

# Fikri Mülkiyetin Ürün İnovasyonu ve Pazar Şekillenmesi Üzerindeki Yıkıcı Etkileri

Burak Erkut\*

## Öz

Avusturya iktisat okulu, fikri mülkiyeti uzun zamandır gündeminde tutmakta olsa dahi, bu unsuru fikrîsel bir bütünlük içinde ele alamamıştır. Yakın tarihli araştırmalar, fikri mülkiyeti praksiyolojik açıdan ele alır ve onu praksiyolojik bir imkânsızlık olarak değerlendirir. Bu bağlamda, fikri mülkiyet yasalarının pazar evrimine yıkıcı etkileri olduğundan bahsedilmektedir. Bu yazıyla amaçlanan, fikri mülkiyetin ürün inovasyonu ve pazar şekillenmesi sürecine yıkıcı etkisini analiz etmektir. Bu yıkıcı etkiyi anlamının temel taşı da yeni ürünlerin ortaya çıkış sürecinin başlangıç noktasında bulunan algı sürecini anlamaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Ürün inovasyonu, Pazar şekillenmesi, Fikri mülkiyet, Praksiyoloji.

**Disruptive Impacts of Intellectual Property on Product Innovation and Market Shaping**

## Abstract

Austrian school of thought has long dealt with the notion of intellectual property and intellectual property rights without much consensus. Recent research aims to observe intellectual property in the praxeological setup, by focusing on its praxeological impossibility. In this sense, intellectual property laws are considered as having disruptive effects on market evolution. Current approach focuses on current research to show that intellectual property is disruptive to the market evolution, in particular, product innovation and market shaping and the key element to understand this is the role of perceptions as a point of departure for innovations.

**Keywords:** Product innovation, Market shaping, Intellectual Property, Praxelogy.

\*Dr. | Bahçeşehir Kıbrıs Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü,  
Araştırmacı, Ekonomi ve Mali Araştırmalar Enstitüsü, IREF, Fransa  
burak.erkut@baucyprus.edu.tr | ORCID: 0000-0001-7746-782X  
*Liberal Düşünce* Dergisi, Yıl: 26, Sayı:103, Yaz 2021, ss. 293-299.  
Gönderim Tarihi: 10 Eylül 2021 | Kabul Tarihi: 20 Eylül 2021

## Giriş

Fikri mülkiyet, en az son 50 yıldır iktisat biliminin gündeminde olan bir kavramdır (Cwik, 2008; Güler, 2012). Bozbel (2015: 3) mülkiyeti şu şekilde tanımlar: “telif haklarını, patentleri, faydalı modelleri, endüstriyel tasarımları, coğrafi işaretleri, marka, benzeri işaret ve sembol ve logoları ve yarı iletken ürünlerin topografyalarını kapsayan bir şemsiye terim”. Bu tanımlamadan yola çıkarak, fikri mülkiyetin insan zihninin bir ürünü olduğu belirtilmiştir (Bozbel 2015), ancak fikri mülkiyetin iktisadi yaşamdaki rolü üzerine olan tartışmalar, onu tanımlamak kadar kolay bir eksende gelişmemiştir. “Fikri Mülkiyetin İmkânsızlığı Üzerine” başlıklı makalesinde Jakub Bozydar Wiśniewski (2020) fikri mülkiyeti praksiyolojik bir imkânsızlık olarak tanımlar. Kökeni Yunanca “praksis” ve “logos” kelimelerinden oluşan praksiyoloji, eylem analizi anlamına gelmekte olup, “problem çözümlerinde harekete geçirilen bilimsel bilginin farklı türdeki yapılarını ve bu yapılar arasındaki organizasyonu açıklamayı sağlamaktadır” (Temiz ve Yavuz, 2015: 73). Wiśniewski’ye göre fiziki ürünlerin meydana gelmesi hareketin ya da eylemin önkoşuludur ve bu da mevzubahis ürünleri oluşturan fikir işçiliğinin değerinin gerçek ve objektif anlamda ölçülemeyeceği anlamını taşır, çünkü bu ürünleri hayal ederek gerçekleştirenler, kendi sübjektif bilgilerinden yola çıkarak bunu yapmaktadırlar. Bu makalede amaçlanan, fikri mülkiyetin imkânsızlığını ele alan Jakub Bozydar Wiśniewski’nin fikirlerinin incelenerek argümanlarının ürün inovasyonu ve pazar şekillenmesi bağlamında ele alınması, ve argümanlarında değinmediği bir husus olan alguların rolünün aslında fikri mülkiyetin praksiyolojik bir imkânsızlık olarak değerlendirilmesinde en büyük etken olduğunun gösterilmesidir. Bu makalenin geri kalanı şu şekildedir: İkinci kısımda Wiśniewski’nin fikirleri özetlenecek ve bunlar durumsallık kavramı ışığında değerlendirilecektir. Üçüncü kısım, Wiśniewski’nin fikirlerinin evrimci iktisat açısından değerlendirildiğinde ortaya çıkan açığı gösterecektir. Bu açık, yeni ürünlerin ortaya çıkmasının ilk aşaması olan algı aşamasıdır. Son olarak, dördüncü kısım genel bir bakışla makaleyi tamamlayacaktır.

## Wiśniewski’nin Fikirlerine Bir Bakış

Fikri mülkiyetin iktisat bilimini uzun süre meşgul ettiği, bu makalenin giriş kısmında belirtilmiştir. Bunu daha da açmak gerekiyorsa, Avusturya iktisat okulunun parçası olarak görülen iktisatçılar, bu konuyla ilgili farklı perspektifler geliştirmişlerdir (Cwik, 2018): Özellikle Böhm-Bawerk, Mises ve Rothbard gibi iktisatçılar, fikri mülkiyet haklarını ve yasalarını sorgulamış

olsalar da, Avusturya iktisat okulu içerisinde bile bir mutabakata ulaşılamamıştır. Bu bağlamda, Wiśniewski'nin (2020) yaklaşımı, fikri mülkiyet ve fikri mülkiyet yasalarını sorgulayan bir geleneğin içerisinde değerlendirilebilir. Wiśniewski'ye (2020) göre, fikri mülkiyet praksyolojik bir imkânsızlıktır. Yazarın argümanı, yeni ürünlerin yapı taşları olan fikirlerin aslında hareket ya da eylem için bir önkoşul oldukları, yani iktisadi anlam taşıyan ürünler olmadıklarıdır. İnovatörler, fikirleri fiziksel ürünlere dönüştürürler, ve bunu yaparlarken de ortaya çıkardıkları fiziksel ürünler, kendilerinin özgün perspektiflerini, bakış açılarını, kendine has bir perspektiften bir ürün hayal edip bunu gerçekleştirmeleri sürecinin bütününe yansıtır. Eğer bir inovasyon bu açıdan ele alınırsa, fikri mülkiyet yasalarının keyfi müdahaleler olduğu ortaya çıkar. Bu keyfi müdahaleler, esasen Schumpeterci şirketlere etki etmektedir, çünkü bu şirketler, mevcut teknolojilerin yeni kombinasyonlarına ağırlık vererek bir değer oluşturma gayreti içerisindeyler, yani bu şirketlerin yaptığı, bir kaynak heterojenizasyonu oluşturmaktır. Her ne kadar Schumpeterci şirketler iktisadi gelişime önemli bir katkı sağlıyorsa da, yerleşik şirketlerin Schumpeterci şirketlere fikri mülkiyet yasaları üzerinden müdahale etmesi, hiçbir şekilde bir rastlantı olarak ifade edilemez (Wiśniewski, 2020). Wiśniewski'nin argümanlarındaki en temel unsurlardan biri, yeni ürünlerin ortaya çıkmasındaki fikirlendirme sürecidir. Yazar bu süreci fikirlerin ve fiziksel ürünlerin bir karışımı olarak değerlendirip, bu karışımın eşsiz bir sonucu olduğuna, o eşsiz sonuca da iktisadi ürün denediğine açıklık getirir. Fikirleşme sürecini praksyolojik değil psikolojik bir süreç olarak gören yazarın bakış açısı da Avusturya iktisat okulundaki diğer iktisatçılardan, özellikle Menger-Mises akımındakilerden farklı değildir. Fikirler, replike edilemeyişleri ve çevresel faktörlere adaptasyonları açısından ele alındıklarında, yeni ürünlerin ortaya çıkışının durumsal bir karaktere sahip olduğu anlaşılmaktadır (Erkut, 2018a). Bir olayın durumsallığı, o olayın ne imkânsız ne de gerekli olmaması üzerinden tanımlanır (Erkut, 2018b), ve Wiśniewski'nin de söylediği üzere, yeni bir fikrin intibakı, fikir sahibinin içinde bulunduğu duruma, planlarına ve yeteneklerine bağlıdır (Wiśniewski, 2020). Yazara göre, yeni bir ürünün meydana gelmesindeki en önemli etken, sahip olunan kaynakların fiziksel özellikleri, kapasitesi ya da somutlaştırdıkları fikirler değil, bu unsurlarda belli bir potansiyel olduğunu algılayıp bu potansiyeli yeni bir ürüne dönüştüren inovatörün subjektif bilgisidir. Bu bakımdan aslında Wiśniewski'nin Hayekçi bir geleneğin parçası olarak da değerlendirilebileceğini söylemek yanlış olmaz, çünkü Hayek'in anlayışında enformasyon (information) ile bilgi (knowledge) arasında bir fark vardır (Hayek, 1948): Enformasyon, sistemde objektif olarak vardır

ve ancak bir ekonomik aktör tarafından algılanıp o aktörün kendi kognitif algı çerçevesinde yorumlanırsa sübjektif bilgiye dönüşür. Bu sübjektif bilgi, pazarı şekillendirebilecek bir rekabet avantajı oluşturmaktadır (Erkut, 2016).

### Wiśniewski'nin Unuttuğu Boyut: Algılar

Önceki kısımda, Wiśniewski'nin fikirleri özetlenmiştir. Bu kısımda cevaplanacak soruya neden bir kaynak heterojenizasyonunun meydana geldiği ve neden eylemin ya da hareketin önkoşulu olan fikirlerin fikri mülkiyete tâbi tutulmamaları gerektiğidir. Bu soruyu cevaplamak için çıkış noktası, Erkut (2016) makalesindeki modeldir. Erkut'un modeli, ürün inovasyonu ve pazar şekillenmesi arasındaki bağlantıya odaklanıp diğer evrimci ekonomik modellerin aksine mikro-mezzo-makro çerçevesine dördüncü bir boyut daha ekleyerek algıların önemine değinmektedir. Bu boyut, algıların oluştuğu ve bilginin algılandığı nano boyutudur. Ortaya çıkan nano-mikro-mezzo-makro çerçevesinin ilk adımı olan nano boyut, yeni bilginin nasıl oluştuğunu tam olarak açıklayamayan evrimci ekonomik modellere karşı yapılan bir çıkıştır. Bu dört aşamalı döngüsel modelde yazar, yeniliklerin ortaya çıkmasının ilk aşamasının çevrenin algılanması olduğunu (nano) söyler. Hayek (1948) tarafından ifade edildiği üzere, çevre, objektif şekilde varolan enformasyonlardan oluşan bir sistemden oluşmaktadır. Ekonomik aktör kendi çevresini algılar ve bunun içinde bir örüntü keşfederse, çevresini sübjektif bir açıdan yorumlar ve bu sübjektif bilgi kendi rekabet avantajı olur (mikro). Sübjektif bilgi yeni bir ürün de olabilir, ve ekonomik aktör, kendi yetenekleri ve kapasitesiyle (mezzo) bu sübjektif bilgiyi bir esere dönüştürür – bu eser de, mesela yeni bir pazar altkesitini ortaya çıkararak pazarı şekillendirebilir (makro). Bu modelde süreç eserin ortaya çıkmasıyla tamamlanmaz; bunun yerine döngünün en başına, yani nano aşamaya geri dönülür ve bu yolla pazar evrimi döngüsel olarak gerçekleşir.

Bu modeli fikri mülkiyet ve Wiśniewski'nin bakış açısı açısından değerlendirecek, kaynak heterojenizasyonunun enformasyonun algılanması ve ekonomik aktörün algısında yeni sübjektif bilgiye dönüşmesinin sadece bir sonucu olduğu değil, ayrıca sebebi olduğunu da görürüz. Tam da bu sebepten dolayı Wiśniewski'nin deyişiyle bir entelektüel bir tekelin oluşturulması sadece keyfi değil, ayrıca pazar evrimi açısından da yıkıcı bir boyut taşır. Bunun açıklığa kavuşturulması için Almanya merkezli yazılım şirketi SAP SE'nin kuruluş hikâyesi üzerinden ilerlenilecektir (Erkut, 2018a, 2018b). SAP kurucuları, 1970'lerin başında IBM'de çalışırken çevrelerini algılayıp orada bir örüntü keşfettiler; bu örüntü de, her kurumsal müşteri için özel

olarak tasarlanan yazılımların temelinde yatan ihtiyaçların aynı oluşuydu. Bu örüntüden yola çıkarak, standardize edilmiş bir şirket yazılımı için yola çıktılar (standardize edilmiş yazılımlar yeni değildi, ancak ortaya çıkan standardize edilmiş, şirketlerin farklı departmanlarının aktivitelerini bir arada gösteren ve gerçek zamanlı veri girişine müsait olan yazılım, dünyada ilkti). Farklı kurumsal müşterilerin ihtiyaçlarını tek ve standardize edilmiş bir yazılımla karşılamak, bu yazılım aracılığıyla şirketlerin lojistik, muhasebe ve diğer bölümlerindeki verileri entegre ederek gerçek zamanlı veri girişine olanak tanımak, bir ürün inovasyonu olarak tarihte yerini aldı ve SAP'nin bugün şirket yazılımları sektöründe küresel liderliğine giden yolu açtı (Erkut, 2018a). Özetleyecek olursak, SAP'nin bu yazılımı aslında SAP kurucularının algılarının bir eseri oldu. Mevcut yazılımların ne olduğunu ve neyi gerçekleştirebileceklerini algılayan SAP kurucuları, bu yazılımlara karşı yeni bir alternatif hayal etti. Bu bakımdan aslında çıkış noktaları mevcut şirket yazılımları açısından bir süreç yazılımı olarak gözükse de, ortaya çıkan eser, standardize, gerçek zamanlı ve entegre şirket yazılımları için tamamen yeni bir piyasanın oluşmasına vesile oldu; dolayısıyla, bu yeni piyasanın oluşumu açısından ortaya çıkan eseri bir ürün inovasyonu olarak değerlendirmek doğru olur (Erkut, 2018a). Bu durum, inovasyon araştırmalarının ortaya koyduğu sonuçlardan farklı değildir (Erkut, 2016): Bir piyasa için süreç inovasyonu olarak değerlendirilen bir yenilik, bambaşka bir piyasa için bir ürün inovasyonu olarak değerlendirilebilir. Fikri mülkiyetle ilgili soru, algı sürecine daha yakın bakarak cevaplanabilir. Günümüz koşullarında gerçek zamanlı (çevrimiçi) veri girişini mümkün kılan, şirketlerin farklı departmanlarından gelen bilgi akışını entegre halde gösteren ve tüm şirketler için standardize edilmiş bir yazılım, zaten varolan bir üründür, yeni bir ürün değildir. SAP'nin ortaya çıktığı 1970'lerin başında, mevzubahis yazılım, 5 eski IBM çalışanı tarafından piyasaya sürülen yeni bir üründü. Bu 5 eski IBM çalışanının IBM'de geçirdikleri dönem, Ar-Ge bölümünde geçmedi – dolayısıyla, ortaya çıkan ürün inovasyonu, bir Ar-Ge çalışmasının ürünü değil, tamamen satış sorumlusu olarak çalışan 2 elemanın müşterilerle girdikleri diyaloglarda farkettileri örüntüydü. Örüntü keşfine vesile olan bur algı sürecine, ve bu algı sürecindeki fikir işçiliğine, hangi kriterlere dayanarak objektif bir değer biçebiliriz? Fikir işçiliğinin çıkış noktası olan algı süreci, bu algı sürecinin neticesinde ortaya çıkan yeni bilgi, bu yeni bilginin inovatörlerin kapasite ve yetenekleriyle bir esere dönüşüp piyasayı şekillendirmesi süreci, durumsal bir süreç olarak inovasyon tarihinde yerini alıyor. Bu süreçteki fikir işçiliğine objektif bir değer biçemeyeceğimiz aşikârdır. Wiśniewski'nin yazısında bahsettiği fikri mülkiyetin imkânsızlığı

bu örnekte de netleşmektedir, ancak Wiśniewski'nin bahsetmediği, algıların oluşturduğu nano boyuttur (Erkut, 2018b). Nano boyuttan yola çıkarak yapabileceklerimiz aslında çok sınırlıdır. Modern nörobilimin sağladığı olanaklarla insan beynini inceleyip, belli durumlara karşı nasıl reaksiyon gösterdiğini inceleyebiliriz. Yapamayacağımız ise insan beynindeki örüntü keşfine objektif bir değer biçmektir, çünkü bu örüntü keşfi, yalnızca mevzu bahis ekonomik aktörün mevcut çevresini algılamasından geçmez; aksine, bu çevreyi nasıl algıladığı ile de alakalıdır. Tüm bunlar son derece subjektif konulardır; bunların temelindeki fikir işçiliğine objektif bir değer biçilemeyeceği gibi, bu algı süreci, geri kalan fikir işçiliklerinden korunabilecek hazır bir tarif olarak da değerlendirilemez. Bunun da ötesinde, bu algı süreciyle başlayan ve piyasa şekillenmesine vesile olan süreç, aynı çerçevede, aynı insanla, aynı zamanda replike edilebilecek hazır bir tarif olarak da değerlendirilemeyecektir. Subjektif bilgiye dayalı yeni ürünlerin çıkış süreci işte tam da bu yüzden durumsaldır.

## Sonuç

Jakub Bożydar Wiśniewski (2020) yazısında fikri mülkiyetin neden praksiyolojik bir imkânsızlık olduğunu açıklamaktadır. Yazara göre bu imkânsızlığın meydana gelmesindeki en önemli etken, fikirlerin çeşitliliği ve birbirinden ayırd edici oluşlarıdır ki bu sayede birbirinden farklı ürünler ortaya çıkar. Yazara göre fikri mülkiyet yasaları, pazarların evrimini daha önce önerilenden daha da temel bir şekilde engellemektedir. Buna rağmen yazarın analizinde eksik olan unsur, algı boyutu ve bundan yola çıkarak gerçekleşen örüntü tanıma sürecidir ki bu süreç de ürün inovasyonu ve pazar şekillendirme aktivitelerinin başlangıcıdır. Çevreyi algılayıp çevrede yer alan farklı örüntülerin tanınmasındaki entellektüel işçiliğe objektif bir değer biçemediğimizden, fikri mülkiyet yasaları sadece keyfi değil ayrıca pazar evrimi ve iktisadi kalkınmaya yıkıcı bir etki yaratma noktasındadırlar. Pazar evrimi kişisel subjektif bilgiyi bir rekabet avantajına dönüştürüp pazara sunmak olduğundan, bu sürece – özellikle de bilginin algılanması ve subjektif bilgiye dönüşüp yeteneklerle yeni bir ürünün ortaya çıkması boyutlarına - keyfi koruma yasaları koymak, pazar evriminin döngüsünü bozmaktan başka bir anlam taşımamaktadır. Burada da asıl zarar gören, algılanan pazar açıklarının yeni ürünlere dönüştürülmesi önündeki keyfi engellerdir.

## Kaynakça

- Bozbel, Savaş (2015). *Fikri Mülkiyet Hukuku*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Cwik, Paul F. (2008). "Is There Room for Intellectual Property Rights in Austrian Economics?", *Mises Institute*, <https://mises.org/library/there-room-intellectual-property-rights-austrian-economics> (E. T. 10.09.2020)
- Erkut, Burak (2016). "Product innovation and market shaping: bridging the gap with cognitive evolutionary economics". *Indraprastha Journal of Management*, s.4, ss. 4-24.
- Erkut, Burak (2018a), "What did SAP change? A market shaping analysis", *Marketing and Branding Research*, s. 5 n. 1, <http://dx.doi.org/10.33844/mbr.2018.60186>, ss. 51-63.
- Erkut, Burak (2018b), "The emergence of the ERP software market between product innovation and market shaping", *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, s. 4, n. 3, <https://doi.org/10.3390/joitmc4030023>
- Güler, Esra (2012). "Geçiş Ekonomileri ve Yeni Kurumsal İktisatın Yeniden Yükselişi". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, s. 1 n. 13, İstanbul, ss. 52-68.
- Hayek, Friedrich August (1948). *Individualism and Economic Order*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Temiz, Burak Kağan ve Yavuz, Ahmet (2015). "Problem çözümlerinde bir analiz metodu olarak prakseolojik organizasyonun kullanımı: bir dinamik problem örneği". *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, s. 16, Kırşehir, ss. 71-90.
- Wiśniewski, Jakub Bożydar (2020). "On the impossibility of intellectual property". *Quarterly Journal of Austrian Economics*, s. 23 n. 1, Auburn, ss. 33-45.