



ECZİDER
"Eczacılığa Değer"

e-bülten

2025

Yıl 5 | Sayı 1

DÖRT DÖRTLÜK İNOVASYON

Değerli Eczacılar, Sevgideğer ve Saygıdeğer Meslektaşlarımız;

"Rakiplere Rağmen, Rakipsiz Olmak" istiyorsanız; Size, "Kaldıraç Etkili" bir Anahtar Sözcük öneriyorum:

"İnovasyon (Değer Taşıyan / Fayda Sağlayan Yaratıcı Yenilikçilik)"

İnovasyon olgusunu "dört dörtlük" nitelikte sürdürülebilir kılmak için, şu "Dört Unsur"un -bütünleşik biçimde- devreye girmesi gerekmektedir:

- Girişimcilik
- "Kalıpkıran (Yaratıcı, Kalıp Ötesi)" Düşünce
- İnovasyon
- İnovasyon Yönetimi

Bu "Unsur"lara ilişkin bir "kavram gezintisi"ne var mısınız?

Girişimcilik

Girişimcilik, "Düşleri 'Değer'e Dönüştürme" kararlılığı ve becerisidir. "Yenilik ve Değer Oluşturmaya Yönelik Etkinlikler Bütünü" biçiminde tanımlanabilir. "Yeni bir organizasyon kurarak veya faaliyet halindeki bir organizasyon içerisinde ("İç Girişimcilik"), risk alarak pazar fırsatlarını avantaja çevirmek için; bir İş Fikri'nin bir İş'e - Ürün'e - Hizmet'e dönüştürülmesi süreci" olarak da tanımlanmaktadır. *Girişimcilik; özünde, "Fırsat Avcılığı" ve "Değer Hasadı"dır.*

Girişimci; "Pazar'da mevcut bulunan fırsatları gözleyen ve saptayan, bu fırsatları ve tüketicide var olan "talep" / 'karşılammış talep' / 'kuluçka talep' profili'ni / İş Fikri'ne dönüştüren, kaynakları bir araya getirerek işletme kuran, risk alan kişi"dir. *"Kâr etme fırsatlarını keşfetmek ve kullanmak üzere 'tetikte olan' birey"dir.* Girişimci, "Girişimcilik Davranışı" sergiler: Bir fırsatı değerlendirmek, bir iş fikrini tanımlamak, gerekli kaynakları bulmak, daha sonra bir girişimi başlatmak ve sonuçlarını almak için gerekli olan 'etkinlikler bütünü'nü kararlılıkla ve tutarlılıkla sergilemek.

Girişimcilik Süreci'nin "Sıralı Basamakları" şunlardır:

1. Aşama: "İş Fikri" Oluşturma, Değerlendirme ve Olgunlaştırma;
2. Aşama: Ürün (Mal / Hizmet) Tasarımı;
3. Fizibilite Etüdü (Yapılabilirlik Çalışması);
4. Aşama: "İş Modeli" Planlaması;
5. Aşama: "İş Planı" Hazırlama;
6. Aşama: Ürün (Mal / Hizmet) Lansmanı;
7. Aşama: Büyüme ve İş (İlişki - Ürün - Pazar) Geliştirme.

İngilizce Literatür'de "**Pharmapreneurship**" olarak adlandırılan "Girişim Tabanlı Eczacılık" Terimi, "Girişimcilik Davranışı Sergileyebilen Eczacı"yı ifade etmektedir. "Girişimci Eczacı"; Eczacılık Hizmet Sunum Modelleri'nin Tasarımı, Eczacılık Sistemleri'nin Yapılanması ve Süreçleri, Eczacılık Hizmetleri ve Eczacılık Uygulamaları ile Eczacılık Çıktı / Çıktı Kazanımı Değeri konusunda girişimlerde bulunan Eczacı'dır.

“Kalıpkıran (Yaratıcı, Kalıp Ötesi) Düşünce”

İnovasyon’un “Hammaddesi / Kök Hücresi” olan “Kalıpkıran (Yaratıcı, Kalıp Ötesi) Düşünce”, şöyle tanımlanabilir:

- * Kalıpların ötesine geçebilmektir.
- * Alışılmışın dışına çıkabilmektir.
- * Olaylara “taze bir açıdan” bakabilmektir.
- * Kavramları “keşfedilmemiş” biçimde ilişkilendirmektir.
- * “Akıcı ve esnek” düşünebilmektir.

Sıklıkla kullanılan Kalıp Ötesi (Yaratıcı) Düşünce Teknikleri şunlardır:

TRIZ - “Yaratıcı Problem Çözme Teorisi” (isimlendirme, bu sözcüklerin Rusça karşılığının baş harfleridir). Genrich Altshuller tarafından 1946’da geliştirilmiştir. Bu yaklaşım, 200.000 Patent’in analizi sonucunda belirlenen “40 Temel İlke”ye ve “39x39 Çelişki Matrisi”ne dayanmaktadır.

SCAMPER -

- İkame Etmek, Yerine Koymak, Başkalaştırmak (Substitute)
- Birleştirmek, Bütünleştirmek (Combine)
- Farklı Tasarlamak, Uyarlamak (Adapt / Alter),
- Değiştirmek, Küçültmek-Azaltmak, Büyütmek-Çoğaltmak (Modify / Minify / Magnify)
- Başka Amaçlarla Kullanmak (Put to Other Uses)
- Sistemden Uzaklaştırmak, Devre Dışı Bırakmak (Eliminate)
- Yeniden Düzenlemek, Sıralamayı Değiştirmek (Rearrange / Reverse).

Beyin Fırtınası - “Alışılmışın dışına çıkan düşünceler”in de gündeme geldiği ‘ortak akıl çalışması’dır. 1950’li yıllarda ABD’de Reklâmcılık Sektörü’nde ortaya çıkmıştır. “Sıra Dışı Düşünceler / Alışılmış Ötesi Öneriler” eleştirilmez; dahası, bu gibi ifadeler yüreklendirilir.

İnovasyon

İnovasyon; “fiil” olarak, “İnovasyon Süreci”; “isim” olarak da, ortaya çıkan “İnovasyon Tabanlı Değer” anlamına gelmektedir. “İnovasyon”, kalıpkıran (yaratıcı, kalıp ötesi) düşünce’nin / yenilikçi iş fikri’nin “Değer”e dönüştürülmesidir. “Değer”, ‘ticarî değer’ veya ‘sosyal değer’ olabilir.

“İnovasyon Yolculuğu’nun Durakları”, şöyle özetlenebilir:

- * “Kalıpkıran (Yaratıcı, Kalıp Ötesi)” İş Fikri
- * İş Fikri’nin Değerlendirilmesi - Değerlemesi
- * İş Fikri’nin “Değer”e (“Fayda”ya) Dönüştürülmesi
- * “Değer”in (“Fayda”nın) Lansmanı, Pazarlanması ve Satışı

Yaratıcı Düşünce’den Lansman’a ‘Yolculuk’ yaklaşımlarından biri de, “**Evre-Geçit (‘Phase-Gate’: ‘Faz-Kapı’) Algoritması**”dır. Algoritma, “**Süreç Evreleri**” ve “**Karar (‘Tamam’ mı? / ‘Devam’ mı?) Geçitleri**”nden oluşmaktadır. İnovasyon Yol Haritası; “**Tünel**” değil, “**Huni**” biçimli olmalıdır. Başka bir anlatımla; Kaynaklar, “Öncelikli Projeler”e yönlendirilmelidir. Yol Haritası “Huni”ye dönüştürülürken, bazı projelerin “öldürülmesi” (sonlandırılması) gerekeceği unutulmamalıdır.

“Talep Odaklı olmayan” Eczane-İçi Girişimcilik ve İnovasyon çabaları; eline “Yara Merhemi” alıp, “Merhemi Sürececek Yara” aramak gibidir!..“Eczane-İçi Girişimcilik ve İnovasyon” Projeleri ve Programları, “(Karşılanmamış / Kuluçka) Talep Esası” olmak durumundadır. “(Karşılanmamış / Kuluçka) Talep Keşfi”, ancak **Nitel ve Nicel Pazar(lama) Araştırması Teknikleri**’nin kullanılması ile olasıdır.

İnovasyon Yönetimi

“İnovasyon Yönetimi Spektrumu”, şu Alt Başlıklar’ın “Bileşkesi”dir:

“ISO İnovasyon Yönetimi Standartları” Dizisi (ISO 56000 Ailesi: ISO 56000 - ISO 56011), Toplam İnovasyon Yönetimi, İnovasyon Liderliği, İnovasyon Yönetişim Sistemi, İnovasyon Politikası ve Stratejisi, İnovasyon Ekosistemi, İnovasyon Kültür İklimi, İnovasyon Temelli İş Modeli Tasarımı, İnovasyon Yönetimi Yetkinlik Çerçevesi, İnovasyon Tepe Yöneticisi Rol Tanımı ve Yükümlülükleri, İnovasyon Okuryazarı Entelektüel Sermaye, İnovasyon Odaklı İnsan Kaynakları Uygulamaları, İnovasyon Dostu Örgüt Yapılanması, İnovasyon Değer Zinciri, İnovasyon Tabanlı Çapraz (Bölümler Arası, Karma, Hibrit) Takım Çalışması, İnovasyon Süreci [‘Ön Uç’tan ‘Ticarileştirme’ye (Lansman’a) “İnovasyon Hunisi”] Yönetimi, “Yalın” İnovasyon Yönetimi, “Çevik” İnovasyon Yönetimi, İnovasyon Projesi Yönetimi, İnovasyon Projeleri Portföyü Yönetimi, “Açık İnovasyon” Yaklaşımı, Fikrî ve Sınaî Mülkiyet Yönetimi, İnovasyon Yönetimi Metrikleri ve Performans Karnesi, İnovasyon Yönetimi Olgunluk Düzeyi, İnovasyon Yönetimi’nde Mükemmellik Modellemesi, İnovasyon Yönetimi’nin Sürekli İyileştirilmesi, “İnovasyon Yönetim Sistemi”nin Diğer Yönetim Sistemleri (ör. “Kalite Yönetim Sistemi”) İle Bütünleştirilmesi.

“İnovasyon Tabanlı Eczacılık Girişimleri (‘Pharmapreneurship’) Odaklı Eczacılık Hizmetleri Çerçevesi” için; lütfen, “Kaynakça”daki 1. Kaynak’a (Kitap Bölümü’ne) bakınız.

Kaynakça

- 1) Üstel, İ., “Eczacılık Hizmetlerinde İnovasyon Tabanlı Girişimcilik ve İç Girişimcilik”. Özçelikay, G., Çalkuşu, M., Uzun, M.B., **“Eczacılıkta İşletme ve Yönetim”**, s. 99-146, Akademisyen Kitapevi (2023).
- 2) www.innovmngmt.com Web Sayfası - “Services” Sekmesi (erişim: 11.03.2025).

Prof. Dr. İsmail Üstel (PhD, MBA)

*MTC139 Türkiye İnovasyon Yönetimi ‘Ayna Komite’ Üyesi
“ISO 56011 İnovasyon Yönetimi Yetkinlik Çerçevesi” Standart Hazırlama
Uluslararası Çalışma Grubu Üyesi*

Dernek Üyelerimizin Akademik ve İdari Başarıları

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Barlas Uzun, Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane Eczacılık Fakültesi Dekan Yardımcılığı’na atanmıştır. Kendisini tebrik ediyoruz.



Dr. Öğr. Üyesi Merve Memişoğlu, İstinye Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Dekan Yardımcılığı’na atanmıştır. Kendisini tebrik ediyoruz.



Derneğimiz üyesi Ecz. Mine Zambak Canan Eczacılık İşletmeciliği Doktora programını tamamlamıştır. Kendisini tebrik ediyoruz.

İYİ BAYRAMLAR DİLERİZ...