünlerin bileşenleri olan yeni ürünler geliştirirler. DVD oynatıcılar, dijital kameralar ve reçeteli ilaçlar gibi günlük ürünlerde yapılan iyileştirmeler, bunları satan şirketlere özgü değildir. En yeni bileşen parçaları veya öncü araştırma ve geliştirme, yenilikçi fikirlere sahip küçük firmalar tarafından sağlandı. Bazı küçük firmalar, tüm iş modellerini daha büyük, tanınmış şirketlerin daha verimli veya etkili ve sonuçta daha rekabetçi olmasına yardımcı olan ürünler geliştirmek ve üretmek üzerine kurmuşlardır.

## İnovasyon Nasıl Olur?

Düzinelerce yayınlanmış inovasyon teorisi var. Belki de en bilineni **yaratıcı yıkım** kavramıdır. [Joseph Schumpeter](#), bu terimi ilk kez kullanan ünlü bir ekonomistti. Yenilikçi düşünürlerin zamanla, bir zamanlar pazarına hakim olan bir ürün veya süreci eski haline getiren yeni ürünler ve teknolojiler geliştirdiğini savundu. İnovasyon genellikle piyasanın alt ucunda başlar, örneğin daha düşük fiyatlı ürünler veya daha yüksek kaliteli ürünlerin bileşenleri ve yavaş yavaş daha üst seviyeye kadar çalışır ve süreçler ve ürünler geliştikçe büyük oyuncuların pazar payını alır. Kelime işlemciler daktiloları ve çoğu zaman üreticilerini geçersiz kıldı.

Bu, inovasyon çalışmasında ortak bir temadır. Dünyaca ünlü inovasyon uzmanı [Clayton Christensen](#), en çok satan kitabı *The Innovator's Dilemma*'da benzer temalar hakkında yazdı. Teorisini **yıkıcı inovasyon olarak** adlandırdı, ancak özü aynı. Yenilik, eski şeyleri yapma şeklini bozmakla başlar. İlk başta, bozulma yerleşik oyuncular tarafından fark edilemeyecek kadar küçük olabilir. Bununla birlikte, yıkıcı süreçleri iyileştirmeye ve daha karmaşık ürün veya hizmetler geliştirmeye devam ettikçe, kuruluşun ya dikkat çekmesi ya da riskin ortadan kalkması gerekir.

Çevremizde, her gün, neredeyse her endüstride meydana gelen bir olgudur. Yaratıcı yıkım, inovasyon tarafından yönlendirilir ve girişimciler ve girişimci düşünürler tarafından yönetilir. Bazı yenilik uzmanları, yenilikçi olarak girişimcinin kapitalizmin özü olduğuna inanmaktadır. Özellikle, yenilikçi, daha iyi bir ürün, süreç veya organizasyon tarzının verimli ve kârlı olabileceğini ve bu da tüm

ekonomiyi yükselttiğini göstermektedir. Daha iyi ürünler tüketici talebini yönlendirir ve bu da genel ekonomiyi büyüten yeni işler ve yeni endüstriler yaratır.

## Yenilik Her Zaman İyi mi?

Bununla birlikte, bu faydaların bir ters tarafı vardır: Yaratıcı yıkım süreci, teknolojilerini ve sistemlerini aniden modası geçmiş ve kârsız bulan organizasyonları ve markaları yok eder. İşletmeler kapandı; insanlar iş kaybederler. Birçok üretim sürecinin otomasyonunun işgücü piyasası üzerinde çarpıcı bir etkisi oldu. Her yerde bulunan teknoloji ve bilgi paylaşımı çağı bazen bireysel mahremiyet kaybı hissi ile birlikte gelir.

Modern ekonominin, kısmen hızlı bir şekilde gelişen teknolojiyle yönlendirilen pazar dinamikleri o kadar hızlı değişiyor ki, ayak uyduramayan herhangi bir organizasyon hızla eski haline gelecektir. Bu ortamda, işletme liderlerinin sürekli olarak algıları ve varsayımları sorgulamaları gerekir.

Bazen eski kurallar hızlı inovasyon karşısında ortaya çıkan sorunlara uygulanmaz ve yeni kurallar henüz mevcut olmayabilir. Bu tür hızlı bir değişim bazen organizasyonları ve yöneticilerini daha önce hiç deneyimlemedikleri veya hiç yapmadığı şeyleri sürekli olarak yapma pozisyonunda bırakır. Değişime hızla uyum sağlama yeteneği, yenilik ekonomisinde hayatta kalmayı veya başarısızlığı gerektirebilir. İnovasyon da dahil olmak üzere organizasyonel değişimi yönetmek, artık her kuruluştaki en kritik yönetim yeterliliklerinden biridir.

## Ders Özeti

Hadi gözden geçirelim. Yenilik her yerde. Küçük ve artımlı veya çığır açıcı ve pazar değişikliği olabilir. **İnovasyon**, yeni ürünler, hizmetler, süreçler, endüstriler ve fırsatlar üretir. **Yaratıcı yıkım**, eski şeyler yapmanın eski yolunu yavaş yavaş yeni, geliştirilmiş ürünler ve sistemlerle değiştirir. Değişim günümüzde hemen hemen her endüstride o kadar yaygındır ki, zamanında cevap vermeyenler kaçınılmaz olarak geride bırakılacaktır.

## Anahtar terimler

- yenilik: yeni bir şey yaratma süreci

- yalın metodoloji: kaliteyi korurken maliyetleri düşük tutmak için iş akışlarını düzenleyen ve israfı ortadan kaldıran bir model
- yaratıcı yıkım: ekonomist Joseph Schumpeter, yenilikçi düşünürlerin zamanla piyasaya hâkim olmuş bir ürünü veya süreci eskimiş hale getiren yeni ürünler ve teknolojiler geliştirdikleri teorisiyle birleşti.
- yıkıcı inovasyon: inovasyon uzmanı Clayton Christensen tarafından yapılan teori, inovasyonun eski şeyleri yapma şeklini bozmakla başladığını belirtir

