

# İnovasyon arayışında dalgalı seyir

Türkiye’de son yıllarda en çok konuşulan konulardan birisi “inovasyon”. Peki, Türkiye olarak “inovasyon”a ilginiz ne zaman başladı? Neden başladı? İlgi hangi noktada zirveye ulaştı. İnovasyona ilginin arttığı dönemlerdeki nedenleri tespit edebilirsek, bunlardan ders çıkartmak ve bundan sonraki dönemlerde atılması gereken adımları belirlemek mümkün olacaktır. Çünkü önemli olan ilgiyi zirveye çıkarmak değil, zirvede tutmak ve bu ilgiyi somut sonuçlara dönüştürebilmektir...



**Hakan Erten**  
İnovasyon Lideri  
Deloitte Türkiye

İnovasyona olan ilgiyi ölçümleyebilmenin yollarından birisi Google’da “inovasyon” ile ilgili ne kadar arama yapıldığına bakmaktır. Bu varsayımı doğru kabul ederek, Google’ın 2004 yılından bu yana tuttuğu arama istatistiklerinde “inovasyon” terimini incelemekle işe başladım. Türkiye’de “inovasyon”, Dünya genelinde ise “innovation” terimlerinin arama

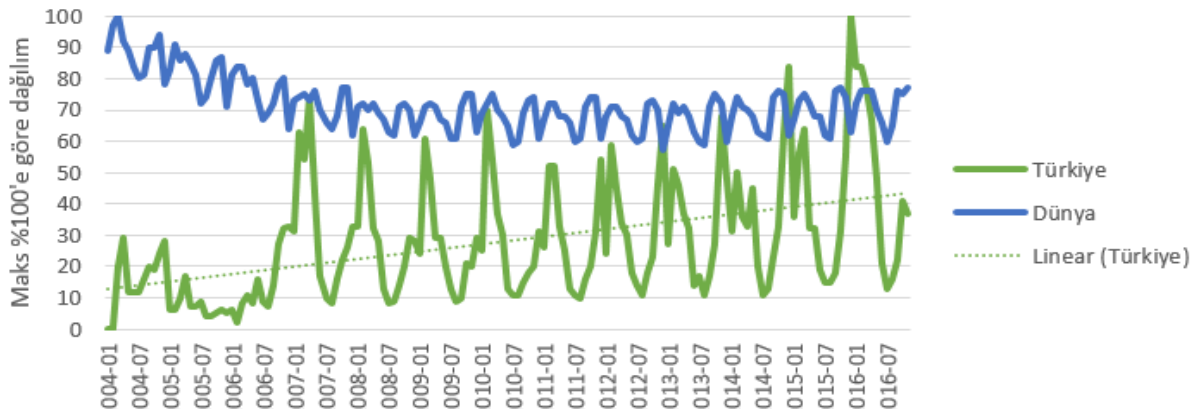
yoğunluklarına baktığımda çok ilginç sonuçlarla karşılaştım.

Her ne kadar 2004 yılında da az sayıda arama yapılmaya başlanmış olsa da, ilk yükseliş hareketi 2006 yılının Eylül ayında gerçekleşiyor. Nisan 2007’de de ilk zirvesine ulaşıyor. Bundan sonraki grafik ise son derece tutarlı bir şekilde her yılın Aralık ve Şubat aylarında zirve yapan dalgalı şekilde ilerliyor. Böylesine tutarlı bir şekilde dalgalı seyir izlemesi, altında yatan nedenleri incelemeyi daha cazip hale getiriyor. İnovasyona ilginin arttığı dönemlerdeki nedenleri tespit edebilirsek, bunlardan ders çıkartmak ve bundan sonraki dönemlerde atılması gereken adımları belirlemek mümkün olacaktır.

Ekim 2006’da inovasyona olan ilginin artmasının altında yatan nedenleri araştırırken, karşıma “Ulusal İnovasyon Girişimi (UIG)”nin yayınlamış olduğu rapor çıktı. Türkiye’nin önde gelen üniversitelerinin ve holdinglerinin, hizmet ve sanayi kuruluşlarının temsil edildiği; meslek örgütlerinin yönetim kurulu başkanları, genel müdürleri ve üst düzeyde sorumluluk üstlenen yöneticilerinden oluşan bu girişimin amacı “Türkiye’de inovasyon politikalarının oluşturulması ve uygulanması aşamalarında özel sektör - üniversite - sivil toplum işbirliğini pekiştirmek ve yönlendirmek, siyasi irade ve kamu kurumlarıyla diyalogu geliştirip görüş ve öneriler hazırlayarak inovasyon politikaları oluşturma sürecine katkıda bulunmak ve inovasyon konusunda kamuoyunda bilinç oluşturmak” olarak özetlenebilir. UIG’nin 18 Ekim 2006 tarihinde kamuoyuna sunduğu rapor, Türkiye’nin 9.Kalkınma Planı dönemi olan 2007 – 2013 yılları arasında gerçekleştirilebilecek somut ve hayata geçirilebilir önerileri barındırır niteliktedir.

Mart 2007’de toplanan 15.Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) Toplantısı sonrasında hayata geçirilmesi kararlaştırılan Teknoloji Platformları ve Ulusal Yeniliklik Sistemi kapsamında sektörel koordinasyon ve sektörel stratejilerin belirlenerek teşvik modellerinin oluşturulması ile birlikte, üniversiteler bünyesinde kurulan teknoloji geliştirme merkezleri, kurumlar

## Türkiye’de ve Dünya’da "inovasyon" arama yoğunluğu



Grafik 1: Google arama motorunda 2004’ten bu yana Türkiye’de “İnovasyon” teriminin, Dünya’da ise “Innovation” teriminin arama yoğunlukları. Kaynak : <https://www.google.com/trends/explore?date=all&qeo=TR&q=inovasyon> adresinden alınan veriler ile grafik oluşturulmuştur.

nezdinde verilen eğitimler ve kamusal platformlarda inovasyona yapılan yatırımlar sayesinde Nisan 2007'de inovasyona olan ilginin zirve yaptığını görüyoruz. Şu kadar ki, patent başvurularına da baktığımızda 2006 yılında 1.090 adet başvuru varken, 2007 yılında başvuru adedinin yaklaşık yüzde 80 artış göstererek 1.838'e yükseldiğini, tescil edilen patentlerin adedinin ise 122'den 318'e yükseldiğini görüyoruz.<sup>1</sup>

İnovasyona olan ilgi 2010 yılı sonunda ikinci büyük zirvesini yapıyor. Bunun altında 2010 yılında yayınlanan KOSGEB İşbirliği-Güçbirliği Destek Programının ve ARGE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programının yatıyor olabileceğini düşünüyorum. Bu programlar ile KOBİ'lerin birlikte "Ortak Sorunlara Ortak Çözümler" üretmesi; tedarik, pazarlama, düşük kapasite kullanımı, rekabet gücü zayıflığı, finansman başta olmak üzere tek başlarına çözümlenemediği birçok soruna çözüm bulunması, KOBİ'lerin bir araya gelerek kapasite ve rekabet gücü yüksek işletmelere dönüşmesi, ölçek ekonomisinden yararlanılarak kaynak tasarrufu sağlanması ve KOBİ'ler arasında ortaklık ve işbirliği kültürünün geliştirilmesi amaçlanmıştır. Programın yürürlüğe girdiği tarihten 30 Kasım 2011 itibari ile değerlendirilen 105 projeden 88 projenin desteklenmesine karar verilmiştir ve yaklaşık 40 milyon TL destek sağlanmıştır.

Buna karşılık, 2011 yılı ekonomik krizlerin damga vurduğu bir yıl olmuştu. Avrupa Birliği'nin temellerinin sarsıldığı, Yunanistan'ın ekonomik göstergelerinin tartışıldığı, Türkiye'de ise büyümenin hız kestiği ancak buna karşılık cari açığın hızla artmaya devam ettiği bir yıldır. Böyle bir ortamda inovasyona yönelik ilginin de önemli ölçüde azaldığını net bir şekilde grafikte görebiliyoruz.

2012 ve sonrasında düzenli bir şekilde ilginin giderek arttığını ve 2015 yıl sonunda tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştığını görüyoruz. 2012 öncesine kıyasla, yılda sadece bir kez yıl sonlarında zirve yapan grafik, sonraki yıllarda yılda 3 kez zirve yapar hale geliyor. Son olarak, 2015 yılına baktığımızda, ilginin yılın büyük kısmında yüksek kaldığını görebiliyoruz. Özellikle, 2015 ve 2016 yılında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından yıla yaygın bir şekilde, Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde düzenlenen İnovasyon Haftası etkinliklerinin, ve diğer sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği programların bu ilgiyi yüksek tutmaya büyük katkısı olduğuna inanıyorum.

## Yazın tatil, kışın inovasyon

Bu grafikte özellikle kafa yorulması gereken alanlardan bir tanesi de grafiğin dönemselliği. Yani kış dönemlerinde zirve yapan ilginin, yaz dönemlerinde dip yapması. En üst ile en alt seviye arasındaki mesafenin bu kadar geniş olması. Bu dönemsellik, üniversitelerin akademik takvimlerinden etkilenebileceği gibi, kurumların bütçe/strateji belirleme takvimlerden, sosyo-politik ve ekonomik gelişmelerden de etkileniyor olabilir. Dönemselliğin dünyada nasıl olduğunu incelemek için, bu kez dünya genelinde "innovation" kelimesinin istatistiklerin irdeledim. Belli bir dönemsellik seyri olmasına karşılık, en üst ile en alt seviyeler arasındaki mesafelerin bizdeki kadar keskin olmadığı grafikte görülüyor. O halde, ülke olarak burada odaklanmamız gereken bir dönemsellik konusu olduğunu görüyoruz. Yaz okulları, yaz kampüsleri, yaz etkinlikleri buradaki ilgiyi tetiklemek ve dönemselliği azaltmak açısından etkili olabilir.

## Sonuç

Özetle, ilginin arttığı ve azaldığı dönemlerdeki etkinlikleri irdelediğimizde, özellikle sivil toplum kuruluşları ve kamusal platformlarda ortaya konan kalkınma planları çerçevesinde inovasyon stratejilerinin önceliklendirdiği, teşvik modellerinin açıklandığı, üniversiteler bünyesinde teknoloji merkezlerinin oluşturulduğu ve ülke çapında katılım sağlanan inovasyon etkinliklerinin bu ilgiyi arttırmakta önemli rol oynadığı sonucuna varıyoruz. Buna karşılık, ekonomi ve siyaset alanındaki kriz ve belirsizlikler, küresel dengelerdeki dalgalanmalar, inovasyona olan ilgiyi düşürüyor. Bununla birlikte, ülkemizde akademik ve kurumsal takvimlerin sonbahar ve kış aylarına odaklanmış olması, yaz takvimlerinde bu tür etkinliklere öncelik verilmiyor olması da dönemsellik anlamında olumsuz bir etki yaratıyor. Bundan sonraki dönemde, inovasyona öncelik veren kurumların birbiriyle koordinasyon içinde çalışarak sinerji yaratması, kamu yatırımlarının ve teşvik modellerinin doğru alanlara odaklanması, sivil toplum kuruluşlarının üniversitelerle işbirliği içinde çalışması büyük önem arz etmektedir. Çünkü önemli olan ilgiyi zirveye çıkarmak değil, zirvede tutmak ve bu ilgiyi somut sonuçlara dönüştürebilmektir.

*Bu makale Turcomoney Dergisi Aralık 2016 sayısında yayımlanmıştır.*

<sup>1</sup> 23 BTYK Toplantısı Gelişmelere İlişkin Değerlendirmeler Raporu