

Bilgiyi İçselleştirme Kapasitesi

Bu başlık altında öncelikle; firma dışındaki kurum ve kuruluşlardan (rakipler, tedarikçiler, müşteriler, üniversiteler danışmanlar vs) firmanın olabildiğince çok farklı kanaldan bilgi toplama durumu incelenir. Firmanın, elde ettiği bilginin özümseme düzeyi, firma içerisinde ilgili birimler ile paylaşması, bu bilgilerin etkin bir şekilde sınıflandırılması, saklanması ve uygulamaya dönüştürüp dönüştürmediği incelenmektedir. Buna göre bulunulan sektörde yeni teknolojik trendlerin izlenmesi, dış kaynakların incelenmesi, yeni bilgilere ulaşmak için dış paydaşlarla görüşme sıklığı, ... gibi durumlara ilişkin stratejilere bakılır. Toplanan bilgilerle de firma stratejilerine yön vermesi, edinilen teknolojiyi ürüne uygulama yeteneğine sahipliği ve pazar dinamiklerini gözlemlemesi gibi olgular incelenir.

Risk Alma

Bu başlık altında firmada yönetim tarafından çalışanların risk-inisiyatif alıp alamadığı ve alıyor ise ne boyutta aldıkları ölçülmeye çalışılmaktadır. Çalışanların risk almaya/ inisiyatif kullanmaya teşviki, firma için yeni olan alanlara yönlendirilme düzeyi incelenir.

Dış Çevre ile İletişim

Bu bölümde firmaların dış paydaşlar ile olan iletişim düzeyi ölçülmeye çalışılmaktadır. Özellikle bu konuda firma içinde tanımlanmış görev ve sorumlulukların olup olmadığı ve bunun düzeyi tespit edilmeye çalışılmaktadır. Firma genelinde, çalışanların dışarıda sektörde piyasada olanlarla alakalı farkındalığı, bu konuda uyulan prosedürler ve sistemler ve teşvik mekanizmaları incelenir.

Firma İçi Diyalog

Bu bölümde firma içerisinde birimler ve bireyler arasındaki diyalogun düzeyi ölçülmeye çalışılmaktadır. Firma içerisinde bireyler ve birimler arasında etkin ve sürdürülebilir bir diyalogun olmadığı firmaların inovasyon' da başarı şansı yoktur. Bu konuda diyalogun artmasının teşvik edilmesi, çalışan grupları arasındaki iletişim düzeyinin tespiti, yöneticilerin iletişimi kolaylaştırma yönünde çabalarının yeterliliği ve farklı görevlerdeki kişilerin birlikte takım çalışması yapabilmesi yetkinliği ve bu konuda firma politikası ölçülmektedir.

Katılımcı Karar Alma

Bu başlık altında firmada alınan kararlara yöneticiler ile birlikte çalışanların da katılıp katılmadığı, önemli kararların nasıl ve hangi düzeyde alındığı ölçülmeye çalışılmaktadır. Yöneticilerin alınan kararlara çalışanları dahil etme sıklığı, şirket politikalarına çalışanların etkisi ve çalışanların alınan kararlara etkisi, katkı düzeyi incelenir.

Teknoloji Geliştirme Yeteneği

Bu başlık altında firmanın ne düzeyde yeni ürün ürettiği, sektördeki durumu ve firmanın önemli teknolojik gelişmeyi başarıp başarmadığı ölçülmeye çalışılmaktadır. Firmanın sektöründe yenilikçi, lider, buluşçu bir karakteri mevcut mudur bu incelenir.

Pazarlama Yeteneği

Bu başlık altında firmanın pazarlamadaki inovatif durumu, yeni yöntemleri uygulama düzeyi, farklı ve firmaya yeni müşteri kazandırabilecek stratejileri uygulama düzeyi ölçülmeye çalışılmaktadır. Firmanın Pazar araştırması, Pazar planları, reklam ve promosyon bütçesi gibi iş poliçeleri irdelenir. Fiyatlandırmada inovatif uygulamalar ve dağıtım ağının genişliği gibi olgular incelenir.

Tasarım Kabiliyeti

Bu bölümde firmanın yenilikçi ve yaratıcı tasarım yeteneği ölçülmeye çalışılmaktadır. Yeni tasarım fikirleri oluşturabilme, uygulayabilme, uzman personel bulundurma, tasarımı etkileyen trendlerin takibi, müşterileri tasarıma dahil edebilme öngörüsü, yeni ürün fikirleri edinme

İnovasyonun Türü

Bu başlık altında firmanın ne tür inovasyon yaptığı ve bu inovasyonu ne düzeyde gerçekleştirdiği tespit edilmeye çalışılmaktadır. Firma ürün yeniliğine mi, süreç yeniliğine mi daha odaklı olduğu incelenir.

▪ Süreç Yeniliği

Bir süreç yeniliği yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesidir. Bu yenilik, teknikler, teçhizat ve/veya yazılımlarda önemli değişiklikleri içermektedir. Örneğin; birim üretim veya teslimat maliyetlerini azaltmak, kaliteyi artırmak veya yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş ürünler üretmek veya teslim etmek üzere geliştirilen üretim yöntemlerini, mal ve hizmet üretmek amacıyla kullanılan teknikleri, teçhizatı ve yazılımları kapsar.

▪ Ürün Yeniliği

Bir ürün yeniliği, mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır. Bu; teknik özelliklerde, bileşenler ve malzemelerde, birleştirilmiş yazılımda, kullanıcıya kolaylığında ve diğer işlevsel özelliklerinde önemli derecede iyileştirmeleri içermektedir.

Örneğin; ürünün Mal ve/veya Hizmet olduğu dikkate alınır, ürün yeniliği için yeni bilgi veya teknolojilerden yararlanılabilir ya da mevcut bilgi ve teknolojilerin yeni kullanımlarına veya bunların bir kombinasyonuna dayandırılabilir.

Ar-Ge'ye verilen Önem

Bu bölüm altında firmanın özellikle üst yönetimi tarafından Ar-Ge'ye ne düzeyde bir önem verildiği ölçülmeye çalışılmaktadır. Ar-geyi teşvik edici bir ödül-prim ve inovasyon için kaynak ayırma politikası incelenir.

Sektörün Rekabet Durumu

Bu başlık altında firmanın içinde bulunduğu sektörün rekabet düzeyini ortaya koymaktadır. Rekabetin yoğun olduğu bir sektörde firmaların rekabet edebilmesi için inovatif yönü güçlü olmalıdır. Sektörün rekabet düzeyi ve ürün değişim oranı incelenir.

Yaratıcı Liderlik

Lider, firmanın stratejisini belirleyen uygulayan ve sürdüren kişidir. Lider, firma içerisinde hem aldığı kararlar hem de çalışanların motivasyonunu sağlama açısından çok önemli bir kişidir. Bu kapsamda yönetimin firma için ve departmanlar için yeni fırsatları arayışı, firmanın vizyonunu ilerletici ve herkesin katılımını sağlandığı bir görüş oluşturma yeteneği, çalışanların motivasyonunu destekleyici aksiyonlar yapabilme ,yol gösterici olma yetkinliği incelenir.

İnovasyon Performansı

Bu başlık altında firmanın genel inovasyon performansı ölçülmeye çalışılmaktadır. Özellikle firmanın inovasyon için ayırdığı kaynak ile inovasyon çalışmasından elde ettiği sonuç kıyaslanmaktadır. Bu kapsamda yeni ürün geliştirme performansı istenen hedefleri yakalayabiliyor mu, yeni ürünlerin geliştirilmesi için uygulanan programların başarıya ulaşma düzeyi ve rakiplere göre bunun kıyaslanması sağlanır.

İhracat Performansı

Bu başlık altında firmanın genel ihracat performansı ölçülmektedir. Bu ölçümede firmanın ihracattaki karlılığı, ihracatın artış düzeyi ve büyüme hızı incelenir.

Üniversite ile İşbirliği Düzeyi

Bu bölümde firmanın üniversite ile işbirliği yapıp yapmadığı ve işbirliğini hangi düzeyde ve derinlikte yaptığı ölçülmeye çalışılmaktadır. İnovasyon sürecinde firmaların üniversiteler ile işbirliği yapması ve bu işbirliğinde özellikle yeni ürün geliştirmeye odaklanması önemlidir. Bu kapsamda üniversite ile işbirliği düzeyi ve amaçları (laboratuvar imkanlarından faydalanmak, teknik bir problemi çözmek, yeni bir ürün geliştirmek, mevcut ürün kalitesini yükseltmek veya üniversite mezunu yeni, istihdam oluşturmak gibi) incelenir.

İnovasyon İçin Bilgi Düzeyi

Bu başlık altında farklı sorular ile firmanın inovasyon için gerekli olan teknik ve yönetsel bilgiye ve yeteneğe sahip olup olmadığı ölçülmeye çalışılmaktadır.

İnovasyon için İşbirliği Düzeyi

Bu başlık altında firmanın inovasyon için gerek gördüğü işbirlikleri kurup kurmadığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Firma bu kapsamda işbirliği kurabilme ve sürdürebilme yeteneği incelenir.

İnovasyon İçin Öz kaynak

Bilindiği gibi Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri riskli ve sermaye yoğun bir faaliyettir. Bu başlık altında firmanın Ar- Ge ve inovasyon çalışmaları için öz kaynak-finansman durumunun yeterli olup olmadığı ölçülmeye çalışılmaktadır.

Desteklerden Yararlanma Düzeyi

Gerek ulusal ve gerekse de uluslararası düzeyde Ar-Ge ve inovasyon finansal destekleri bulunmaktadır. Bu desteklerden firmaların yararlanması teşvik edilmektedir. Bu başlık altında firmaların bu desteklerden yararlanabilme düzeyi hesaplanmaya çalışılmaktadır. Bu kapsamda Ar-ge -hibe destekleri konularına hakimiyet ve bu desteklere hızlı bir şekilde ulaşabilme yeteneği incelenir.

Açık ve Kapalı İnovasyon

Bu başlık altında firmanın Açık ve Kapalı inovasyon modellerinden hangisini kullandığı tespit edilme çalışılmaktadır. Kapalı inovasyon modelini uygulayan inovatif firmalar dahi çok kısa sürede inovasyon yeteneklerini kaybetmektedirler. Bu nedenle firmaların açık inovasyona yönlendirilmesi önemlidir. Bu kapsamda firmanın tedarikçiler, müşteriler, rakipler, kamu ve diğer Ar-Ge merkezleri ile ilişki ve işbirliği düzeyi incelenir.

Pazarın Teknolojik Yapısı

Bu başlık altında pazarın teknolojik düzeyi ve yapısı ölçülmeye çalışılmaktadır. Teknolojik özellikleri bakımından hızlı değişen bir pazarda bulunan firmanın daha yenilikçi olması ve teknolojinin geleceğini tahmin etmesi beklenmektedir. Bu kapsamda pazardaki teknoloji değişim hızı ve yaşanan teknolojik gelişmelerin boyutu, fırsat yaratma düzeyi ve geleceğe dair öngörü yapılabilme imkanı incelenir.

Pazar Değişim Hızı

Bu başlık altında firmanın içinde bulunduğu Pazarın değişim hızı ve düzeyi tespit edilmeye çalışılmaktadır. Pazardaki değişimin hızlı olduğu bir sektörde çalışan firmanın bu değişime ayak uydurması gerekmektedir. Bunun için yeni yöntemlerin uygulanması önemlidir. Bu kapsamda pazardaki müşterilerin tercihlerindeki değişim, yeni müşteri ve mevcut müşteri ihtiyaçları arasındaki farklar ve müşteri tabanının değişkenliği incelenir.

Ticari Performans

Firmanın rakipleri ile kıyaslandığında toplam ciro, Pazar büyüklüğü ve karlılık oranı gibi değerler gözlenerek firmanın genel ticari performansı incelenir.