



**BİLGİ TOPLUMUNDA
ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK
AVANTAJININ YARATILMASINA YÖNELİK
STRATEJİK YAKLAŞIM:
DEVİNGEN YARATICILIK
(INNOVATION)**

Ergin UZGÖREN*

ÖZET

Sanayi toplumunun genel özelliğini simgesel olarak ifade eden "makineleşme" kavramı yerine, bilgi toplumunu simgesel ifadesi olarak "gezegen" kavramı kullanılabilir. Çünkü bilgi toplumunda; yaşayan kendi kendini yaşatan ve sürekli yenileyen bir sistem oluşmaktadır. Böyle bir sistem içinde uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratılabilmek için sanayi toplumunun faktör yoğunluğuna dayanan stratejilerin yeterli olamayacağı görülmektedir. Bu nedenle bilgi toplumunda uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratılmasında "devingen yaratıcılık" stratejik bir öneme sahip olmaktadır.

Yapılan çalışmada, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yaratılmasında ortaya çıkan bu değişim ve devingen yaratıcılığın bu değişim üzerindeki genel etkileri incelenerek, devingen yaratıcılık kapasitesinin artırılmasına yönelik öneriler getirilmiştir.

* Yrd. Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü

1. BİLGİ TOPLUMUNUN GENEL ÖZELLİKLERİ VE ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ YARATILMASI.

İletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmeler sonucunda global bir köye dönüşen dünyamızda, “Bilgi Toplumu” olmanın tüm insanlara dayattığı yeni davranış şekli söz konusudur. Bu davranış şekli üç temele dayanmaktadır:

- ✓ Küresel düşünmek,
- ✓ Yöresel davranmak ve
- ✓ Geleneklere bağlı yaşamak.

Bu davranış şekline uyum sağlayabilen kişiler, firmalar veya toplumlar bilgi toplumunun birer üyesi olabileceklerdir. Gelecekte egemen olacak kişi yada kurumlar, bu doğrultuda vizyon sahibi olan ve strateji geliştirebilenler olacaktır. Bilgi toplumuna uyum sağlayamayan kişi yada kurumlar ise, geride bırakılan sanayi toplumunun birer üyesi olmaya ve geleceği belirleme gücünü kaybetmekle karşı karşıya kalacaklardır¹.

1.1. Bilgi Toplumu'nun Gelişimi ve Genel Özellikleri

Batı toplumların tarihinde bir kaç yüz yıl aralıklarla büyük değişikliklerin meydana geldiği bilinmektedir. 20.yy'da temel değişimlerin gözlemlendiği bir yüzyıl olmaktadır.

Batı toplumlarının tarihinde ilk önemli değişimler on üçüncü yüzyılda başlamış olmasına rağmen; bilgi toplumunun temelini oluşturan ve tüm dünyanın kaderini etkileyen en önemli değişim, Johann Gutenberg'in hareketli tipograf matbaasını bulması ile başlamaktadır. Gutenberg'in bu buluşunu “basma” konusundaki yeni teknikleri oluşturmaya yönelik geliştirmesi ve kitap basımı için gerekli kağıdın Çin'de üretilmesi ile yeni bir aşama tamamlanmış olmaktadır. Çünkü bilgi artık kitaba aktarılabilir, belgelendirilebilmekte, saklanabilmekte ve bilgiden yararlanabilecek diğer bireylerin kullanımına sunulabilmektedir².

Bu aşama sonrasında bilginin kitaba aktarılmasına yönelik olarak kullanılan “dil” in gelişim süreci yaşanmıştır. Yayınlanan kitap sayısının artışına paralel olarak bilgi aktarımı olanağı gelişmiştir. Bu gelişmenin verdiği ivmenin de etkisi ile Sanayi Devrimi aşamasına gelinmiştir. Sanayi devriminin etkisi altında “bilgi” üretim aşamasında daha çok ikincil bir faktör olarak algılanmıştır. Sanayi toplumunda makineleşme temel unsur olmuştur. Bu sebeple emek, sermaye, doğa ve girişimci gibi üretim faktörleri veya girdiler temel üretim faktörleri olarak görülmüş; fakat “bilgi” sadece bu temel faktörlerin üretim yapabilmek için kullandıkları bir araç olarak kalmıştır.

Ancak günümüzde “bilgi” nin -bilimsel bilgi birikimine, teknolojiye ve iletişim (veri depolama, veri iletme) hızında elde edilen çok önemli gelişmeler sonucunda-

¹ Şeref OĞUZ, “Glocalisation”, Milliyet, 13.12.1998, s.7.

² Daniel J. BOORSTIN, *Keşifler ve Buluşlar*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1994, s. 487.

üretimden doğrudan katılan bir temel üretim faktörü haline geldiği görülmektedir³. “Bilgi” nin üretim sürecinde etkin uygulanışı verimliliği hızlı bir şekilde arttırmaktadır.

Bilgi çağı, bilgisayarın yaklaşık 50 yıllık bir dönem içindeki gelişimi sonucu günümüzdeki ağırlığını hissettirebilmiştir. Dünyanın üretilen ilk bilgisayarı ENIAC, 1946 yılında halka tanıtılmıştır. ENIAC çok karmaşık hesaplamaları yapabilen ve tam 30 ton ağırlığında olan bir elektronik cihazdı. Bilgisayar teknolojisinin günümüzde geldiği düzey, üzerinde en önemli aşama olan “transistörün” yaratıldığı ise, aynı gün ilan edilmiştir. Transistor bugünkü “chip”lerin temelidir. “Chip”teknolojisi bilgi çağıının gelişiminde önemli bir yere sahiptir⁴. Bilgisayar Teknolojisinde, bilginin sürekli gelişim ve üretime uygulanması, verimliliği artırarak maliyetleri düşürmektedir⁵.

Bilgisayar endüstrisinde 18 ayda bir, performans iki katma çıkmaktadır. Eğer bu performans diğer tüm endüstriler tarafından gösterilebilmiş olsaydı; örneğin şu anda 2000 km hız yapabilen bir otomobil kullanıyor olabilirdik. Doğrudan doğruya bu tür bir karşılaştırma yapmak hem doğru hem de mümkün değildir. Ancak verilen bu örnek bilgi edinim ve aktarmada ulaşılan hızı ve bilgi toplumunun artan etkisinin ulaştığı noktayı vurgulamaktadır.

İletişimin hızı o kadar artmıştır ki; günümüzde saniyede 160 milyar bayt bilginin milyarda bir hata ile iletimi, gerçekleştirilebilmektedir. Böylesine yüksek bir hıza ulaşan iletişimin maliyeti 3 yılda yaklaşık %50 azaldığı için, fiziki mekanlar yada bilgi kaynakları arasındaki uzaklıktan (mesafeden) dolayı katlanılan maliyetler azalmaktadır.

Bu gelişmeler üretimin yapısını ve sürecini temelden etkileyerek “iş”in tanımını dahi değiştirmektedir. “İş” yaşamında esnek çalışmanın ve esnek ofislerin yaygınlaşması bilginin üretim için temel kaynak olmasının bir sonucudur. Çünkü bu sistemlerin yaygınlaşması sahip olunan “bilgi” nin hangi ortamda veya hangi saatte bulunduğu bakılmaksızın doğrudan doğruya üretim amacına yönlendirilmesi gereğini ortaya koymaktadır. Diğer bir ifadeyle bilgi toplumunda; yaratmanın, bilgiyi geliştirmenin ve bu gelişimi üretime uyarlamının yeri ve zamanı bulunmamaktadır⁶.

Bu bağlamda bilgi toplumunda;

- bilgi üretimi önem kazanmaktadır
- İlk aşamalarda nitelikli işgücü ön plana çıkmaktadır
- ileri aşamalarda bileşimci bilgiye ulaşmak gerekmektedir
- maddi mallar yerine bilgi kullanılarak bilginin üretilmesi ön plana geçmektedir
- bilgi birikimi sağlanmaktadır
- birikmiş bilginin sinerjik etkisi bilgi üretimi ve bilgiden yararlanmayı hızlandırmaktadır⁷.

³ Peter F.DRUCKER (Çev. B. ÇORAKÇI), **Kapitalist Ötesi Toplum**. İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1994, s.101-105

⁴ İlk üretilen chip 4 baytlık işlemciye sahipti. Günümüzde ise video-oyunlarında dahi 64 baytlık işlemciler bulunmaktadır.

⁵ Erol KUTLU, **Dünya ekonomisi**, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 1995, s.76

⁶ Edip E. ÖYMEN, “İş’ in Tanımı Değişiyor”, Milliyet, 30.11.1998, s. 18.

⁷ İsmail Hakkı DÜĞER, **Stratejik Düşünce Analizi**, Ders Notları, Kütahya, 1998, s. 84.

Bilgi toplumunun bu genel özellikleri sonucunda ortaya çıkabilecek gelişmeler genel olarak şu şekilde özetlenebilir⁸:

- Ölçek ekonomileri artmaktadır.
- Taşıma ve depolama maliyetleri azalmaktadır.
- Dağıtım kanalları rasyonel çalışmaktadır.
- Faktör maliyetleri değişmektedir.
- Ülkelerin ekonomik ve sosyal koşulları değişmektedir.
- Kamu kesiminin kısıtlamaları azalmaktadır.

Diğer bir ifadeyle ekonomik yapı sanayi toplumunun mübadele ekonomisinden bilgi toplumunun sinerjik ekonomisine dönüşmektedir⁹.

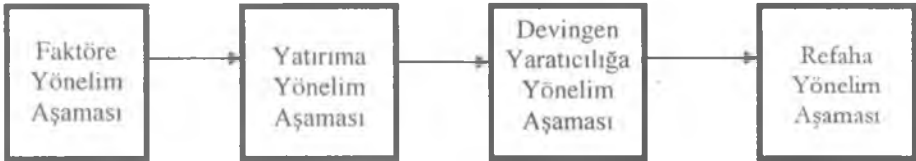
1.2. Uluslararası Rekabete Değerlilik Avantajının Yaratılması

Dünyada meydana gelen bu gelişmeler sonucunda, uluslararası rekabete değerlilik avantajı kazanmak isteyen ülkeler sanayi toplumunun bir yansıması olan temel üretim faktörü yoğunluklarına bağlı uzmanlaşma yolunu seçemeyeceklerdir¹⁰.

Uluslararası rekabete değerliliğin yapısında denge değil sürekli değişimin olduğu görülmektedir. Sürekli değişim içinde olan rekabete değerlilikte avantaj kazanmanın temelini de sürekli verimlilik artışlarının oluşturduğu ileri sürülmektedir¹¹. Sürekli verimlilik artışlarının elde edilebilmesi ise, devingen yaratıcılığa verilen önem ile paralellik taşımaktadır.

Çünkü bugün sahip olunan rekabete değerlilik avantajı kısa bir süre içinde etkisiz hale gelebilir. Bir ülkedeki sanayilerin uluslararası rekabete değerlilik avantajı kazanması ve bunları devam ettirmesi süreci dört temel aşama içinde incelenebilir. Bunlar; faktöre yönelim, yatırıma yönelim, devingen yaratıcılığa yönelim ve refaha yönelim aşamasıdır (Şekil.1)¹².

Şekil.1 Rekabete Değerlilik Avantajının Gelişim Aşamaları



⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz. Michael E. PORTER, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, New York, 1980, p. 287.

⁹ DÜĞER, s. 84.

¹⁰ Ayrıntılı bilgi için bkz. Ergin UZGÖREN, *Uluslararası Rekabete Değerlilik Avantajı ve Türkiye Uygulaması*, Anadolu Üniversitesi, Basılmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 1992, s. 31-38.

¹¹ UZGÖREN, *Uluslararası...*, s. 15.

¹² UZGÖREN, *Uluslararası...*, s. 98' den. ...Michael E. PORTER, *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, 1990, p. 545.

Aşamalardan ilk üçü; bir ülkenin rekabete edebilirlik avantajlarının birbiri ardınca gelişmesine ve sürekli olarak verimlilik artışı ile bağlantılı olmasını sağlayacaktır. Refaha yönelim aşaması ise; başlangıçta “ulaşılacak istenen amaç”, ulaşıldıktan sonra, rekabete edebilirlik avantajında gerilemenin başlangıcı olmaktadır. Bu nedenle ilk üç aşama “gelişme dönemi”, dördüncü aşama ise; “gerileme dönemi” olarak nitelendirilebilir¹³.

Uluslararası rekabete edebilirlik avantajının yaratılmasında izlenebilecek üç farklı strateji geliştirilebilir (Şekil. 2).

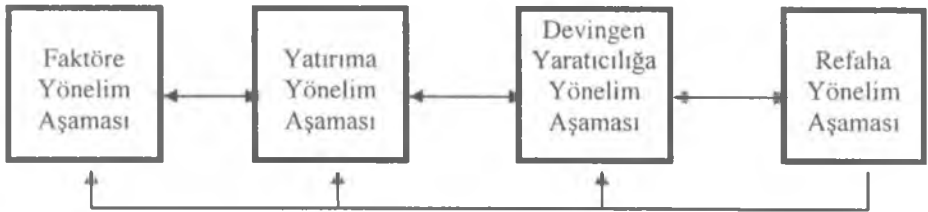
- **Birinci Strateji**; rekabete edebilirlik avantajının gelişim aşamalarının sırasıyla geçilerek refaha yönelim aşamasına gelinmesi esasına dayanmaktadır.

- **İkinci Strateji**; faktöre yönelim aşamasından doğrudan doğruya refaha yönelim aşamasına geçişi içermektedir.

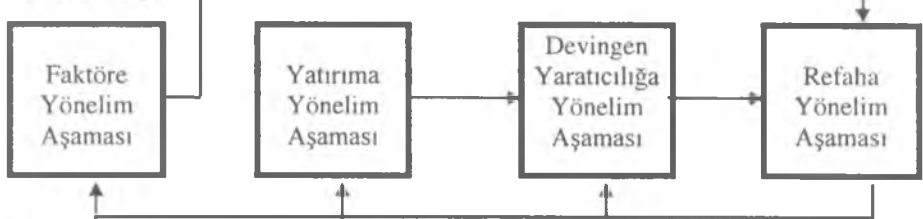
- **Üçüncü Strateji**; faktöre yönelim aşamasından devingen yaratıcılık aşamasına geçiş şeklinde ifade edilebilir.

Şekil.2 Uluslararası Rekabete edebilirlik Avantajının Yaratılmasında İzlenebilecek Stratejiler

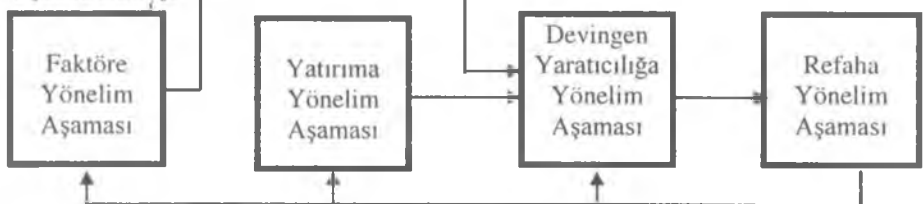
Birinci Strateji



İkinci Strateji



Üçüncü Strateji



Kaynak: UZGÖREN, Uluslararası..., s.124'den değiştirilerek alınmıştır.

¹³ Rekabete edebilirlik avantajının gelişim aşamaları hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. UZGÖREN, Uluslararası..., s. 98-119.

Birinci stratejinin uygulanması sanayi toplumu olma aşamasının da geçilmesini gerektirmektedir. Yatırıma yönelim aşamasında sadece belirli sanayilerde faktör yoğunluklarına dayanan rekabete edebilirlik avantajı yaratılabildiği için bir sonraki aşamaya geçilebilmesi, devingen yaratıcılığı teşvik edici ortamın oluşturulabilmesine bağlı olacaktır.

İkinci strateji, çok zengin doğal kaynaklara sahip olan ülkeler için geçerlidir. Ancak bu durumda, yatırıma yönelim ile devingen yaratıcılık aşamaları geçilmediği ve uluslararası rekabete edebilirlik avantajı doğal kaynak zenginliğine dayandığı için bunun yerine geçebilecek farklı bir avantaj yaratılamayacaktır.

Üçüncü strateji, özellikle öncü ve destekleyici sektörler ile kültür ve eğitim altyapısını güçlendiren ülkeler için söz konusu olabilir. Bu altyapı direkt olarak bilgi derlemesi, yaratımı ve uyarlamasına yönlendirilebilir.

2. STRATEJİK BİR YAKLAŞIM OLARAK DEVİNGEN YARATICILIK KAVRAMININ GENEL TANIMI VE ETKİLERİ

2.1. Devingen Yaratıcılık Kavramının Genel Tanımı

Bilgi toplumundaki hızlı değişimi takip edebilecek şekilde bir rekabet edilebilirlik avantajı kazanılmasında stratejik bir yaklaşım olarak “devingen yaratıcılık” faaliyetleri önem kazanmaktadır. Uluslararası rekabete edebilirlik avantajı kazanmada; bazen firmaların yeni bir teknolojiyi veya yeni bir ihtiyacı kavramaları dahi gerekmeden, onları sadece atik bir şekilde kendi çıkarlarını düşünerek kullanmaları da önemlidir. Bu durumda da yine o firmalara kuruluş yeri olan ülkeler tarafından sağlanan koşulların büyük rol oynayacağı unutulmamalıdır.

Firmalar bir sanayide rekabete edebilirlik avantajı kazanmak için daha verimli ve yeni üretim yöntemleri bulup veya mevcut olanları daha iyi kavrayıp uygulamaya koyabilmelidir. Firmaların bu tür girişimleri “devingen yaratıcılık” faaliyeti olarak isimlendirilebilir¹⁴.

Bu çalışmada “devingen yaratıcılık” kavramı İngilizce’de yer alan “Innovation” kavramının eşdeğeri olarak kullanılmaktadır. Çünkü “innovation” kavramının Türkçe sözlük anlamı “yenilik, yaratıcılık” olarak belirtilmektedir. Ancak bu durumda “innovation” kavramının içinde bulunan dinamik öğeler tam olarak yansıtılmamaktadır. Çünkü, innovation; yeni teknoloji yaratma, bunu geliştirme, tekrar yenileme, gerekli değişiklikleri yapma ve sonuçta elde edilen bütün gelişmeleri uygulamaya aktarmayı kapsar. Ayrıca bunlara ilave olarak işletmeler yönünden innovation; rekabete edebilirlik avantajı yaratma sürecini de açıklamaktadır¹⁵.

“Devingen yaratıcılık” kavramı geniş kapsamlı bir kavram olarak dikkate alınmaktadır. Bu anlamdaki devingen yaratıcılık kavramının kapsamına; daha ve-

¹⁴ UZGÖREN, Uluslararası ..., s. 15.

¹⁵ UZGÖREN, Uluslararası ..., s. 16’dan. James Brian QUINN, “Managing Innovation: Controlled Chaos”. Harvard Business Review, May-June, 1985, p.74.

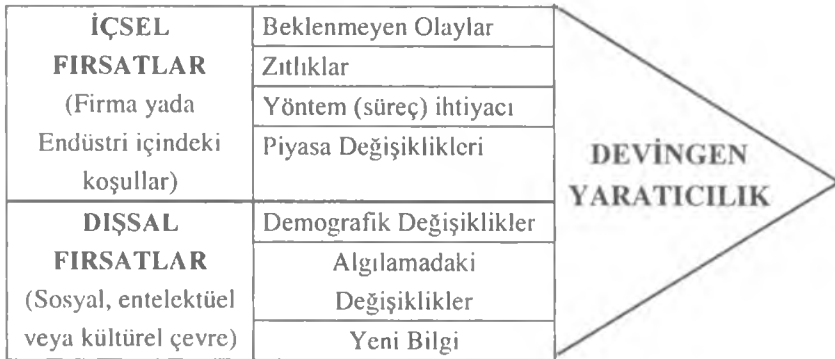
rimli üretim yöntemlerini ortaya çıkaran teknolojik gelişmeler, ürün değişiklikleri, pazarlamada yeni yaklaşımlar, yeni dağıtım kanalları ve yeni rekabet-edebilirlik alanları dahil edilebilir.

Devingen yaratıcılık faaliyetlerinde özellikle Schumpeter' in kapitalist sistemin gelişmesini sağlayan unsurlar olarak kabul ettiği yenilikler ve müteşebbislik temel hareket noktasını oluşturmaktadır¹⁶.

Devingen yaratıcılık ile bir sanayide belirli bir değişiklik yapılması değil bu değişikliğin daha ileriye götürülmesi ve uygulamaya geçirilmesi önem kazanmaktadır. Pratik olarak devingen yaratıcılık oldukça olağan, güncel bir olaydır. Devingen yaratıcılık daha çok bu güncellik içindeki küçük bilgi birikimleri ile temel teknolojik ilerlemelerin bir araya getirilmesidir. Devingen yaratıcılığın sonucunda, daha önce varolmasına rağmen dikkatli bir şekilde araştırılmayan - diğer bir ifadeyle- "yeni" olmayan fikirlerin ortaya çıkarılması dahi genellikle mümkündür.

Devingen yaratıcılık belirli bir deha ürünü olabileceği gibi; sınırlı olan devingen yaratıcılık fırsatlarını kullanmaya yönelik bilinçli ve amaçlı bir araştırmadan da kaynaklanabilir. Bu fırsat alanları, firma yada endüstrinin içsel koşullarından veya sosyal ve entelektüel çevresinden de (dışsal) oluşabilir¹⁷ (Şekil. 3).

Şekil. 3 Devingen Yaratıcılığın Kaynakları



Kaynak: DRUCKER, "The Discipline...", s. 68'deki bilgilerden yararlanarak düzenlenmiştir.

Bu kaynaklar birbirlerinden kesin hatlarla ayrılamaz; aksine, iç içe geçmiş bir durumda devingen yaratıcılık faaliyetini etkileyebilirler. Her kaynağın doğal olarak taşıyabileceği risk, zorluk derecesi ve karmaşıklık farklı olsa bile, devingen yaratıcı-

¹⁶ Devingen yaratıcılık faaliyetlerinde özellikle Schumpeter' in kapitalist sistemin gelişmesini sağlayan unsurlar olarak kabul ettiği yenilikler ve müteşebbislik temel hareket noktasını oluşturmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Mükerrer HİÇ. Büyüme ve Gelişme Ekonomisi. Sermet Matbaası, Kırklareli, 1981, s. 53.

¹⁷ Peter F. DRUCKER, "The Discipline of Innovation". Harvard Business Review. May- June 1985, N.3, s. 67.

lık potansiyeli aynı zamanda birden fazla kaynağın etkileşimi sonucu ortaya çıkabilir.

2.2. Devingen Yaratıcılığın Etkileri

Devingen yaratıcılığın geliştiği ülke ekonomisinde elde edilebilecek kazançlar makro açıdan değerlendirildiğinde; temel etkileşim yönlerinin geniş bir alanı kapsadığı görülmektedir. Devingen yaratıcılık temel olarak uygulandığı tüm alanlarda verimlilik artışı yaratarak bir ülke ekonomisinin uluslararası rekabetebilirlik avantajının gelişiminde önemli rol oynamaktadır.

Uluslararası rekabetebilirlik avantajının yaratılmasına yönelik olarak temelde farklı hedeflere yönelik stratejiler izleyen ülkeler, söz konusudur. Bu ülkeler arasındaki farklılık "uluslararası rekabetebilirlik avantajının"

✓ ulaşılmak istenen bir hedef mi? yoksa,

✓ hedeflere ulaşmada bir araç mı?

olduğu yönündedir¹⁸.

Ülkeler arasında hedef farklılığının bulunması uluslararası rekabetebilirlik avantajının yaratılmasında devingen yaratıcılığın stratejik önemini azaltmayacaktır.

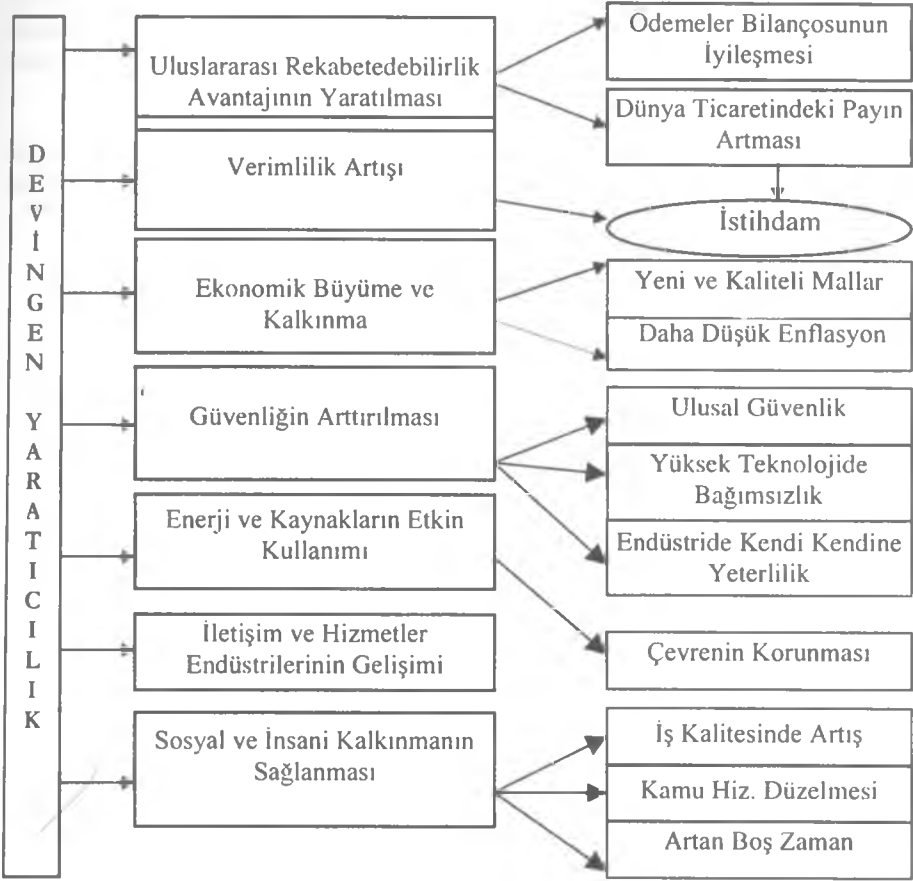
Devingen yaratıcılığın sinerjik etkisi sonucu ortaya çıkabilecek kazançlar (Şekil.4) ana başlıklar halinde şu şekilde sıralanabilir¹⁹:

1. Verimliliğin artırılması
2. Uluslararası rekabetebilirlik avantajının yaratılması
3. İstihdamın geliştirilmesi
4. Ödemeler bilançosu dengesizliğinin giderilmesi
5. Ulusal ve endüstriyel alanda güvenliğin artırılması
6. İletişim ve hizmetler gibi sektörlerin gelişiminin sağlanması
7. Sosyal ve insani kalkınmanın sağlanması
8. Kaynak kullanımında etkinliğin sağlanması
9. Çevrenin korunması
10. Ekonomik büyüme ve kalkınmanın hızlanması

¹⁸ Ergin UZGÖREN, "Globalleşen Dünya Ekonomisi ve Uluslararası Rekabetebilirlik Avantajı", Tavşanlı M.Y.O. Yıllığı, Ekim, 1995, s. 152.

¹⁹ Roy ROTHWELL and Walter ZEGVELD, *Industrial Innovation and Public Policy*, Greenwood Press Westport, Connecticut, 1981, s. 57.

**Şekil. 4 Devingen Yaratıcılık Sonucu
Ortaya Çıkabilecek Kazançlar**



Deyingen yaratıcılık sonucu yukarıda özetlenen kazançların ortaya çıkabilmesi; bilgi toplumunun genel özelliklerine uygun bir stratejinin işlenmesine bağlıdır. Bu stratejinin ne olması gerektiğine ilişkin tüm firmalar veya ülkeler için geçerli olabilecek sadece bir stratejik model (reçete) geliştirilemez. Her ülke veya firma kendi alanında uluslararası rekabete değerlilik avantajı yaratabilmek için bilgi toplumunun dışsal etkilerini pozitif sinerjiye dönüştürebilmenin yöntemlerini geliştirebilmelidir. Çünkü henüz sanayi toplumu aşamasını dahi tam olarak tamamlayamamış toplumlarda, tüm bilgilerin derlenmesi sonucu oluşturulabilecek bir piramidin tabanındaki bilgilere sahip olmadan zirvedeki bilgilere sahip olunamayacağı bir gerçektir²⁰

Farklı ülkelerin farklı stratejiler izleyerek elde etmiş oldukları deyingen yaratıcılık kapasitesini ortaya koyabilmek için yapılan son çalışmaya göre ortaya çıkan ülke sıralaması Tablo 1.'de görülmektedir:

²⁰ Bilgi toplumunda ekonomik sistem hakkındaki ayrıntılı tartışmalar için bkz. DÜĞER, s. 86-88.

ABD' nin devingen yaratıcılık kapasitesinin gelecekte gitgide azalacağı, buna karşılık Japonya, İsviçre ve İskandinav ülkelerinin kapasitesinde ise artış görüleceği belirlenmiştir. Zaman içinde Japonya' nın devingen yaratıcılık kapasitesinde bir artış görüleceği beklentisinin temelinde; bu ülkedeki 1990' lı yıllarda oluşturulan devingen yaratıcılığın gelişimine uygun ortam ve Ar-Ge harcamalarındaki yüksek artış yer almaktadır.

ABD' nin sahip olduğu dezavantaj ise; devingen yaratıcılığına yönelik sinerjiyi büyük oranda savunma sanayiinden almış olmasıdır. ABD' nin devingen yaratıcılık kapasitesi üzerinde sosyalist blokun yıkılmasının olumsuz etkisi olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Dvingen Yaratıcılık Endeksine Göre Ülke Sıralaması

1980	1993	1995	1999	2005
İsviçre	İsviçre	ABD	Japonya	Japonya
ABD	Japonya	İsviçre	İsviçre	Finlandiya
Almanya	ABD	Japonya	ABD	İsviçre
Japonya	Almanya	İsveç	İsveç	Danimarka
İsveç	İsveç	Almanya	Almanya	İsveç
Kanada	Danimarka	Finlandiya	Finlandiya	ABD
Fransa	Fransa	Danimarka	Danimarka	Almanya
Hollanda	Kanada	Fransa	Fransa	Fransa
Finlandiya	Finlandiya	Kanada	Norveç	Norveç
İngiltere	Avustralya	Norveç	Kanada	Kanada
Norveç	Hollanda	Hollanda	Avustralya	Avustralya
Danimarka	Norveç	Avustralya	Hollanda	Avusturya
Avusturya	İngiltere	Avusturya	Avusturya	Hollanda
Avustralya	Avusturya	İngiltere	İngiltere	İngiltere
İtalya	Y. Zelanda	Y. Zelanda	Y. Zelanda	Y. Zelanda
Y. Zelanda	İtalya	İtalya	İtalya	İspanya
İspanya	İspanya	İspanya	İspanya	İtalya

* Tahmini rakamları göstermektedir.

Kaynak: Meral TAMER, "Yenilikçilikte ABD Geriliyor!", Milliyet, 06.02.1999, s. 8.

İsviçre'nin devingen yaratıcılıkta hep ön sıralarda yer alması ise, ilaç sanayi-nin gelişimine dayandırılmaktadır. Danimarka, Finlandiya ve İsveç gibi İskandinav ülkelerinin yükselen başarı grafiğinde ise, bu ülkelerde son dönemlerde özel sektörün Ar-Ge harcamalarındaki ciddi artışlar önemli bir rol oynamaktadır.

1980' li yıllara kadar önemli bir devingen yaratıcılık kapasitesine sahip olan Batı Almanya'nın ise, Doğu Almanya ile birleştikten sonra belirli bir gerileme kaydettiği gözlenmektedir²¹.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilgi toplumunda uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yaratılmasında bilgi üretimi, bilginin en verimli kullanımı ve üretim süreçlerine uygulanması yoluyla sürekli verimlilik artışlarına neden olan devingen yaratıcılığın stratejik bir öneme sahip olduğu görülmektedir.

Bu nedenle uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratmak; ister bir hedef isterse çeşitli hedeflere ulaşmada bir araç olarak düşünülün devingen yaratıcılığın önemi azalmamaktadır.

Devingen yaratıcılık kapasitesinin artırılabilmesi için; Devingen yaratıcılığın gelişimini engelleyen teknik, örgütsel, yasal, finansal ve piyasa yapılarına ilişkin engellerin ortadan kaldırılmasına yönelik olarak hükümetler veya işletmeler tarafından çeşitli tedbirlerin alınması önem kazanmaktadır.

Hükümetler tarafından:

- ✓ Toplumda devingen yaratıcılık kültürünün geliştirilebilmesi ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılabilmesi için, eğitim ve Ar-Ge ye önem verilmelidir. (Dağıtımçı eğitim sisteminin geliştirilmesi, öğrenmenin yaygınlaştırılması, Üniversitelerin bilgi üretiminin teşvik edilmesi, Teknoparkların kurulması v.b. tedbirler alınmalıdır.)
- ✓ Piyasa ekonomisinin işlerliğini sağlamaya yönelik tedbirler alınmalıdır.
- ✓ Devingen yaratıcılığı engelleyecek çeşitli yasal engeller kaldırılmalıdır.
- ✓ Devingen yaratıcılığa yönelik faaliyetler ve yatırımlar öncelikle ele alınıp teşvik edilmelidir.

İşletmeler tarafından:

- ✓ Piyasa ve çalışma koşullarında meydana gelen değişimi algılayan yönetim anlayışı benimsenmelidir.
- ✓ Hizmet içi eğitim ve Ar-Ge ye önem verilmelidir.
- ✓ Devingen yaratıcılığın bir işletme kültürü olarak benimsenmesi için stratejiler geliştirilmelidir.

²¹ Meral TAMER; "Yenilikçilikte ABD Geriliyor!", Milliyet, 06.02.1999, s. 8 Ayrıca, 1980' li yıllar öncesindeki gelişmeler hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: PORTER, *The Competitiveness...*, s. 89 ve E.M.F., *The World Competitiveness Report*, E.M.F. Foundation, August, 1990.

KAYNAKÇA

- BOORSTIN, Daniel J : **Keşifler ve Buluşlar**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1994.
- DRUCKER, Peter F. (Çev. B. ÇORAKÇI) : **Kapitalist Ötesi Toplum**, İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1994.
- DRUCKER, Peter F. : **"The Discipline of Innovation"**, Harvard Business Review, May-June 1985.
- DÜĞER, İsmail Hakkı : **Stratejik Düşünce Analizi**, Ders Notları, Kütahya, 1998.
- E.M.F. : **The World Competitiveness Report**, E.M.F. Foundation, August, 1990.
- HİÇ, Mükerrrem : **Büyüme ve Gelişme Ekonomisi**, Sermet Matbaası, Kırklareli, 1981.
- KUTLU, Erol : **Dünya Ekonomisi**, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 1995.
- OĞUZ, Şeref : **"Glocalisation"**, Milliyet, 13.12.1998, s.7.
- ÖYMEN, Edip E. : **"İş'in Tanımı Değişiyor"**, Milliyet, 30.11.1998, s.18.
- PORTER, Michael E. : **Competitive Strategy : Techniques For Analyzing Industries and Competitors**, The Free Press, New York, 1980
- PORTER, Michael E. : **The Competitive Advantage of Nations**, The Free Press, 1990.
- QUINN, James Brian : **"Managing Innovation : Controlled Chaos"**, Harvard Business Review, May-June, 1985.
- ROTHWELL, Roy and ZEGVELD, Walter : **Industrial Innovation and Public Policy**, Greenwood Press Westport, Connecticut, 1981.
- TAMER, Meral : **"Yenilikçilikte ABD Geriliyor!"**, Milliyet, 06.02.1999, s.8.
- UZGÖREN, Ergin : **"Globalleşen Dünya Ekonomisi ve Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajı"**, Tavşanlı MYO Yıllığı, Ekim, 1995.
- UZGÖREN, Ergin : **Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajı ve Türkiye Uygulaması**, Anadolu Üniversitesi, Basılmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 1992.