

YENİLİK EKONOMİSİ ve YAPISAL UNSURLARI

İsa ALTINIŐIK

Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu, isaekrem@gmail.com

Özet

Günümüz ekonomilerinde rekabet şartları değişmiştir. Artık klasik fiyat rekabeti yerini yenilikçi rekabete bırakmıştır. Yenilik ekonomisi, değişimi esas alıp, değiştirme ve dönüştürme üzerine odaklanmış bir disiplindir. Yenilik ekonomisi, bilgi, bilim ve teknoloji sistemi ile ekonomi bilimi, siyaset ve iş yönetiminin arakesitinde yer alır.

Anahtar Kelimeler:Yenilik, Yenilik Ekonomisi, Rekabet

Abstract

In today's economy, competitive conditions have changed. Now replace the classic price competition has left innovative competition. Innovation economy based on exchange take is a discipline focused on change and transformation. Innovation economy, knowledge, science and technology system and economics, is located at the intersection of politics and business management.

Keywords:Innovation, Innovation Economy, Competition

GİRİŐ

Çağımız her yönüyle hızlı bir gelişim ve değişime tanık olmaktadır. Her gün kullandığımız ürünlerin geliştirilmiş çeşitleriyle veya yaşantımızda yeri olmayan yeni ürünlerle karşılaşmaktayız. Ulaşım ve haberleşme teknolojilerindeki gelişim bu ürünlerin hızla yayılmasını da beraberinde getirmektedir. Bunun sonucu olarak benzer alanlarda faaliyette bulunan firmalar zorlu bir rekabetin içine girmektedirler. Bu rekabeti göğüsleyebilmek, mevcut teknolojinin geliştirilmesine bağlı olarak yeni ürünler geliştirmeyi gerektirir. Bir toplumda teknolojiyi edinebilme veya üretebilme o toplumdaki sosyal, kültürel ve ekonomik yapıyla yakından ilişkilidir. Bu ilişki çerçeve-sinde bazen üstyapı (mevcut teknoloji) altyapıyı (eğitim, kültür gibi), bazen de altyapı üstyapıyı belirlemede etkin olmaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalar konuyla ilgili olarak çok farklı açılımların olduğunu ve oluşabileceğini göstermektedir. Rekabetin küresel boyut kazandığı günümüzde yenilikçi bir toplum ve ekonomi oluşturabilme, ekonomist ve toplum bilimcilerin geçmişe oranla daha fazla gündemindedir. [6]

1.Yenilik Tanımı

Ekonomide yenilikler ve öğrenmenin temelinde bilgi faktörü yattığı için, kısaca bilgi unsurunun önemine de inmek gerekir. Klasik iktisadın kurucusu olan Adam Smith, faydalı ekonomik bilginin üretimini teşvik eden ve spekülatif faaliyetlerde bulunan yeni bir uzmanlar sınıfına işaret etmektedir. Friedrich List, bilginin yaratılması ve dağıtılması yoluyla üretken güçlerin gelişimini destekleyen çeşitli kurumlar ve yapılara değinmiştir. [1]

En geniş anlamıyla yenilikçilik kavramını ele alan kişi Schumpeter'dir. Schumpeter yeni firmaların ve girişimciliğin temel fonksiyonları olan yeniliğin yaratıcı yıkımın sonucunda oluştuğunu savunur. Ayrıca, Schumpeter girişimciliği farklı açıdan ele alarak tanımlama yoluna giden ilk kişidir. Schumpeter'a göre yenilik kavramı girişimcilik tanımının temelinde bulunmaktadır. Girişimciyi; yeni mal ve hizmetler üretme, yeni süreç geliştirme, yeni ihracat pazarları bulma, yeni bir örgüt yapısı oluşturma gibi işletme açısından yeni birleşimler yaratarak, mevcut ekonomik düzeni yıkan kişi olarak tanımlar. Mevcut ekonomik düzen, Schumpeter'in görüşüne göre yaratıcı yıkım ile ancak yeni bir teknolojinin, ürünün, pazarın, üretim sürecinin yada örgütsel yapının pazarda var olan ürünlere ve örgütsel uygulamalara açık olarak alternatif olması durumunda gerçekleşir. Eğer yeni teknoloji, ürün, pazar yada örgütsel uygulamalar piyasadaki mevcut ürünlere yada örgütsel uygulamalara açık alternatifler oluşturmuyor ise yaratıcı yıkım oluşamaz. Günümüzde yaratıcı yıkım ile yeniliklerin doğasında olan değişimle piyasadaki rekabet yapısını bozmaya vurgu yapılmıştır. Fakat piyasadaki mevcut yapıyı bozmanın gücü aynı zamanda piyasadaki değişimin ekonomik büyümeye olan katkısını da gösterir. Bu nedenle yeniliklerin piyasada oluşturacağı "yaratıcı yıkım" yerine "yaratıcı yapım" da denilebilir. Schumpeter tarafından yapılan yenilik tanımında malın ticaretleştirilmesi temel unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Bu alanda çalışmaları bulunan Coulter yenilikçiliği, yaratıcı bir fikrin kullanılabilir veya satılabilir bir mal ve hizmete yada sürece dönüştürülmesi olarak ifade etmiştir. Literatürdeki bu tanımların yanında Drucker yeniliği "performans boyutunda yeni bir değişimin meydana gelmesi" olarak tanımlamıştır. Aynı zamanda Booz ve Hamilton yeniliği; dünyaya yeni olan bir ürünün getirilmesi, mevcut olan ürün hattına yeni bir ürünün iyileştirilerek ya da revizyonu yapılarak eklenmesi, var olan ürünlerin maliyetlerinin düşürülmesi ya da var olan ürünlerin pazarda yeniden konumlandırılması olarak tanımlamıştır. Bu tanımlardan sadece dünyaya yeni olan bir ürünün getirilmesi yeniliği radikal boyutta ele alırken diğer boyutlarda yenilik azar azar artmaktadır. Girişimcinin çağdaş toplumdaki temel fonksiyonu, sürekli şekilde yenilikleri gerçekleştirmektir. Bu yönden modern girişimcinin gücü; yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri somut ticari ürünlere dönüştürebilme yeteneğiyle değerlendirilir. Girişimci için yenilikçilik

nitelemesi; piyasaya yeni ürünlerin arz edilmesi, yeni üretim tekniklerinden yararlanılması, yeni pazarların elde edilmesi, yeni hammadde yada yarı mamul kaynağının bulunması ve sonunda da yeni bir örgüt biçiminin oluşturulmasıyla ilgili konuları içerir. [3]

İktisatçıların teknoloji konusuna ilgileri oldukça eskiye dayanmakla birlikte, iktisadi düşünce içerisinde merkezi bir konuma oturtmaları oldukça yenidir. Bunda teknolojik gelişmelerin ekonomik ve sosyal yapı üzerindeki etkilerinin kısmen sınırlı olmasının ve özellikle teknolojinin dışsal olarak kabul edildiği iktisadi anlayışın egemenliğinin önemli bir rolü vardır. Genel olarak teknolojik gelişmelerin, özel olarak da enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin başta ekonomik büyüme olmak üzere makro ve mikro ekonomik değişkenler üzerindeki etkilerinin ortaya çıkması, iktisatçıların bu konuya daha yakın ilgi göstermelerine neden olmuştur. [9]

Yenilik ekonomisi ise değişimi esas alıp, değiştirme ve dönüştürme üzerine odaklanmış bir disiplindir. Yenilik ekonomisi, bilgi, bilim ve teknoloji sistemi ile ekonomi bilimi, siyaset ve iş yönetiminin arakesitinde yer alır. Yeniliğin gerçek mekanizmaları yenilik ekonomisinin temel ilgi alanını oluşturur. [7]

Son yıllarda özellikle sanayi kesimi için yenilik, önemli bir konu haline gelmiştir. İşletmeler kârlarını ve pazar paylarını artırmak için yeniliği önemli bir unsur olarak kabul etmektedirler. Hükümetler de yeniliğe ülke ekonomisinin dinamosu olarak bakmaktadırlar. Diğer taraftan, hammadde, işçilik ve sermayenin rekabet edebilirlikteki payı gün geçtikçe azalırken; bilimsel ilerleme, teknolojik gelişim ve yeniliğin sürdürülebilir kalkınmadaki rolü en üst seviyeye çıkmıştır. [8]

2.Yenilik Ekonomisinin Yapısal Unsurları

Yenilik ekonomisini oluşturan unsurlar; Ar-Ge, girişimci ve girişimcilik, entellektüel sermaye, firma, fikri mülkiyet hakları ve bu hakların korunmasıdır.

2.1.Araştırma Geliştirme Sistemi

Ar-Ge faaliyetleri de yeniliğin oluşmasında çok önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle birçok ülkede Ar-Ge faaliyetlerini kapsayan teknoloji geliştirme merkezleri kurulmuştur. Gelişmiş ülkelerde AR-GE Faaliyetlerinin özel getirisi genel olarak %10-20 olarak ölçülmüştür. Araştırma yoğun sanayilerde AR-GE'nin getirisi daha yüksektir. Ayrıca temel araştırmanın uygulamalı araştırmadan, süreç yeniliklerine yönelik araştırmalardan ürün yeniliklerine yönelik araştırmalardan daha yüksek getiri oranına sahip olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde AR-GE faaliyetlerinin toplumsal getirisi, özel getiriden çok daha yüksek, %30-100 düzeyinde görülmektedir. Özel getiri ile toplumsal getiri arasındaki bu fark, devletin

AR-GE yatırımlarını desteklemesinde önemli bir gerekçe oluşturmaktadır. Yenilik yayılmaksızın topluma geniş ölçüde faydalı olmayacaktır. Ürün ve yöntemde ilerleme verimlilikteki artış için çok önemlidir. Yenilikçi firmalar sadece kendi yenileşmelerine faydalı olmakla kalmazlar. Yenilikçilik yayıldığı zaman onlar bir ekonominin bütünlüğünde daha fazla verimliliğe ve daha yüksek yaşam standardına neden olurlar. Bu nedenle yeniliğin yayılması bir ekonominin daha iyi bir konuma gelmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Bilgi birikimi ve bu bilginin ve üretmiş olduğu teknolojinin yayılması yeni bilgi ve teknolojilerin doğmasına neden olmaktadır. Teknolojik yenilikler arasındaki süre giderek kısalmaktadır. [6]

AR-GE harcamaları yeni teknolojilere dönüşebilen ve mevcut kaynakların daha etkin kullanımını sağlayan bilgiye yatırım olarak düşünülebilir. Bu yüzden daha yüksek AR-GE harcamaları daha yüksek büyüme hızına neden olur. Yeni fikirlerden elde edilen potansiyel kar, yayılma etkisi yüzünden tamamen yenilikçinin kendisine kalmaz. Politik müdahale olmadan bunun uygulanması durumunda özel sektör sosyal optimal de olduğundan muhtemelen daha az bağlayıcı olur. Ayrıca, bu tür yatırımlar risk taşıdığından teknolojik buluşlara yatırımlar, kurumlar ve yeni yüksek teknolojik girişimlere ortak sermaye sağlayan organizasyonlar tarafından desteklenmelidir. Bu riskleri ancak bu tür kurum ve organizasyonlar üstlenebilirler. [4]

Pekçok çalışmada yenilikçilik ve girişimcilik kavramları birarada kullanılmaktadır. Ancak zaman zaman bazı yazarların bu iki kavramı birbirinin yerine kullandığı görülebilmektedir. Daha önce de ifade edildiği üzere yenilikçilik ve girişimcilik birbiri ile iç içe olan kavramlar olmakla birlikte, kesinlikle aynı anlamları taşımamaktadır. Yenilikçilik ile girişimcilik arasındaki bağlantı ilk defa Schumpeter tarafından vurgulanmıştır. Daha önce de ifade edildiği üzere Schumpeter'e göre ekonomik kalkınmayı hızlandıran unsurların başında yenilik gelmektedir ve sözkonusu yenilikler girişimciler tarafından gerçekleştirilmektedir. Girişimcinin yenilik yapan kişi olarak konumlandırılması, girişimcinin yenilik süreci içerisindeki yerini de açıklamaktadır. Bu konum son derece önemli bir konumdur. Çünkü bu bakış açısından bakıldığında yalnızca yenilikçi fikirlerle yeni bir iş kuran kişi girişimci olarak kabul edilmektedir. Bu boyutuyla girişimcilik yenilikçi ve yaratıcı eylemleri bünyesinde bulundurmaktadır. Sözkonusu yaratım süreci, hem bireysel anlamda hem de toplumsal anlamda değer yaratacaktır. Girişimciler, çevrelerindeki fırsatları izleyen ve değerlendiren kişilerdir. Yenilik ise girişimcilerin başarılı olmasını sağlayacak önemli bir güçtür. Yenilik ticari bir kimliğe sahiptir ve bu yönüyle pazarın farkında olduğu ya da olmadığı bir talebi karşılama zorunluluğu vardır. Eğer sözkonusu yenilik ticari başarı elde edecekse, girişimcilik bu süreçte önemli rol oynamaktadır. [2]

2.3.Entellektüel Sermaye

Ekonomide yaşanan dönüşümle beraber sermaye kavramı da değişime uğramıştır. Daha önceki maddi nitelikteki sermaye (para, makine ve ekipman), kıtlığı aşılmış ve kolay erişilen bir faktör konumuna gelmiştir. Buna karşılık bilgi ve onun daha genişletilmiş hali olan entelektüel sermaye kıtlığı problem olmaya başlamıştır. Entelektüel sermaye kavramı ile genellikle bir organizasyonun sahip olduğu kayıtlı bilgiler ve şirketteki çalışanların bilgi, beceri ve deneyimleri kastedilmektedir. Gelişen bilgi ekonomisi trendine paralel, organizasyonel anlamda entelektüel sermaye kavramı Thomas Stewart'ın çalışmalarında gündeme gelmiştir. Stewart entelektüel sermaye kavramını daha çok işletmeler açısında ele almaktadır. Ona göre entelektüel sermaye, "işletmeye piyasada rekabet avantajı sağlayan, işletme çalışanlarının, yapılan işle ilgili bilgi toplamı"dır. Geçmişte bir şirketin başarısı sahip olduğu maddi sermayeyi nerede ve nasıl kullanacağına bağlı olarak değişmekte iken, bugün sahip olduğu entelektüel sermayesinin değere dönüştürölüp dönüştürülememesi anşamında yönetilmesine bağlı hale gelmiştir. Literatürde "Entelektüel Sermaye" olarak ifade edilen beyin gücü bugün olduğu gibi gelecekte de en önemli etkinlik ve verimlilik kaynağı olmaya devam edecektir. "Entelektüel sermaye", bir şirkette ki insanlar tarafından bilinen ve ona rekabet üstünlüğü kazandıran, yenilik üretebilen bütün birikimlerin toplamıdır. [7]

2.4.Rekabetçi Firmalar

Ürün piyasasındaki rekabet ile araştırma ve geliştirmedeki (AR-GE) rekabet birbirini etkilemektedir. AR-GE gerektiren ürün teknolojisi ürün miktarının ve fiyatının piyasa rekabetinin önemli bir belirleyicisidir. Ürün piyasasındaki rekabet yeni ve gelişmiş teknolojilerin araştırılmasına öncülük eder. Schumpeter düşüncesiyle yaklaşıldığında, ürün piyasalarından elde edilen monopol karı firmalara AR-GE'nin maliyetini yüklenmelerinde teşvik edici olarak hizmet eder. Yeniliğe yönelik bu çabalar, teknolojik süreç, zamanla piyasa yapısının değişimine ve monopol gücünün yıkılmasına neden olur. Bir yenilik piyasada başarılı bir şekilde tanıtıldıktan sonra başkalarının aynı işi yapmaları daha kolay olur. Orijinal yeniliğin taklitçilerinin sürekli piyasaya girmeleri ile yenilikçinin kar marjı azalır. Zeng, yenilik ve taklit konusunda yaptığı çalışmada, yeniliğe yapılan yatırım yeniliğin ve taklidin değerinde işten çalma etkisi ve taklidin değerinde pozitif bir rekabet etkisine neden olurken; taklide yapılan yatırımın hem yeniliğin hem de taklidin değerinde negatif bir rekabet etkisine neden olduğunu göstermiştir. Bu durumda yeniliğin teşvik edilmesi taklidi cesaretlendirecektir. [4]

2.5.Fikri Mülkiyet Hakları

Fikri mülkiyet hakları konusunda terim karmaşası yaşanmaktadır. İngilizcede “intellectual property”, Fransızcada “propriété intellectuelle” olarak geçen terim için Türkçede “fikri mülkiyet”, “fikri haklar”, “fikri ve sınai mülkiyet”, “fikri ve sınai haklar”, “fikri, sınai ve ticari mülkiyet” gibi farklı terimler kullanılmaktadır. Bunların anlam ve kapsamı aynıdır. Anılan kavramlar, fikir ve sanat eserlerini, patentleri, markaları, faydalı modelleri, tasarımları, coğrafi adlar ile işaretleri, entegre devre topografyalarını, bilgisayar programları ile veri tabanlarını, know-how ile ticari sırları içermekte, bunların hepsini birden ifade etmektedir. 1967 yılında kurulan Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO, World Intellectual Property Organization), “**intellectual property**” (fikri haklar) ifadesini ana kavram olarak kullanmakta ve bu kavramı konuları itibariyle “**industrial property**” (sınai haklar) ve “**copyright**” (fikir ve sanat eserleri, telif hakları, eser sahibinin hakları) olmak üzere iki bölüme ayırarak değerlendirmektedir. Buna göre fikri mülkiyet hakları iki grupta ele alınabilir:

Fikir ve sanat eserleri (telif hakları)

Sınai mülkiyet hakları

Fikir ve sanat eserleri, bilgisayar programları ve veri tabanları dahil olmak üzere, bilim, edebiyat, müzik, mimari dahil güzel sanat veya sinema alanındaki eserlerdir. Sınai mülkiyet hakları ise, sanayi ve tarım alanındaki buluşları, yenilikleri, özgün tasarımları onların yaratıcılarının adına tescil edilmesini veya ticaret alanındaki mal ve hizmetlerin diğerlerinden ayrılmasını, işaretlerin sahipleri adına tescil edilmesini ve hak sahiplerine belirli bir süre ile mutlak ve münhasır kullanma yetkisi sağlayan haklardır. Sınai mülkiyet haklarının kapsamına patent ve faydalı modeller, endüstriyel tasarımlar, markalar, coğrafi işaretler, entegre devre topografyaları, ticaret unvanları ve diğer ad ve işaretler girer. Fikir ve sanat eserleri hukuku, patent ve faydalı modeller hukuku ve endüstriyel tasarımlar hukuku, fikri ürün temeline otururlar. Eser, buluş, faydalı model ve endüstriyel tasarım yaratıcı aklın, yani fikrin ürünleridir. Fikri ürün bu hukukların ortak paydasıdır. Marka, coğrafi işaret, ticaret unvanı ve işletme adı fikrin ürünleri değildir, bunlar ayırt ettirici niteliğe sahiptirler.

Fikri mülkiyet haklarının özellikleri şunlardır:

Fikri mülkiyet hakları insan zihninin ürünüdür.

Gayrimaddi mallar üzerinde kurulabilirler.

Özel hukuka ilişkin haklardır.

Mutlak haklardır, herkese karşı ileri sürülebilir.

Hak sahibine maddi ve manevi menfaatler sağlar.

1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması yürürlüğe girerek Dünya Ticaret Örgütü (WTO, World Trade Organization) kurulmuş ve anlaşma ekindeki Ticaretle Bağlantılı Fikri Haklar Anlaşması (TRIPS) metni fikri haklar alanına yeni bir boyut getirmiştir. [5]

SONUÇ

Yenilik ekonomik olmasının yanı sıra aynı zamanda sosyal bir konu olduğu için bütün toplumu ilgilendirmektedir. Ekonomistler açısından büyüme hızını arttırmada veya desteklemede önemli olurken, malların kalitesini, ekonomik ilerlemenin yönünü değiştirmek isteyen veya yaşam kalitesini geliştirmeye yoğunlaşanlar için de önemli bir konudur.[4]

Teknolojik yenilik (innovation), sadece ürün, üretim yöntemi, ürünün kullanımında birtakım yenilikler ve iyileştirmeler yapmakla sınırlı olmayıp, yönetim, bilgi, organizasyon, finans gibi konulardaki yeni gelişmeleri de içerir; iktisat, işletme ve diğer sosyal bilimlerin sanayiye ve firmalara uygulanmasıyla da yakından ilgilidir .Teknolojik yenilik yapma süreci, bir dizi bilimsel, teknolojik, mali ve ticari etkinliği içerir. Bilindiği gibi, teknolojik yenilikler daha çok yeni ürün ve hizmet şeklinde somut bir görünüm kazanmaktadır. [10]

Ülkelerin iktisadi gelişmesinde yenilik ekonomisinin etkisi göz ardı edilemez. Yenilik ekonomisi, değişimi esas alıp, değiştirme ve dönüştürme üzerine odaklanmış bir disiplindir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin bu konuda daha aktif politikalar izlemeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- [1]ÇETİN Murat, Eyyüp ECEVİT (2008), **Yenilikler, Öğrenme ve Ekonomik Kalkınma: Gelişmiş Bölgesel Ekonomilerden Örnek Uygulamalar**, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı:24 Yıl:2008/1
- [2]DEMİRÇİ Ahmet Emre ve vd., **Yenilik Yönetimi**, T.C. Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakóltesi Yayını.
- [3]DURAN Cengiz, Metin Saraçoğlu (2009), **Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci, Yönetim ve Ekonomi**, Yıl:2009, Cilt:16, Sayı:1.
- [4]ERTEKİN Meriç S. (2005), **Yenilik Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi**, Mevzuat Dergisi, Yıl:8, Sayı:92, Ağustos 2005.
- [5]GÖKTEPE Hülya ve vd., **Yenilik Yönetimi**, T.C. Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakóltesi Yayını.
- [6]OĞUZTÜRK Bekir Sami, Musa Türkoğlu (2004), **Yenilik ve Yenilik Modelleri**, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları.

- [7]ÖZSAĞIR Arif (2013), **Yenilik Ekonomisi**, Seçkin Yayıncılık, Eylül 2013, Ankara.
- [8]TUTAR Filiz, Meral KOCABAY, Halil ARIÇ (2007), **Firmaların Yenilik (İnovasyon) Aratma Sürecinde Serbest Bölgelerin Rolü:Kayseri Serbest Bölgesi Örneği**, Selçuk Üniversitesi, Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, Mayıs 2007.
- [9]YUMUŞAK İbrahim G. (2014), **Bilgi Ekonomisinin bir Unsuru Olarak Yenilik Ekonomisi ve Türkiye Üzerine bir Değerlendirme**, Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi, *Cilt: 1, Sayı: 2, Ocak* 2014.
- [10]<http://www.pazarmedya.com/inovasyon-dedikleri>