

VİZYON

Alphan Manas / alphan.manas@brightwell.com.tr

ABD'DE İNOVASYON GÜNLÜK YAŞAMIN BİR PARÇASIYSA BUNUN NEDENİ, BOEING GİBİ SONUÇLARINI GÖRDÜKLERİ BİR ALTYAPI OLDUĞU İÇİNDİR. BUNA DA 'İNOVASYON MOTİVASYONU' DEMEK ÇOK DOĞRU OLUR. İŞTE TÜRKİYE İÇİN GEREKLİ OLAN DA BUDUR...



İNOVASYON MOTİVASYONU...

İNOVASYONUN TEMELİNDE

'YUMURTA-TAVUK' ilişkisi olduğu düşüncesi bende hakim olmaya başladı. Yani ülke ne kadar çok inovasyon yaparsa o kadar çok inovasyon yapacak altyapı oluşuyor. Bunu Boeing örneği ile sizlerle paylaşmak istiyorum. Boeing, fabrikasını fotoğraf çekmemek şartıyla ziyarete açmış. Tur için 90 dakika ayırmış. Bu süre içinde dünyanın en büyük kapalı alanının bir kısmını görme olanağına sahip oluyorsunuz. Karşılama esnasında gösterilen 6 dakikalık videonun Amerikalılar üzerindeki etkisi çok büyük bir gurur. Sanki hepsi bir ağızdan "İşte biz böyle inovasyon yapan şirketlere sahibiz" diyorlar. ABD'de inovasyon günlük yaşamın bir parçasıysa, bunun nedeni Boeing gibi sonuçlarını gördükleri bir altyapı olduğu içindir. Buna da 'inovasyon motivasyonu' demek çok doğru olur. Türkiye için gerekli olan da bu. Ülke'nin Godiva'yı satın alması bizler için nasıl gurur kaynağı oluyorsa, buna inovasyon ağırlıklı şirketleri eklememiz gerekiyor. Türkiye'nin

dünya inovasyon liginde yükselmesi için yurtdışında hazır şirketleri satın alıp onları büyütürük vatandaşlarına inovasyon motivasyonu yaratması gerekiyor.

EN BÜYÜK ŞİRKETLER BİLE SORUN YAŞIYOR

Boeing'in son dönemdeki en büyük inovasyonu olan 787 Dreamliner modelinde kompozit malzeme kullanarak ağırlığı azaltması ve bunun yakıt tüketimine de büyük etkisi olmasıydı. Ama bu inovasyondan alınacak çok önemli dersler var. Google'da araştırma yaparsanız Boeing 787 Dreamliner'ın aslında Mart 2008'de teslimatlara başlaması gerektiğini görürsünüz. Yani firma teslimatlarda 3 yıldan fazla gecikmiştir. Sorunların başında kompozit malzemelerin uçakla uyumu geliyor. Ama ne olursa olsun dünyanın en önemli şirketleri bile dünyanın geleceğini değiştirecek inovasyonlarda sorun yaşıyor. Bu da şirkete zaman ve paraya mal oluyor. Türkiye'de gözden kaçan konu işte bu. Şirketler çok sınırlı sermayeleri ile büyük



inovasyon hayali içinde yarışa giriyorlar ve sonrada acı reçete ile karşılaşıyorlar. Son dönemde yazılı basında elektrikli araba yaptığını söyleyen birçok Türk firmasının, hatta üniversitelerin adı geçiyor. Bir tane araba yaparak sonuca gidileceğini düşünmek büyük bir gaflet. O yüzdendir ki Think gibi güç elektroniği ve şasi konusunda 15 yıllık tecrübeye sahip bir firmayı satın almaya çalıştım. Bilgi ve tecrübeye sahip olmak için para ve zaman harcamanız gerekiyor. Hazır değeri satın almak ve daha ileri götürmek size çok önemli fayda sağlar.

TÜRK ŞİRKETLERE DUYURULUR!

Boeing fabrikasında gezerken 787 Dreamliner için üretimin sadece 3 gün süreceğini söylediler. Çünkü çok önemli parçalar ABD, Fransa, Japonya gibi ülkelerde üretilip fabrikaya birleştirilmeye gönderiliyor. Bu da Türk şirketleri için önemli bir mesaj olmalı. Bizdeki eğilim 'her şeyi kendimiz yapalım' şeklinde. Fabrikadan çıkarken açıkta park eden çokça tamamlanmamış 787 Dreamliner gördüm. Demek ki teslimatlar başlamamış. Her uçağın satış fiyatının 185 milyon dolar olduğunu kabul edersek, böylesine büyük bir maliyeti kaldırmak için gerçekten büyük olmak gerekiyor. Ben tüm bunları göz önüne alarak "Türkiye

kendi uçağını yapacak" söyleminin, şirket satın alma dışında gerçekleşemeyeceğini düşünüyorum. Boeing, çeliki ton başına yaklaşık 1000 dolar ödeyerek alıyor. Uçağı satarken de tonu için yaklaşık 850 bin ila 1 milyon dolar talep ediyor. Yani katma değeri neredeyse maliyetin bin katı civarında. Türkiye'de çelik işleyen ve satış yapan şirketlere duyulur.

İLK ŞART ÖZGÜVEN...

Dan Senor'un 'Start-up Nation: The story of Israel's Economic Miracle' kitabını okuduğumda da benzer duygulara sahip olmuştum. Kitap, İsrail'in nasıl başarılı şirketler çıkardığını anlatıyor. Bombaların patladığı, gerginliğin kol gezdiği bir coğrafyada başarılı şirketler çıkarabilen İsrail'in temelinde 'özgüven'in yattığını görüyorsunuz. Özgüven, motivasyonu tetikliyor ve inovasyon için gerekli şartlardan ilki oluşuyor. Gezi sonunda bende inanılmaz bir inovasyon motivasyonu oluştu. İnovasyon motivasyonu, dışarıdan desteklenen bir dürtü olsa da kişi ve firmaların genlerinde olan bir durum. Türkiye'de bu tür kişi ve firmalar çok fazla değil. İşte devletin yapması gereken, bu kişi ve şirketleri yakın takibe alıp onları desteklemek. Çünkü bu kişi ve şirketler Türkiye'nin geleceğini değiştirebilecek güce sahipler...

ÜLKER'İN GODIVA'YI SATIN ALMASI BİZLER İÇİN BİR GURUR KAYNAĞI... ANCAK BUNA İNOVASYON AĞIRLIKLIL ŞİRKETLERİ EKLEMELİYİZ. TÜRKİYE'NİN DÜNYA İNOVASYON LİGİNDE YÜKSELMESİ İÇİN YURTDIŞINDAKİ ŞİRKETLERİ SATIN ALIP ONLARI BÜYÜTMESİ GEREKİYOR

