

Bir Fikir Yönetimi Sisteminin Gerçeklenmesi

Özet: Son zamanlarda bilgi toplumu olarak adlandırılan toplumsal yapımız içerisinde birçok işletme çalışmalarını sürdürmektedir. Söz konusu bu işletmelerin, küreselleşen rekabet ortamında devamlılıklarını sağlayabilmeleri ve başarı elde edebilmeleri için yenilikçi olmaları, yeni ürün veya hizmet yaratmaları ve yeni satış geliştirme yolları arayıp bulmaları gerekmektedir. Yenilik üretmenin ilk aşaması yeni bir fikrin ortaya çıkmasıdır. Bu çalışmanın birinci bölümünde, yeniliğe ulaşabilmek için ne tür bir anlayış içerisinde bulunulması gerektiği ve yeniliğin çeşitleri ele alınmıştır. İkinci bölümde, ortaya çıkabilecek her türlü yeni fikre önem veren fikir yönetimi sistemleri incelenmiş ve yenilik üretmek için gerekli olan işlemlerin stratejik önemi vurgulanmıştır. Fikir Yönetim Sistemlerinin sahip olabileceği veri modelleri üzerinde durulduğu üçüncü bölümde bu sistemlerin yaşam döngülerine ve aktörlerine yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, bir fikir yönetimi sistemi seçilirken nelere dikkat edilmesi gerektiği, seçilen fikir yönetim sistemlerinin karşı karşıya kaldığı ortak başarısızlık durumları ve bu durumlar ile ilgili çözüm önerileri bulunmaktadır. Beşinci ve son bölümde elde edilen bilgiler çerçevesinde bir fikir yönetimi sistemi gerçekleştirilmiş ve sahip olduğu mimarinin açıklamasına yer verilmiştir.

Anahtar sözcükler: yenilik, fikir yönetimi sistemi, bilgi

Idea Management Systems

Abstract: Recently, there are many corporations that have been operating in our social structure which is considered as information society. Corporations in question should be innovative, create new products or services and search for new sales strategies to provide continuity and succeed in the globalized competitive environment. First step to produce innovation is occurrence of a new idea. In the first section of this study, what kind of perception is necessary to access innovation and the types of innovation is explained. In the second section, idea management systems that pay attention to all kinds of new ideas are examined and the strategic importance of necessary processes to produce innovation is emphasized. In the third section, data models that idea management systems have, life cycles and actors of these systems are explained. In the fourth section, selection of idea management systems, common reasons for failure of these systems and solution suggestions to those failure reasons are examined. In the last section, the idea management system is realized by means of information gained and explanation of the architecture is stated.

Keywords: Innovation, idea management system, information

1. Giriş

Gelişen endüstrilerin en temel gereksinimi, yaratılması gereken ürünler, hizmetler veya yöntemlerdir. Diğer işletmelere göre daha avantajlı bir konumda olabilmek ve müşterilerin beğenisini kazanabilmek için yenilik üretmek gerekir. Bir yeniliğin ortaya çıkabilmesi için fikirlere sahip olmak en önemli itici güçtür. Bu yüzden, yeni fikir gereksinimlerini gidermek ve belirlenen hedeflere hızlıca ulaşmak amacı ile yazılımsal çözümler kullanılmaya başlanmıştır. Fikir yönetimi sistemi olarak bilinen bu yazılım uygulamaları ile yeniliklerin daha hızlı bir şekilde ortaya çıkması hedeflenmektedir. Söz konusu yazılımlar, işletme içerisindeki performansı arttırmakla beraber yaratılan fikirleri depolayarak bir nevi şirket belleği oluşmasını sağlamaktadır.

2. Yenilik, Fikir ve Yaratıcılık

Bu bölümde, yenilik kavramı ile ilgili tanımlar ortaya konarak yeniliğe ulaşmanın yolları ve yenilik çeşitleri anlatılmıştır.

2.1 Yenilik Anlayışı

İşletmeler karşı karşıya kaldıkları problemlerin çözülmesini sağlamak ya da gereksinimlerini ortadan kaldırmak için benzersiz veya önemli şekilde geliştirilmiş fikirleri kullanırlar. İç ve dış ilişkilerini şekillendirmek isteyen bu iktisadi birimler, geliştirdikleri fikirleri hayata geçirerek yeni ürün, süreç veya yöntem elde ederler.

OECD ve Eurostat ortak yayımı olan Oslo Klavuzu'na göre yenilik veya birçok kaynakta yer aldığı gibi yenilik (inovasyon); "işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi" şeklinde açıklanmıştır [1].

2.2. Yenilik Çeşitleri

Yeniliğin planlanan şekilde gerçekleşmesi için gelişen olay ve hareketler dizisi karmaşıklığa neden olabilmektedir.

Yenilik çeşitleri şöyle sıralanabilir;
Ürün Yeniliği, Süreç Yeniliği, Pazarlama Yeniliği, Organizasyonel Yenilik, Düzen Bozucu Yenilik, Deneyim Yeniliği, Uygulama Yeniliği, Alt Pazar Yeniliği, Açık Yenilik, Kesişimci Yenilik

2.3. Yeniliğin Sahip Olduğu Yetenekler

Yenilik sürecinin anahtar bileşeni şirketlerin yeniliği destekleyen şartlara ve davranışlara olan yatkınlığı olarak düşünülebilir. Firmanın yenilik kültürünü geliştirmesi, yenilik oluşturma yeteneğinin artmasına neden olacağı bilinmektedir. Yenilik kültürü içerisinde başarılı bir yeniliğin bağlı olduğu beş yetenek aşağıdaki şekilde sıralanabilir;
Hayal Gücü Yeteneği, Bilgi Yeteneği, Sosyal Yetenek, Girişimcilik Yeteneği, Sinerji Yeteneği

2.4. Yenilik Oluşumunda Rol Oynayan Etkin Elementler

Yenilik oluşturmak ve bu sürecin içerisinde yer almak isteyen organizasyonların yatkın olması gereken bir takım unsurlar vardır. Literatüre göre, yenilik oluşturmak için gerekli üç etkin element aşağıda tanımlanmaktadır [2].

2.4.1 Girişimcilik

Devletlerin ve ona bağlı işletmelerin büyüyebilmesi ve rekabet etme seviyelerini arttırabilmesi için gerekli olan yenilik, girişimcilerin ortaya koyduğu bir eylemin sonucunu oluşturmaktadır [3]. Şahıs veya tüzel kişilikler, yenilik yaratmak veya gelir elde edebilmek için yakalanan fırsatları kullanmak isterler. Bu amaçla ortaya koydukları konsantrasyon ve gerçekleştirdikleri hareketler girişimcilik olarak tanımlanabilmektedir [4].

2.4.2. Organizasyon Kültürü (Örgüt Kültürü)

Kültür, bazı insanları belirli bir gruptan ayırmak için kullanılan önemli unsurlardan biridir [5]. Organizasyon içi iletişim ve çalışanlar arası ilişkilerde organizasyon kültürünün oldukça önemli rolü vardır. Kültür, takım olmayı ve beraber hareket etmeyi sağlayan duyguları geliştirir. Çalışanları birbirlerine ve çalıştıkları firmaya yakınlaştırır [6].

2.4.3. Yaratıcılık

Temeli düşünce olan ve başarılı yenilikler ortaya koyabilmek için kullanılan yaratıcılık süreci, ortaya atılmış fikirlerin toplanmasının ardından bunlar üzerinde gerekli değişikliklerin ve bir araya getirilme eylemlerinin uygulanmasından oluşmaktadır [7].

Birbirine anlam olarak sıklıkla karıştırılan yenilik ve yaratıcılık kavramları eş anlamlı değildir. Yenilik, oluşturulan değerli fikirlerin ürün ve hizmet olarak ortaya çıkmasını veya yeni fikrin finansal yapıya çevrilme sürecini kapsarken yaratıcılık ise fikirlerin oluşturulma süreci ile alakalıdır [7].

3. Fikir ve Fikir Yönetimi Sistemleri

Bu bölümde, değerli fikirler elde edebilmek amacı ile uygulanması gereken yöntemler ortaya konarak bu fikirlerin daha elverişli hale gelebilmelerini sağlayan fikir yönetim sistemleri ele alınmıştır.

3.1. Fikir Elde Etme Yöntemleri

1950'den sonra yenilik ile alakalı bir dizi çalışma yapıldığı gözlemlenmektedir. Başlangıçta yenilik kavramı, organizasyonların iç ve bilgi kaynaklarına bağlı şekilde yürütülmektedir. Bu bağlılık yapısı için ürün geliştirme faaliyetlerinin tamamı dâhil olmak üzere birçok faaliyeti bünyesinde yürüten dikey üretim modeli olduğu söylenmektedir. Ancak piyasaların küreselleşmesi ile birlikte işçi hareketliliğinin artışı sağlanmıştır. Bu nedenle yatay üretim modeline doğru ilerleme kat edilerek açık yenilik kavramının ortaya çıktığı belirtilmektedir [8].

Chesbrough'un belirttiği gibi "açık yenilik, firmaların sahip oldukları teknolojiyi ilerletmek için iç ve dış fikirleri ve iç ve dış piyasa politikalarını kullanmak zorunda olduğunu varsayan değerler kümesidir." [9].

Yenilik oluşturmak için gerekli fikirlere kullanıcıların katılımı ile ulaşılmasını amaçlayan bir takım pratik yaklaşımlar bulunmaktadır:

3.1.1. Lider Kullanıcıların İlgisi

Ürün, teknoloji veya hizmetin kitlesel kullanıcılarından önce ihtiyaçlar ile karşı karşıya kalan ve çözümlerden faydalanmak için bekleyen kullanıcılar, lider kullanıcılar olarak tanımlanmaktadır. Von Hippel'e göre aslında lider kullanıcılar, kitleler kullanmaya başlamadan evvel yeni ürün veya teknolojiyi benimseyenlerdir [8].

3.1.2. Fikir Yarışmaları

Kullanıcıların yenilik yaratma sürecine aktif katılımlarını sağlamak ve problem çözme etkinliklerine entegre etmek için iyi detaylandırılmış bir yöntem olduğu savunulmaktadır.

3.1.3. Bilgi Sımsarlığı Topluluğu

Söz konusu topluluk, yenilik sürecinde yer alan fikir yakalama ve konsept geliştirme aşamasında örgütlere destek oldukları gözlemlenmiştir. Bilgi sımsarlarının ana fonksiyonları aşağıdaki şekilde listelenmektedir.

- İyi fikirleri yakalama.
- Fikirleri canlı tutma.
- Eski fikirlerin yeni kullanımlarını hayal etme.
- Test için umut verici kavramlar yaratma [10].

3.2. Fikir Yönetimi Sistemleri

Çalışanların fikirlerini yakalamanın eski bir yöntem olduğu herkesçe bilinir. Birçok firma, kafeterya ya da buna benzer ortak alanlarda, öneri kutusu adı altında kullanılan sistemler ile karşılaşmak mümkün olabilmektedir. Birileri, belirli zamanlarda bu kutu içeriğini alıp gelecekte işe yarayabilecek olan önemli fikirleri kayıt altına alıyordu. Fairbank ve Williams'a göre bu tür uygulamalar katılımcıların motivasyonunu arttırmak ve heveslendirmek için başarısız olarak kabul edilmektedir. Teknolojinin de yardımı ile bu eski moda öneri kutuları, daha gelişmiş ve aktif olan elektronik fikir yönetimi sistemlerine dönüşmektedir [11].

3.2.1. Fikir Yönetimi Sistemi Fonksiyonları Ve Modelleri

Bu bölümde fikir yönetimi sistemlerinin sahip olması gereken genel özellikler ve bu özelliklere sahip sistemlerin çalışma modelleri hakkında bilgiler sunulacaktır.

Fikir, yaratıcılık sürecinin sonucudur. Fikir yönetimi sistemi ile organizasyon bünyesindeki yaratılabilir tüm fikirlerin ulaşılabilir, değerlendirilebilir ve ödüllendirilebilir olmasıyla alakalı tüm hareketler gerçekleştirilebilir. Ortaya Fikir yönetim sistemleri, yapısal görünümünden uzaklaşıp konu ve aktör arasındaki ilişkiye odaklanmış yeni bir çevre veya bağlam

çıkan fikirlerin not edilmesi, ölçülmesi ve sonunda uygulanabilir bir hale getirilmesini sağlamaktadır. Sistemin sahip olduğu bilimsel özelliklere ek olarak fikir yaratıcılarının ödüllendirildiği sosyal bir tarafı da bulunmaktadır [11]. Fikir yönetimi sistemi, zaman kısıtlamalı fikir üretim kampanyası şeklinde bir yapıya sahip olabildiği gibi fikirlerin sürekli ele alındığı bir yapıda da olabilmektedir [12].

E-mail ve daha gelişmiş web temelli sistemlere sahip olan bu sistemler kullanıcıların fikirlerini paylaşımlarını, yorum yapmalarını ve fikirlerin derecelendirmelerini sağlamaktadır.

Küçük ve orta ölçekli firmalarda, fikir yönetiminin ilk etkin kullanımı özel e-posta adresleri ile çalışanların fikirlerini ilan ettikleri yapıdır. Önceden belirlenmiş bir ekip, genellikle tüm fikirleri inceler ve hangilerinin geliştirilebileceği konusunda karar vermektedir. Yelpazenin diğer ucunda ise daha fazla şirket yenilik sürecini desteklemek için tasarlanmış bir dizi özellik ile donatılmış fikir yönetimi ürünleri kullanmaktadır.

Piyasadaki birçok fikir yönetimi ürününün aşağıdaki fonksiyonlara sahip olduğu görülmektedir.

- a- Fikirlerin sosyalleşme aracı.
- b- Fikirleri yakalama aracı.
- c- İnsanların fikir yaratmasını ve fikirler arasında ilişki oluşmasını sağlayan bir işbirliği aracı.
- d- Ödül araçları.
- e- Fikirler arasında en fazla öne çıkanı belirlemek adına fikir görüntüleme aracı.
- f- Raporlama araçları.

Bu sistemler, fikir yönetimi sürecini geliştirmek için yukarıdaki maddelere ilave olabilecek birçok özelliğe daha sahip olmaktadır. Örneğin yeni fikirlerin e-posta bildirim, otomatik olarak ortaya çıkan ödül şemaları ve yaratıcı düşünceye destek veren daha birçok hizmet söylenebilir [13].

Fikir yönetimi sistemlerinin, fikirleri yakalamak ve işlemek amacı ile aşağıda belirtilen iki modeli kullandığı öne sürülmektedir: Öneri Şemaları, Fikir Kampanyaları

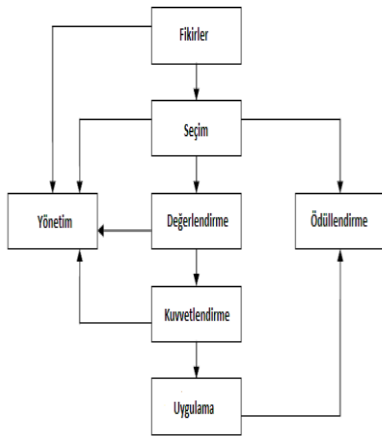
Öneri şemaları için başlangıcından itibaren 12-18 ay içerisinde başarısızlığa uğramaya mahkûm olduğu düşünülmekte iken fikir kampanyaları için sürdürülebilir bir yenilik programı olduğundan daha etkin çalıştığı düşünülmektedir.

oluşturmaktadır. Gaspersz'in kum saati modelinde fikir yönetimi üzerine bir odak noktası vardır. Gaspersz'in bu sistemine göre bir fikrin

evrilebilmesi için beş aşama bulunmaktadır (Şekil 3.1). [11]

- 1- Fikirlerin ortaya çıkması
- 2- Seçim
- 3- Değerlendirme
- 4- Kuvvetlendirme
- 5- Uygulama

Yukarıdaki aşamalara yardımcı olabilmek için 2 önemli unsur daha bulunmaktadır. Şekil 3.1’de görülen yönetim ve ödüllendirme evreleri, sistem işleyişini sağlayan önemli maddeler oldukları için Gaspersz modeline dâhil edilmiştir.



Şekil 3.1 Gaspersz Fikir Yönetimi

Bu modele göre; ilk aşamada katılımcıların fikirleri toplanarak kayıt edilmekte ve ikinci aşamaya geçildiğinde toplanan fikirler belirlenen kriterlere göre ele alınmaktadır. Değerlendirme sonucunda ortaya çıkan başarılı fikirler üçüncü ve son bölüme aktarılarak uygulanma ve gerçekleştirilme evresine dâhil edilmektedir. Fikir yaratma ve yakalama sürecinin yaratıcılık ve çok yönlülük içeren bir zaman dilimi olduğu bilinmektedir. Bu aşamada; yeni fikirlerin yaratıldığı ve sistemin bazı formlar aracılığı ile fikirleri yakalama işlemini gerçekleştirdiği gözlemlenmektedir. Çoğunlukla söz konusu sistem, yazılım tabanlı bir fikir yönetimi sistemi olarak yapılandırılmış olabilmektedir [14].

Fikir geliştirme ve yöntemi aşaması, fikirlerin eleştirisel olarak yorumlanması, değerlendirilmesi, elenmesi ve öncelik sırasının belirlenmesi gibi safhaları içermektedir. Birden çok bakış açısının ve farklı düşünme tarzının ortaya çıkmasını sağlayan iş birliği mantığı, fikir geliştirme ve yönetimini önemli bir hale getirmektedir. Bu sürecin bir diğer önemli bileşeni ise istikrarlı bir şekilde farklı düşünce oluşturma yeteneğidir.

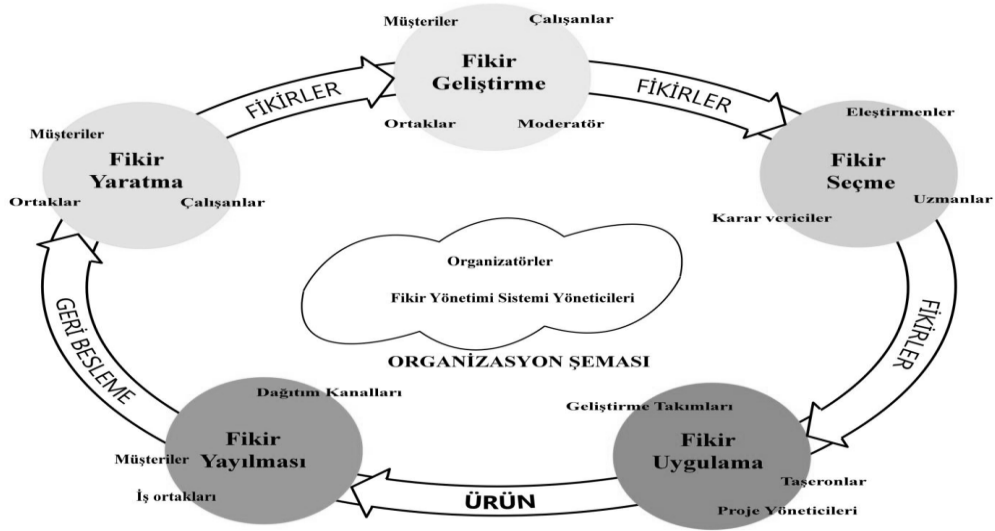
Yenilik yaratmak için grup çalışmasının uygun olmadığı düşünülmektedir. Grup üyelerinin aynı fikir ve sonuçlar üretmek gibi eğilimlerinin olduğu ve aynı zamanda grup üyeleri arasında gelişen çatışmaları önlemek amacı ile iyi yönetilmeleri gerektiği gözlemlenmektedir. Fikirleri kademeli ve etkili bir şekilde kategorize etmenin gerekliliği savunulmaktadır. Bu ancak önceden tanımlanmış kategoriler ve sosyal etiketleme yeteneği ile mümkün olabilmektedir. Büyük ölçekli kuruluş ya da kamu ortamlarında fikir karmaşıklığını ortadan kaldırmak ve fikirlerin değerini belirlemek için derecelendirme ölçekleri geliştirilmenin önemli olduğu bildirilmektedir.

Fikrin uygulanması, fikrin gerçekleştirilme evresini kapsamaktadır. Fikirler geliştirilme aşamasından uygulama aşamasına geçtiklerinde karşılaştıkları bir takım problemler olmaktadır. Genellikle geliştirme süresince ortaya çıkan bu aksiliklerin özel problemler olabileceği gibi yeni özellikler hakkında da olabileceği görülmektedir. Bu nedenle; sorunları yakalamak ve çözmek için gerekli olan fikirleri üretebilmek için en etkili yöntemin fikir yönetimi sistemleri olduğu savunulmaktadır. Ayrıca organizasyonun ihtiyaç duyduğu geri beslemeleri de yapan bu sistemin yeni sorunların tanımlanması ve yeni fikirler oluşturularak sürecin başlangıcında da etkin olduğu belirtilmektedir.

4. Fikir Yönetimi Sistemi Yaşam Döngüsü

Bu bölümde, fikir yönetim sistemlerini yaratırken kullanabilecek veri modellerine örnekler verilmektedir. Westerski ve arkadaşlarına göre bir fikir yönetimi sistemini yaratabilmek amacı ile gerek duyulan veri yapısını modellemek için aşağıda belirtilen hazırlıkları yapmak gerekmektedir.

- Operasyonel fikir yönetimi sistemleri tarafından kamuya sunulan verilerin analizi yapılmalıdır. (Örneğin Dell IdeaStorm, myStarbucks gibi sistemler.)
- Değerlendirme sürecini test edebilmek amacı ile ticari bir Semantik Web sistemi ile çalışmak. (Örneğin Atos PGI 2.0.)
- Sunumlar, yayınlar ve konferanslar takip edilerek sanayi durum analizi çalışması yapılmalıdır.
- Fikir Yaşam Döngüsü tanımı üzerine araştırma yapılmalıdır.



Şekil 4.2 Fikir Yaşam Döngüsü.

Yukarıdaki maddelere dayanarak, bir fikir yönetimi sistemi tasarlamak için gerekli modelin temel kavramları şunlardır:

- Fikir Yaratma (fikir başlığı, özeti, oluşturulma ve değiştirilme tarihleri, ekleri ve sınıflandırması vb.)
- Fikir Geliştirme (yapılan yorumlar, kullanıcı oyları, fikir sürümleri vb.)
- Fikir Seçme (sistem içi yorumlar, ölçümler, analizler ve değerlendirmeler)
- Fikir Uygulama (seçilen fikirlerin ürün/hizmet olma süreçleri)
- Fikir Dağıtım (Yapılan yatırım ile alakalı geri dönüş, toplam maliyet gibi sık kullanılan ölçümler)[15].
- Modern Fikir Yönetimi Sistemleri tekrarlanabilen bir iş akışına sahiptir. Ancak yapılan bu tekrarlar, ürün ve araştırma projesinin yapısına bağlı olarak küçük miktarda değişimler gösterebilir. Tanımlanmış bu Fikir Yaşam Döngüsünü elde etmek ve safhaların birbiri ile olan etkileşimini netleştirmek için birtakım grafikler kullanılmıştır.

Bu grafiklerde kendini yineleyen iş akışını görmek mümkündür [16]

5. Bir Fikir Yönetimi Sisteminin Gerçeklenmesi

5.1. Fikir Yönetimi Sistemi Kapsamı

Web teknolojileri üzerine kurulacak olan fikir yönetimi sistemi, önceden tanımlanmış problemlere çözüm sunabilecek fikirlerin depolanması, değerlendirilmesi ve uygulanması süreçlerini kapsamaktadır. İlk etapta, sistemi kullanarak fikirlerini paylaşmak isteyen kullanıcıların veya

sistemin iş akışına uygun bir şekilde çalışmasını sağlayan yönetici statülü kişilerin kayıtlı olması gerekmektedir. Tanımlı kullanıcılar, belirttikleri bilgiler ile sisteme giriş yaptıktan sonra problem ve beklentilere bakıp fikirlerini bildirirler. Her kullanıcı fikir belirtmek zorunda değildir. Bazıları, yaratılmış olan fikirlere yorum yaparak veya oylamaya katılarak fikirlerin gelişmesine yardımcı olabilmektedir. Gelişen fikirler, elde ettikleri beğeni sayısına göre listeler oluşturur. İhtiyaç duyulan çözüm sayısına göre, listenin en tepesindeki fikirler uygulama sürecine dahil edilir. Yaratılan fikirler ile ilgili geri bildirimleri de toplayan sistem, fikir yaşam döngüsünü bu şekilde tamamlamış olur. Fikir yönetimi sistemi, döngünün başlangıcından bitişine kadar gerek duyulan tüm işlem ekranlarına sahiptir.

Kullanıcıların sistem içerisindeki bu hareketlere kısa yoldan erişebilmesini sağlamak amacıyla yardımcı menüler bulunur. Bu yapıyı oluşturan başlıklar, kullanıcıların olağan eylemlerini gerçekleştirme için kolaylık sağlamakla beraber yöneticilere de yardımcı olmaktadır. Bu sayede, fikir talep edebilmek için gerekli olan konu ve yarışmaların yaratılması, düzenlenmesi gibi sistemin ihtiyaç duyacağı tüm birimler, kurum ve kuruluşlara göre şekillenebilmektedir. Kullanıcı ve yönetici yetkinliğine sahip kişilerin fikir yönetimi sistemi içerisindeki etki alanları birbirinden farklıdır.

5.1.1. Kullanıcı Senaryosu

Basit bir kullanıcı, fikir yönetimi sistemi içerisinde aşağıdaki şekilde etkinliğini sürdürebilir.

- Kullanıcı sisteme kayıtlı değil ise kendisini tanıtabilmek için kayıt sayfasındaki bilgileri doldurur veya kullanıcılar, sistem yönetici tarafından eklenebilir.
- Kullanıcı adı ve şifresi bulunan kullanıcı bu bilgileri girerek oturum açabilir.
- Başarılı şekilde giriş yapan kullanıcı açılış sayfasına yönlendirilir.
- Açılış sayfasından işlem seçimini yapabilir. (Konu ve yarışmaları farklı özelliklere göre listeleme, seçilen konu/yarışma sayfasını açma, fikir belirtme, kayıtlı fikirleri oylama ve yorum yapma, anahtar kelime belirterek arama yapma, yönetim ile iletişime geçme)

5.1.2. Yönetici Senaryosu

Yönetici olarak tanıtılmış bir kullanıcı, fikir yönetimi sistemi içerisinde aşağıdaki şekilde etkinliğini sürdürebilir.

- Kullanıcı sisteme kayıtlı değil ise kendisini tanıtabilmek için kayıt sayfasındaki bilgileri doldurur veya kullanıcılar, sistem yönetici tarafından eklenebilir.
- Kullanıcı adı ve şifresi bulunan kullanıcı bu bilgileri girerek oturum açabilir.
- Başarılı şekilde giriş yapan kullanıcı açılış sayfasına yönlendirilir.
- Açılış sayfasından işlem seçimini yapabilir. (Konu ve yarışmaları farklı özelliklere göre listeleme, seçilen konu/yarışma sayfasını açma, fikir belirtme, kayıtlı fikirleri oylama ve yorum yapma, anahtar kelime belirterek arama yapma, yönetim ile iletişime geçme)
- Yönetim ana sayfasına erişebilir.
- Yönetim sayfasından işlem seçimini yapabilir. (Konu/yarışma başlıkları oluşturma ve düzenleme, başlık kategorileri oluşturma ve düzenleme, kullanıcı ekleme ve düzenleme, fikir değerlendirme ve fikir seçme sayfalarına erişim.)

Ana yöneticinin kararına bağlı olarak yöneticilerde kendi içerisinde kategorilere ayrılabilir. Eleştirmenler, uzmanlar, karar vericiler gibi roller örnek verilebilir.

5.2. Fikir Yönetimi Sistemi Gerçeklenmesi

5.2.1. Fikir Yönetimi Sistemi Veri Tabanı Modeli

Fikir yönetimi sistemlerinin sahip olması gereken iş akış şekillerine göre ve sahip olması beklenen fonksiyonlara uygun olarak veri tabanı modeli gerçekleştirilmiştir.

5.2.2. Fikir Yönetimi Sistemi Yazılım Süreci

Fikir yönetimi sisteminin veri tabanını oluşturduktan sonra Visual Studio 2010 programı kullanılarak ve C# programlama dili seçilerek uygulama yaratılmıştır. Söz konusu proje, Core, Domain, Dto, Enums, Repository, Service, UI ve Validation olmak üzere 8 katmandan oluşmaktadır.

5.2.3. Fikir Yönetimi Sistemi Ekranları

Uygulamanın web arayüzü, güvenli ve hızlı olduğu için Microsoft Asp.Net (Active Server Page. Net) teknolojisi ile oluşturulmuştur. Sistemin ihtiyaç duyduğu bilgilerin alınması veya mevcut bilgilerin kullanıcılara gösterilmesi, bu teknoloji ile hazırlanan sayfalar aracılığı ile yapılmıştır.

Projenin web ara yüzü kullanıcı ve yönetici olmak üzere iki bölüme ayrılmıştır.

5.2.3.1. Kullanıcı Sayfaları

Temel işlemleri yapabilmek adına oluşturulan sayfalar listesidir. Kullanıcı adı ve şifreye sahip her kullanıcının yapabileceği işlemleri temsil etmektedir.

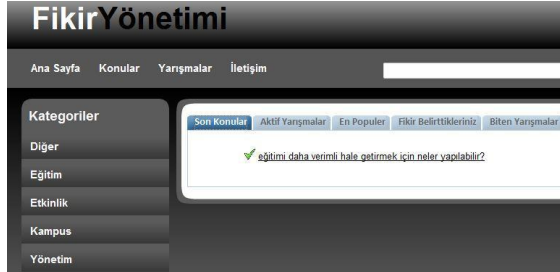
A. Fikir Yönetimi Sistemi Kullanıcı Giriş Sayfası

Sisteme kayıtlı kullanıcıların, kullanıcı adı ve şifre bilgilerini girerek sisteme kendilerini tanıttıkları sayfadır. Kullanıcı daha önce kayıtlı değil ise üye olmak istediğini belirterek gerekli bilgileri doldurur.

B. Fikir Yönetimi Sistemi Kullanıcı Ana Sayfası

Kullanıcılar sisteme başarılı bir şekilde giriş yaptıktan sonra önceden tanımlanmış ana sayfaya yönlendirilmektedir. Bu sayfada zaman kaybını en aza indirmek ve odak sorununu ortadan kaldırmak için; tanımlanmış son konular, yeni yaratılan yarışmalar, kullanıcılar tarafından en çok rağbet gören başlıklar, giriş yapmış olan kullanıcının fikir belirttiği başlıklar ve süresi bitmiş yarışma sonuçlarının listelendiği bölümler hazırlanmıştır (Şekil 5.1). Kullanıcı ana sayfasının sol tarafındaki bölümde, belirli bir gruba ait konu

ve yarışmaları kolayca görüntüleyebilmek için gerekli menü bulunmaktadır. Kullanıcılar daha az bilgi sahibi oldukları bir veriye ulaşmak isterse, belirli bir anahtar kelimeye göre arama yapabilir ve sonuçları görüntüleyebilmektedir.

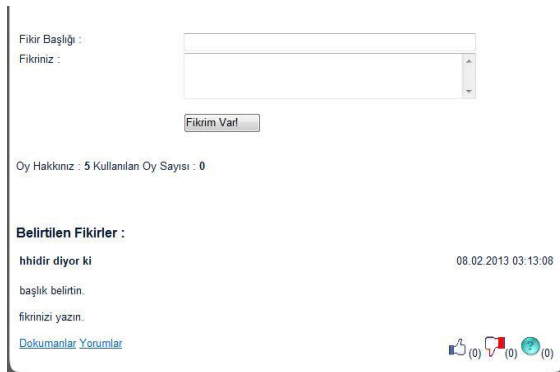


Şekil 5.1 Fikir Yönetimi Sistemi Ana Sayfası

C. Fikir Yönetimi Sistemi Konu – Yarışma Bilgi Sayfası

Ana sayfada listelenen konu listesinden fikir sahibi olunan veya incelenmek istenen konu seçebilmektedir. Sistem, konu detayına ulaşabilmek adına kullanıcıyı başka bir sayfaya yönlendirmektedir.

Bu sayfada ilgili konunun veya yarışmanın açıklamaları ve kayıt altına alınmış fikirler listelendiği gibi yeni bir fikrin yaratılması için gerekli alan da yer almaktadır. Ayrıca belirtilen fikirlerin beğeni durumlarını temsil eden araç çubuğunda seçenekler sıralanmıştır (Şekil 5.2.). Kullanıcı kendi yaratmış olduğu fikir hakkında beğenisini ifade edememektedir.

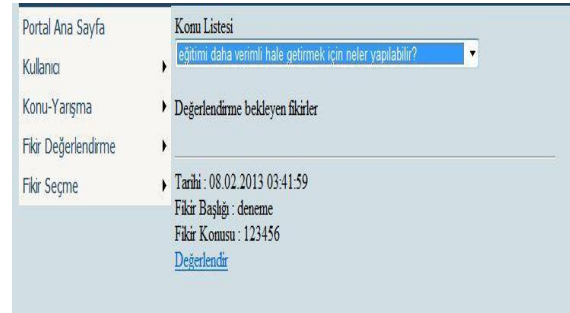


Şekil 5.2. Fikir Yönetimi Sistemi Fikir Alanı

5.2.3.2. Yönetici Sayfaları

A. Fikir Yönetimi Sistemi Fikir Değerlendirme Sayfaları

Yaratılan her fikir, sistemde hemen listelenmemektedir. Fikrin geçerli olup olmadığına, yönetici veya fikir seçici rolü ile görevlendirilmiş kullanıcılar tarafından karar verilmektedir. Bunu nedenle, yeni yaratılan fikirlerin listelendiği sayfa aracılığı ile değerlendirilmeyi bekleyen fikirlere erişim sağlanmıştır. İlgili sayfa içerisinde, yeni yaratılan fikirler hangi konuya ait ise listelenmektedir. Konu seçimi yapıldıktan sonra görevli kullanıcıya değerlendirilmeyi bekleyen fikirlerin listesi sunulmaktadır (Şekil 5.3).



Şekil 5.3. Fikir Yönetimi Sistemi Değerlendirme Sayfası

Tablo 5.1'de önemli bulunan 3 fikir yönetim sisteminin genel özellikleri ile Gerçeklenen Fikir Yönetimi Sisteminin karşılaştırılması verilmiştir. Burada geliştirilen sistemin diğerleri gibi tek yapmadığı eylem fikirlerin puanlanmasıdır. Bu puanlama uzman görüşü ile yapılabilir. Bu konunun değerlendirmeye etkisi çok olacağından eklenmesine g Şüphesiz güncel bir çalışma alanı olan bu konuda çalışmalar devam etmekte, serek duyulmamıştır. Sürekli gelişen mevcut sistemlere yeni geliştirilen sistemler eklenmektedir. Bu tablonun geçerliliği de yakın zaman kalmayacaktır.

6. Sonuç

Fikir yönetimi sistemlerinin fikir toplamada ve problemleri çözmeye sergilediği genel yaklaşımın, fikir havuzu olduğu gözlemlenmektedir. Birçoğunda, süre sınırlamalı yarışma düzenleme veya sınırlama koymaksızın fikir arayışına girme özellikleri bulunmamaktadır. Fikir yönetimi sistemlerinde, kullanıcıların karşılıklarına gelen ekranlar yardımı ile direkt fikirlerini girdikleri ve kategoriledikleri görülmektedir. Kısıtlı özelliklerle kullanılan yönetim sistemlerinden işletmelerin verim alması mümkün olmayabilir. Başarılı sistemler, kullanıcılar ve teknoloji arasında köprü vazifesi gördükleri için kullanışlı olmaktadır. Sunulan çalışmanın devamı olarak bir yenilik yönetim sisteminin tüm bileşenleri ile geliştirmesi hedeflenmektedir.

Tablo 5.1 Fikir Yönetimi Sistemlerinin Karşılaştırılması

	IdeaNet	SalesForce	MyStarbucksIdea	Gerçeklenen Fikir Yönetimi Sistemi
Konu Oluşturma	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
Yarışma Oluşturma	Evet	Hayır	Hayır	Evet
Sadece Fikir Kaydetme	Evet	Evet	Evet	Evet
Fikir Puanlama	Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Fikir Beğenme-Beğenmeme	Evet	Evet	Evet	Evet
Görüş Bildirmeme	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
Oy Kullanma Sayı Sınırı	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
Yorum Ekleme	Evet	Evet	Evet	Evet
Fikir Belirten Kişi Adını Gizleme	Hayır	Hayır	Hayır	Evet
Raporlama	Hayır	Evet	Evet	Evet
Döküman Ekleme Desteği	Hayır	Hayır	Hayır	Evet

KAYNAKLAR

- [1] OECD / Avrupa Birliği, (2005), “Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması için İlkeler”, TÜBİTAK, 3.Baskı, ISBN: 975-403-362-5, s.50-52
- [2] Cropley, D., (2006), “The Role of Creativity as a Driver of Innovation”, Systems Engineering and Evaluation Centre Mawson Lakes Campus University of South Australia, s.561,1-4244-0148-8/06
- [3] İrmiş, A., Özdemir, L., (2011), “*Girişimcilik ve Yenilik İlişkisi*”, Yönetim Bilimleri Dergisi (9:1) – 2011- Journal of Administrative Sciences
- [4] Yıldız, S.,(2007), “Girişimcilik”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ocak 2007, s.10
- [5] Hofstede, G. (1980), “Cultures“s Consequences:International Differences in Work-Related Values”, Sage Publications, Beverly Hills.
- [6] Refik, İ., (1995), “Organizasyon Kültürü Üzerine”, Sızıntı Dergisi, Ağustos 1995, Sayı.199
- [7] Duran, C., Saraçoğlu, M., (2009), “Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci”, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt: 16, Sayı:1, s.57-60
- [8] Gourova, E., Toteva, K., (2011), “Raising Creativity and Participation in Innovation and Knowledge Management Activities”, 17th International Conference on Concurrent Enterprising, ISBN: 978-3-943024-05-0, 79

- [9] Chesbrough, H. W. (2003), “The Era of Open Innovation”, MIT Sloan Management Review Spring. , 0
- [10] Ahonen, M., Antikainen, M., Mäkipää, M., (2007), “Supporting Collective Creativity within Open Innovation”, European Academy of Management (EURAM) Conference Paris 2007.
- [11] Bakker, H., (2010), “Idea Management-Unravelling Creative Processes in Three Professional Organizations”, Vrije University
- [12] Karlsson, M., (2010), “Collaborative Idea Management”, Applied Innovation Management
- [13] Baumgartner, J., (2008), “*An Introduction to Idea Management*”, Bwiti bvba
- [14] Hornitzky, J., (2009), “A Practical Idea Creation, Capture and Management Framework for Innovation”, Sydney Faculty of Engineering and Information Technology
- [15] Westerski, A., Iglesias,A., Rico,F.T., (2010), “*A Model for Integration and Interlinking of Idea Management Systems*”, Universiadad Politecnica de Madrid, s.2-5
- [16] Gi2mo, (2012), “Ontology Deployment”, www.gi2mo.org/model/ontology-deployment/