

YENİLİK EKONOMİSİNİ ÖNE ÇIKARAN GELİŞMELER

DEVELOPMENTS HIGHLIGHTING INNOVATION ECONOMY

Doç.Dr. Arif ÖZSAĞIR
Gaziantep Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü

Özet

Evrimsel açıdan bakıldığında ekonomik ve toplumsal başarıların sürükleyici gücü yenilik ve yenileşme (inovasyon) olmuştur. Yenilik ve yenileşme bir süreçtir. Bu süreç daha çok kazanma, topyekün kalkınma ve rekabette üstünlük sağlamanın koşullarını ve kurallarını köklü biçimde değiştirmektedir. Dünün sanayi ekonomileri bilgi ekonomisine dönüşmektedir. 21. yüzyıl ekonomisinde (bilgi ekonomisinde) başarı, rekabette üstünlük ve daha iyi bir ekonomik performansın yenilik ve yenileşmeyle mümkün olacağı her geçen gün biraz daha iyi anlaşılmaktadır. Bu yeni ekonomi düzeninde zenginlik ve refahın kaynağı "bilgi temelli yenilikte" olduğu ortaya çıkmıştır. Bugün ekonomik anlamda ayakta kalmak ve rekabette üstünlük için yenilik (inovasyon) zorunlu hale gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, Rekabet, Bilgi ekonomisi

Abstract

When you look at the evolutionary point of, the driving force of economic and social achievements has been reform and the phenomenon of innovation. The phenomenon of reform and innovation is a process. This process has radically changed the terms and rules of earning more, the overall development and ensuring competitive advantage. Yesterday's industrial economies are becoming knowledge economy. In 21. Century economy (knowledge economy), it has been understood a little better every day that success, competitive advantage and a better economic performance will be able to with reform and innovation. In this new economic order, it has been emerged that the source of wealth and prosperity is "knowledge-based innovation". Nowadays, innovation has become imperative for survival in economic sense and competitive advantage.

Key Words: Innovation, ,Competiton, Knowledge Economy

1. Giriş

Evrimsel açıdan bakıldığında ekonomik ve toplumsal başarıların sürükleyici gücü yenilik ve yenileşme (inovasyon) olgusu olmuştur. Nerede bir kurumsal, toplumsal ve bireysel başarıdan söz edilse orada değişim ve yenilik olgusu ön plana çıkmaktadır. 21. yüzyıl ekonomilerinde de (bilgi ekonomisinde) başarı, rekabette üstünlük ve daha iyi bir ekonomik performansın yenilik ve yenileşmeyle mümkün olacağı her geçen gün biraz daha iyi anlaşılmaktadır. Yenilik ve yenileşme bir süreçtir. Bu süreç daha çok kazanma, topyekün kalkınma ve rekabette üstünlük sağlamanın koşullarını ve kurallarını köklü biçimde değiştirmektedir. Dünün sanayi ekonomileri bilgi ekonomisine dönüşmektedir. Bu yeni ekonomi düzeninde zenginlik ve refahın kaynağı “bilgi temelli yenilikte” olduğu ortaya çıkmıştır. Gelişmiş ülkeler, gelişimlerini günün koşullarına göre yeni buluş ve icatlarla (yeniliklerle) sağlamışlardır. Bu günde zenginleşmenin yolu yenilikten geçmektedir. Ancak dünden farklı olarak ekonomik zenginlik bilgi temelli hale gelmiştir. Böylece dünya ekonomisi her geçen gün bilgi-bilim ve teknoloji temelli hale dönüşmektedir. Artık rekabette üstünlük maddi sermayeye dayalı statik mukayeseli üstünlüklere değil, büyük ölçüde yeteneğe, yeni fikirlere ve bu fikirleri içeren ürünler, süreçler, çözümlere dayanmaktadır.

Dünün yeniliği kaba kol kuvvetine ve ucuz emeğe dayalı, atıl haldeki yer altı ve yer üstü kaynaklarını aktif hale getirme şeklinde ortaya konulurken bu günün yeniliği akıl ve akıl gerektiren ürünler üzerine kuruludur. Söz konusu yeni ürünler Ar-Ge departmanlarında üretilen bilgilerin ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi anlamında yeniliktir. Bu yeni ürün ve hizmetler Ar-Ge becerilerine sahip eğitilmiş emeğin çalışmalarıyla ortaya çıkan ve teknoloji denilen ürünlerin üretilmesiyle öne çıkmaktadır. Bugünün ekonomisi (bilgi ekonomisi) dünyanın sanayi ekonomisinden farklı yepyeni bir yapıyı zorunlu kılmaktadır. Bilgi ekonomisi, bilgi üretme ve bu bilgiyi ürüne dönüştürerek sürekli yenilikler getiren bir ekonomidir. Bir başka deyişle bilgi ekonomisi bilgi temelli yenilikçi bir ekonomidir. Bu çalışmada ekonomileri yenilikçi olmaya zorlayan gelişmeler irdelenecektir.

2. Yenilik Kavramından Yenilik Ekonomisine

Bilim, teknoloji ve ekonomi alanında en çok konuşulan konuların özünü batı literatüründe inovasyon sözcüğü ile anlatılmaya çalışılan olgu oluşturmaktadır. Anlamını karşılayacak tam bir Türkçe sözcük olmadığı için zaman zaman “yenilenme”, “yenilik” şeklinde çevrilse de bu terimler inovasyon terimini karşılamakta yetersizdir. İnovasyon, "yeni ve değişik bir şey yapmak" anlamındaki Latince "innovare" kökünden türetilmiştir. Cambridge Lerner's Dictionary'de yeni bir metot ya da fikrin kullanımı şeklinde tarif edilirken, Webster sözlüğü inovasyonu yeni ve farklı bir sonuç olarak tanımlamıştır. Türkçede yenilik, yenileme ve yenilikçilik gibi anlamına gelse de inovasyon yeniliğin kendisinden çok sonucunu; farklılaştırma ve değiştirmeye bağlı ekonomik ve toplumsal bir sistemi ifade etmektedir. Bu kısa açıklamadan hareketle yenilik ve yenileşme; “ekonomik, toplumsal, kültürel ve idari alanda yeni mal, hizmet ve yöntemlerinin kullanılmaya başlanması” şeklinde anlamak gerekir.

Yenilik ve yenileşme bir surectir. Bu surec bir fikirle başlar somut bir ürünle ya da hizmet şeklinde insanoğunun yararına olacak, onun yaşamını kolaylaştıracak bir yapıya bürünür. Dolayısıyla, inovasyon basit anlamlı bir yenilenme değil, yenilenmenin kuramsal aşamasından başlayarak yeni ya da yenileşmiş ürünü de içine alan ve pazarlanabilme niteliğini kabul eden bir surec.

OCED ve AB'nin ortaklaşa kaleme aldığı yenilikle ilgili Oslo Kılavuzunda, yenilik (innovasyon), kavram olarak, hem bir sureci (yenilemeyi/yenilenmeyi) hem de bir sonucu ('yeniliği') anlatığı vurgulanmıştır. AB ve OECD literatürüne göre, inovasyon, surec olarak, "bir fikri pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir imalt ya da dağıtım yöntemine, ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi" ifade eder. Aynı szck, bu dönüştürme sureci sonunda ortaya konan, "pazarlanabilir, yeni ya da geliştirilmiş ürün, yöntem ya da hizmeti" de anlatır (European Commission, 1995). Verilen tanımda dikkati ceken nokta, gerek surec gerekse sonuç açısından, 'pazarlanabilirlik' üzerindeki vurgulamadır. Ortaya konulan yenilik artımsal da olabilir (bir ürün, yöntem ya da hizmette birbirini izleyen kck adımlar hlindeki, 'incremental' yenilikler); köklü (radical) de; ama koşul pazarlanabilir olmasıdır. Tanımda dikkati ceken diğer nokta ise, dönüşüme konu olan 'fikir' üzerinde hiçbir nitelemenin olmamasıdır. Ne var ki, artık, yenilik konusu olan hemen hemen her ürün, üretim yöntemi ya da hizmetin bilim ve teknoloji içeriği (muhtevası) yükselmiş durumdadır ve giderek de yükselmektedir. Bu durumda, ister istemez, yenilik surecinin kendisi de giderek bilim ve teknoloji ile cok daha fazla ilintili hle gelmiştir ve artık, ana kaynağını da bilim ve teknoloji alanında ortaya konan yeni fikirler / yeni bilgiler oluşturmaktadır (TÜSIAD, 2003).

Çağımızda ortaya konan ve patentle koruma altına alınmaya değer bulunan yenilikler, teknolojik bulgulardan da öte, doğrudan bilimsel bulgulara / bilimsel bilgilere dayanır hle gelmiştir. Bu tespitten hareketle, inovasyon kavramı, son czmlenmede, bilim ve teknolojiyi ekonomik ya da toplumsal bir faydaya dönüştürmeyi ifade etmektedir. Yine buradan hareketle, ne cıkan noktanın 'teknolojik inovasyon' ve asıl marifetin, ürettiğimiz ürün ve kullandığımız üretim yöntemlerinin içerdiği teknolojileri geliştirmek ya da ortaya cıkan yeni-gelişkin teknolojilere dayalı olarak yeni ürün ve yeni üretim / dağıtım yöntemleri geliştirebilmek olduğu söylenebilir.

Nitekim OECD'nin inovasyon konusunda yayınladığı el kitabında (OECD, 1996, Oslo Manual) açıklandığı gibi inovasyon "teknolojik ürün ve surec"leri kapsamaktadır. Teknolojik rn anlamında inovasyon, ya daha önce olmayan, yeni bulunmuş, icat edilmiş bir ürün olabilir. Ya da daha önce var olan bir ürünün geliştirilmesi şeklinde olabilir. Surec anlamında inovasyon ise, üretim sureci (yöntemi) ve dağıtım sureci (yöntemi)'dir. Bu surec yepyeni bir üretim ya da dağıtım sureci olabileceği gibi yenilenmiş/geliştirilmiş bir surecte olabilir. Bir başka inovasyon trde örgütsel anlamda olabilir. Bu tür bir inovasyon (1) rgtn yapısının önemli ölçüde değiştirilmesi, (2) ileri yönetim tekniklerinin uygulanması, (3) yeni ya da yenilenmiş stratejilerin uygulanması şeklinde olabilir. Küresel rekabet ortamında üstünlük kurma inovasyona, inovasyon ise bilim ve teknoloji alanında ortaya konulan fikirler/ yeni bilgilere bağlıdır. Bu yüzden inovasyon sureci giderek bilim ve teknoloji ile daha fazla ilintili hale gelmiştir. Görüldüğü gibi yeniliğin ana kaynağını bilim ve teknoloji

alanında ortaya konulan yeni fikir/yeni bilgiler oluşturmaktadır. Yenilik kavramı son tahlilde yeni fikir ve bilgileri ekonomik ya da toplumsal bir faydaya dönüştürmeyi anlatmaktadır. Buradan hareketle yeniliği, bilimsel süreçlerden geçmiş bilgiyi, insanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere ekonomik ya da toplumsal faydaya dönüştürme süreci olarak tanımlamak mümkündür.

Buraya kadar yapılan yeniliği tanımla çalışmasında hareketle “**yenilik ekonomisi**” kavramı, ekonomik faaliyetlerde değişim ve yenileşmeyi dolayısıyla da yeni mal ve hizmetler üretmeye, bu ürünleri üretirken yeni süreçler geliştirmeye, yeni organizasyon modelleri kurmaya ve yeni pazarlama kanalları ve modelleri geliştirmeye odaklanmayı ifade etmektedir.

3. Yenilik Ekonomisini ne çıkaran Gelişmeler

3.1 Ekonomide Yaşanan Değişim Süreci

Dünya hızla değişmektedir. Edwards Deming’in dediği gibi “değişmek zorunlu değildir; zorunlu olan ayakta kalmaktır.” Ayakta kalmanın yolu ise değişen Őartlara göre yenilenmek ya da yenilik yapmaktır. Değişen dünyanın, değişen koşulları eski iř, ürün, kurumsal yapı iř süreçleri ve çalışma ilişkilerini de değiştirmektedir. Her bir değişim aynı zamanda yenilik ve yenileşme demektir. Drucker’ın dediği gibi yenilenme Őimdiye kadar görülmemiş bir hızla değişmekte olan pazarlara uyum sağlayacak Şekilde rn ve hizmetleri değiştirmek demektir. Birçok kurum değişmeyi ve yenilenmeyi öğrenmedikleri takdirde varlıklarını sürdürmesi imknsız hale gelecektir (Drucker, 1998). Yaşamakta olan dönüşüm ya da değişimin başaktr olarak teknolojik alandaki gelişmeler gsterilmekteyse de değişim, teknolojik alandan ziyade düşünsel alanda yaşanmaktadır. Düşünsel rn olan bilginin üretimi ile başlayan süreç, bilginin ürünlere, süreçlere, sistemlere ve hizmete dönüştürülmesi ile devam etmektedir. Bu döngüsel süreçte bilgi, yetenekli işgücü ve teknik alt yapı önemli rol oynamaktadır. Düşünsel rnlerin -bilginin- ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi, teknoloji adı altında somuta indirgenmesi ile başlamaktadır. İkinci aşamada bu ürünler hayatı yeniden dizayn etmektedir. Üretim değişmekte, çalışma hayatı değişmekte, iř yeri, öğrenim yerleri değişmektedir. İnsan ilişkileri yüz yüze olmaktan sanal ortamlara taşınmaktadır. Piyasalar somuttan soyuta geçmektedir. Mal üretiminden, hizmet üretimine, kısıtlı seçeneklerden çeşitli seçeneklere, ulusal ekonomiden küresel ekonomiye, maddi sermaye ağırlıklı bir ekonomiden, maddi olmayan sermayenin (bilgi sermayesi, entelektüel sermaye) daha önemli olduğu, bilgiye dayalı ekonomiye dönüşümün yaşandığı bir uygarlığa doğru yol alınmaktadır. Yaşanmakta olan değişim süreci (global değişim faktörlerinin etkisi ile ortaya çıkan dünya ekonomisinin yeniden yapılanması), kısaca "global değişim süreci" Şeklinde tanımlamaktadır. Global faktörlerin etkisi ile ortaya çıkan dünya ekonomisindeki yeniden yapılanma sürecini birbiri ile alakalı üç farklı düzlemde ele almak mümkündür. Bunlar, kapsam itibarı ile en genişinden başlayarak ifade etmek gerekirse;

1. Uluslararası ekonomi politik açısından dünya ekonomisindeki değişim ve yeniden yapılanma,
2. Ulusal düzeyde makro ekonomiler açısından sanayi-ötesi ekonomilere geçiş ve
3. Mikro açıdan işletme düzeyinde yeniden örgütleme süreçleridir.

Bu üç düzeydeki gelişmeler birbirleri ile yakından alâkalıdır. Hatta zaman zaman aralarındaki sebep-sonuç ilişkisi son derece karmaşık hale gelmektedir. Sözelimi, işletme düzeyinde mikro değişimler bile aslında dünya ekonomisindeki yapısal değişimlerle yakından ilgilidir. Başka bir ifade ile, global değişim sürecini ortaya çıkaran faktörlerin bir kısmı dünya ekonomisindeki yapısal değişimler gibi global düzeyde iken bir kısmı da; gelişen teknoloji ve uluslararası pazar şartlarına uygun olarak işin yeniden organizasyonu gibi işletme düzeyinde gözlenen değişimlerdir. Söz konusu bu üç düzlemin sonuçları itibarı ile ne kadar yakından alâkalı olduğu bilgi ekonomilerine geçiş sürecinde etkin olan makro değişim faktörlerinin mikro düzeydeki sonuçlarının "işin ve işyerinin yeniden örgütlenmesi" sürecini zorunlu kılması ile somut bir şekilde gözlenmektedir" (Kurtulmuş, 1996: 17-18).Evrimsel bakış açı ile Dünyada ekonomide yaşanan değişim ve yenileşmeyi genel hatları ile şu şekilde özetlemek mümkündür.

18.yüzyıldan itibaren yaşanan ilerleme ve değişim evrelerini 5 dalga şeklinde açıklamak mümkündür. Bu çerçevede; ekonomik yapıdaki ilk değişim Fransız İhtilali ile başlamış –ki bu birinci dalgadır-, ikinci dalga olarak kabul edilen I. Sanayi Devrimi neticesinde üretimin motoru olan buhar gücünün keşfi ve kullanımı kitlesel üretime ivme kazandırmıştır. Üçüncü dalganın gelişim sebebi olarak gösterilen demir-çelik sektöründe yaşanan ilerlemeler demiryollarının gelişimini teşvik etmiş, ulaşım maliyetlerinin düşmesi üretimi bir kez daha tetiklemiştir. Dördüncü dalgada; elektrik ve elektronik sektöründeki ilerlemeler, üretim sürecinde kullanılan motor gücüyle çalışan makinelerin yaygınlaşması, üretim aşamasında insan gücünün yerini yavaş yavaş teknik güce devretmesine ve üretim sürecinin hem hızlanmasına hem de üretim miktarının artmasına olanak tanımıştır. Fakat dünyadaki üretim sürecini çok farklı boyutlara taşıyan esas gelişme; beşinci dalga olarak isimlendirilen bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerle, bilginin üretim ve paylaşım hızındaki artışla kendisini göstermiştir.

3. 2. Yenilik Ekonomisinde Rekabet

Yenilik ekonomisinin öne çıkmasının bir nedeni de rekabettir. Yenilik kavramı, mal ve hizmetlerin tüketicilere sağladığı faydayı arttıracı veya mal ve hizmet üretiminin daha az kaynak kullanılarak yapılmasını sağlayabilecek tüm verimlilik artırıcı iyileşmeler olarak tanımlanabilir. Rekabet sürecinin yenilikleri teşvik etme işlevini nasıl yerine getirdiğini anlayabilmek için önce yenilik olgusunun tanımına ve ortaya çıkma koşullarına açıklık getirmek, ondan sonra da rekabetin bu süreçte oynadığı rolü tanımlamaya çalışmak gerekecektir. 20. yüzyılın ortalarından beri pek çok alanda yeniliklerin yapılması, bir tesadüf olmaktan çıkmış, yenilikler, belli bir maliyete katlanarak, belli bir süre içinde üretilebilen bir "meta" haline gelmiştir. Bu şekilde Ar-Ge faaliyetlerinin yoğun olduğu, "gri madde piyasası" olarak adlandırılan yeni bir piyasa doğmuştur. Ayrıca yeniliklerin çok büyük maliyetlere katlanılarak yapılabilmesi, gerek firma yapısında ve davranışlarında, gerekse piyasa yapısında teknoloji geliştirme ve transfer dinamiklerini ve kanallarını önemli ölçüde etkileyen değişmeler yaratmıştır. "Bilimsel ve teknolojik devrim" olarak da adlandırılan bu değişimlerin ve yeni dinamiklerin ortaya çıkmasında rekabet sürecinin önemli bir rol oynadığı, ancak bu devrimin de rekabet sürecini derin

bir biçimde etkilediği görülmektedir. Bu çerçevede rekabetin yenilikleri teşvik konusundaki işlevlerini Türkan üç başlık altında değerlendirmektedir (Türkan, 2009).

1. Rekabetin yenilikleri teşvik etme sürecindeki işlevlerinden birisi teşebbüsleri yenilik yapmaya ve bilinen yenilikleri uygulamaya zorlayıcı etkiler yaratmaktadır. Yeniliklerin yapılması, pahalı bir süreç olduğu gibi yeniliklerin uygulanması da büyük maliyetlere katlanılmasını gerektirebilir. Buna karşılık yeniliklerin bu maliyetleri karşılayacak lde bir ilgi görüp görmeyeceğini öngörmek her zaman mümkün değildir. Dolayısıyla yeniliklerin uygulanması ciddi bir risk almayı gerektirir. Bu riski yaratan tek faktör yeniliğin ilgi görüp görmeyeceği değildir. Bu süreçte rakipler tarafından daha üstün veya cazip bir yeniliğin yapılıp yapılamayacağı da önem kazanır. Risk yaratan diğer bir faktör de yeniliğin korunmasının etkin olarak yapılamaması ve taklit yoluyla ciddi bir haksız rekabetle karşılaşılarak katlanılan maliyetleri karşılayamama durumuna düşülmesidir. Nihayet yenilik yapan teşebbüsler, çoğu zaman mevcut fiziki ve beşeri üretim altyapısının kullanılamaz hale gelmesinin yaratacağı maliyetleri de karşılamak durumunda kalırlar. Bu koşullar altında yeniliklerin yapılabilmesi için rakiplerin yarattığı rekabet baskısının varlığı büyük önem kazanmaktadır.

2. Rekabetin yenilikleri teşvik etme sürecindeki en önemli fonksiyonlarından birisi de yeniliklerin seleksiyonunu sağlamaktır. Burada hangi alanda, hangi konuda nasıl bir buluş veya icadın yapılacağından, hangi icadın uygulamaya sokulması için ne kadar ve ne yönde geliştirme çalışmalarının ve harcamalarının yapılacağına, yapılan yeniliklerin ne zaman nerede ve ne lde uygulamaya konulacağına kadar çok sayıda stratejik ve zor kararın verilmesi söz konusudur. Verilen bu kararlarda yanlışların yapılması veya çok büyük risklerin stlenildiğinin sonradan anlaşılması olasılığı her zaman vardır. Tüm bu hassas kararların rekabet ortamında alınması çeşitli açıdan yararlar sağlayacaktır. İlk olarak rekabet ortamında bu kararların çok daha hızlı bir biçimde alınması söz konusudur. Rekabetin yarattığı baskılar, firmaların bazı durumlarda çok yüksek risk almalarını da kolaylaştırıcı etkiler yaratabilir. Kısaca rekabetin hem yeniliklerde seleksiyonu etkinleştirici, hem de bu seleksiyonun daha hızlı bir biçimde yapılmasını sağlayıcı etkileri vardır. Ayrıca rekabetin, yanlış tercihleri elimine ederek, toplumun uzun vadede yüksek fırsat maliyetleri ödemesini engelleyici bir rolü de vardır.

3. Rekabet süreci, fikri ve sınai mülkiyetin korunması yoluyla yenilik yapan firmaların yüksek bir pazar gücü kazanmasının toplumsal refah üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltıcı etkiler de yaratmıştır. Rakip firmaların yaptığı yeniliklerle pazarda hâkim bir konuma ulaşması, bu süreçten zarar gören firmaları da yenilik yapmaya teşvik etmiştir. Bu şekilde sınai mülkiyetin korunmasından kaynaklanan refah kayıpları kısa sürede önlendiği gibi, yeni teknolojilerin hızla yayılması ve başka firmalara transferi konusunda da daha hızlı mesafe alınmasını teşvik eden bir ortam yaratılmış olmaktadır. Burada bilimsel ve teknolojik gelişmelerin de rekabet sürecini çok önemli lde etkilediğini ve yeniden biçimlendirdiğini belirtmek gerekir. Bilimsel ve teknolojik gelişmelerin rekabet sürecinde üstünlük kazanma ve varlığını sürdürebilme açısından büyük önem kazanması, firma yapılanmasında Ar-Ge yeteneği ve kapasitesini arttırıcı tercihlerin önem kazanmasına yol açmıştır. Ayrıca yenilik yapma kapasitesini arttırma arayışları, firmaları hem ulusal hem

de uluslar arası düzeyde yeni partnerler arama arayışına itmiş ve birleşme ve devralmalarda Ar-Ge kriterini ön plana çıkaran etkiler yaratmıştır. Bu bağlamda yeniliklerin ve yenilik yapmada üstünlük kazanma arayışlarının küreselleşme sürecinin hızlanmasında da önemli bir rol oynadığı görülmüştür.

Kısaca yeniliklerin rekabet sürecinde sağladığı üstünlük, hem firma yapısının hem de piyasa yapısının yenilikleri daha çok teşvik edecek bir biçimde değişmesine yol açmıştır. Bu durum, rekabetin yenilikleri teşvik edici etkilerinin kendi kendisini besleyen bir süreç yaratmasına yol açmıştır.

3.3 Rekabetin Yapısal Değişimi

Rekabet, piyasada ekonomik amaç ve çıkarlarını gerçekleştirmek isteyen ekonomik birimler arasında, zaman içinde ortaya çıkan bir yarış ve karşılık ilişki sürecidir (Erkan, 1987: 121; Ölmezoğulları 1998: 24). Bu tanımda hem üretici hem de tüketiciler rekabet sürecinin temel unsurlarıdır. Ancak üreticiler arasındaki rekabet daha belirgindir. Klasik ekolün serbest rekabet anlayışında ve onun devamı olan Neoklasik ekolün tam rekabet anlayışının özünü rekabet oluşturmaktadır. Ancak bu rekabet statik bir rekabettir. Firmaların homojen, standart ürünler ürettiği dönemde rekabet, ürün fiyatı üzerinde yoğunlaşmış bir rekabet söz konusudur (fiyat rekabeti). Homojen malların üretildiği dönemde tüketici tercihini belirleyen fiyat olduğundan rekabet fiyatlar üzerinden olmuştur. Daha sonraları fiyat rekabetinin yanında ürün rekabeti gündeme gelmiştir. Malın kalitesinde veya malın tüketimi için gerekli olan yan hizmetler tüketici nezdinde önem kazanmaya başlatınca bu konuda farklılaşmaya gidilerek kalite rekabeti denilen rekabet gündeme gelmiştir (Erkan, 1987: 122). Zaman içinde firmalar rekabet pozisyonuna ulaşmak için fiyat ve kalite dışında reklam ve yeni satış yöntemleri geliştirme üzerinde yoğunlaşmışlardır. Rekabet zaman boyutunun devreye girmesi ile statik olmaktan dinamik bir yapıya bürünmüştür. Esasen bir değişim, gelişim ve evrim içinde olan ekonomik sistemlerin alt sistemleri ve unsurları da bir evrimselleşme süreci içinde olmaktadır. Bu nedenle günümüzde rekabet dinamik hale gelerek neoklasik durağan (statik) rekabetten tamamen ayrılmaktadır (Erkan, 1987: 123).

Diğer taraftan, rekabet mekânsal anlamda da değişime uğramıştır. Piyasalar ulusal olmaktan çıkmıştır. Pazarlar “küresel pazar” hale gelmesidir. Bu gelişmeye paralel rekabet giderek yoğunlaşmıştır. Artık ülkeler, firmalar için, ürettikleri mal ve hizmetleri sadece kendi ulusal piyasalarında satabilmeleri yeterli olmamaktadır. Bu yetersizliği gidermek için bir taraftan ekonomik işbirliği ve entegrasyon anlaşmaları ile aralarındaki müşterek pazarları genişletme çabası içine girerken, diğer taraftan dünyanın farklı bölgelerindeki pazar paylarını artırmayı hedeflemektedirler. Bu çerçevede, birbirlerine rakip ticaret bölgeleri küreselleşen dünya ekonomisinde hâkimiyet mücadelesini sürdürmektedir. Bu mücadele piyasalardaki rekabetin de yoğunlaşmasına yol açmaktadır (Kurtulmuş, 1996: 114-5).

3.3.1 Rekabetin Küreselleşmesi

Küreselleşme rekabetin mekânsal anlamda değişimine yol açmıştır. Bir başka ifade ile rekabet yerel ve ulusal ölçekten olmaktan çıkmış, küresel boyutta oynanan bir oyun haline gelmiştir. Rekabetin küresel hale gelmesinin nedenlerini dört başlık altında toplamak mümkündür (Aktan, Vural, 2004: 144).

Rekabetin küresel hale gelmesinin nedenlerinden birincisi mal, sermaye, teknoloji ve hizmetler ile üretim ve dağıtım süreçlerinde küresel düzeyde serbestleşme ve deregülasyon eğilimidir. Son otuz yılda üç alanda iktisadi serbestleşme ve deregülasyon hareketleri söz konusu olmaktadır. (1) Mal ve hizmetlerin ticaretinde uygulanan tarifeye tarife dışı ticaret engellerinde azalma (korumacılığın gerilemesi)'dir. (2) Ulusal piyasaların dalgalanmaya bırakılması ve dolaysız yabancı sermaye yatırımları ve diğer uluslararası sermaye akımları ile teknoloji transferleri önündeki engellerin azaltılması (finans ve sermaye piyasalarının serbestleştirilmesi)'dir. (3) Telekomünikasyon, hava taşımacılığı, finans ve sigorta sektörleri başta gelmek üzere mal, hizmet ve finansal faaliyetlerin deregülasyonu ve tekellerin ortadan kaldırılması (yurtiçi piyasaların deregülasyonu)'dir. Bu gelişmeler küresel düzeyde teknoloji akım ve transferlerinin hız kazanması ile rekabetin artmasına, mal ve hizmet fiyatlarında dramatik düşüşlerin meydana gelmesine imkân sağlamıştır. Rekabetin küresel hale gelmesinin ikinci nedeni, ulus devletlerinin ya da uluslararası kurumların kontrolü dışında oluşan ve büyük ölçüde teknolojik gelişme ve yeniliklere dayalı faktörler oluşturmaktadır. Küresel ekonomik entegrasyonun ulus devletlerinin rolünü göreceli olarak azaltan ve küreselleşmenin arkasında yatan asıl neden, ulaşım, iletişim ve enformasyon alanında yaşanan hızlı teknolojik gelişme ve yeniliklerdir. Teknolojik gelişme bir yandan ulaşım ve iletişimi daha kolay ve ucuz bir hale getirirken, öte yandan, bilgi toplama, analiz etme ve transfer etme imkânlarını artırmış ve kişi ve firmaların küresel düzeyde koordine etmelerini kolaylaştırmıştır. Üçüncü neden ise ulus devletlerin kendi tercihleri ya da GATT, WTO, dünya bankası ve IMF gibi uluslararası örgütlenmelerin veya bölgesel entegrasyonların politikaları çerçevesinde benimsenen serbestleştirme (liberalization) yönündeki uygulamaları meydana getirmektedir. Bu konudaki dördüncü bir neden de 90'lı yıllardan itibaren çok sayıdaki ulus devletin piyasa ekonomisi modelini ve hukuk devleti ilkesini benimsemesidir. Ülkeler ekonomilerini dış ticarete ve yabancı sermayeye açtıkları ve liberal değerlere dayanan bir siyasi ve iktisadi sistemi benimsedikleri ölçüde rekabet güçlerini artırmak zorunda kalmaktadırlar.

Kısaca, bir taraftan serbest ticaret bölgeleri türünden bölgesel entegrasyon hareketleri, öbür taraftan, Dünya Ticaret Örgütü'nce sürdürülen, uluslararası ticaretin liberalleştirilmesi çabaları ile geleneksel koruma duvarlarının (gümrük vergileri ve kotalar) kalkmasıyla, uluslararası ticaret, liberal esaslar çerçevesinde yürütülmesi sağlanmıştır. Böylece hem mal hem de hizmetlerin serbest dolaşımı ile küreselleşme büyük boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak bilişim, telekomünikasyon ve ulaşım teknolojilerindeki hızlı gelişmelerde ekonomilerin küreselleşmesine hizmet etmiştir. Ulusal ekonomik sistemler hem birbirine bağlı hem de birbirlerine rakip duruma gelmiştir. Bu yapı içerisinde firmalar, artık sadece ulusal pazarlar için değil, uluslararası pazarlar için de üretimde bulunmaktadır. Toffler, firmaların yada ulusların artan rekabet ortamında başarılı olmalarını, onların üretimde çeşitliliğe ve esnekliğe verdikleri önemle ilişkilendirir (Özel, 1998:12). Ancak rekabet üstünlüğünün, ender ve kolayca transfer edilemeyen kaynaklar gerektirdiği; bu açıdan bilginin, özellikle örtülü bilginin (Dinçmen, 2001: 92), bir organizasyonun stratejik açıdan sahip olabileceği en önemli

kaynak olarak görüldüğü; rekabetçi bir çevrede, rekabet üstünlüğünü sürdürmek için organizasyonel becerinin, bilgi teorisi üzerine oturtulması gerektiği vurgulanmaktadır (Erkut, 2002: 67).

3.3.2 Rekabetin Dinamikleşmesi

Rekabette yaşanan değişim sadece mekansal anlamda değil aynı zamanda statik bir yapıdan dinamik bir yapıya doğru evrimselleşmektedir. Bir başka ifade ile rekabet statik (durağan) olmaktan dinamik ve değişken koşullarda oynanan bir oyun haline gelmektedir. Değişen koşullarda yeni fırsat ve tehditlerin ortaya çıkması ve sürecin bunlardan etkilenmesi söz konusudur. Rekabet bir oyun olarak düşünülürse oyunun kurallarında da her an yeni değişikliklerin ortaya çıkması, piyasanın önemli ölçüde ve ani genişleme ve daralmalar göstermesi, yaygın kullanımı olan teknolojide, tüketicilerin zevk ve tercihlerinde önemli değişikliklerin ortaya çıkması mümkündür. Ayrıca piyasalarla ilgili düzenlemelerde gerek uluslararası kuruluşların gerekse de kamunun sürpriz bir şekilde önemli değişikliklere gitmesi olasıdır. Şüphesiz tüm bu özellikler bütün ülkeler ve piyasalar için aynı ölçüde geçerli değildir. Yani çok değişken ve dinamik piyasalar olduğu gibi, her açıdan nispeten istikrarlı ve az değişme gösteren piyasalar da olabilir. Bu değişiklik ve istikrarsızlıkların rekabet sürecini olumlu ve olumsuz yönde etkilemesi mümkündür. Diğer bir ifadeyle bu değişkenlik kendi içinde rekabeti yok eden, rekabeti sürdüren ve veya rekabeti yeniden canlandırabilen unsurları da barındırmaktadır (Türkan, 2009).

Statik rekabet (static competition) kavramı, kısa dönemde mevcut rakipler arasında, veri teknolojiler kullanarak mevcut mal ve hizmet piyasalarındaki paylarını korumak veya arttırmak amacıyla yapılan ve statik etkinlik¹ yoluyla toplumsal refaha katkı sağlayan yarışı ifade eder. Dinamik rekabet (dynamic competition) kavramı ise, uzun dönemde mevcut ve potansiyel rakipler arasında yeni teknolojiler kullanılarak, yeni mal ve hizmet piyasalarını ele geçirmek amacıyla yapılan ve dinamik etkinlik² yoluyla toplumsal refaha katkı sağlayan

¹ Rekabet, kaynakların, israf edilmeksizin, optimal bir biçimde ve teknikte üretime tahsis edilmesini (üretimde etkinlik), tüketicilerin ihtiyacı olan mal ve hizmetlerin, o mal ve hizmete atfettikleri iktisadi değere uygun dağılımının gerçekleştirilmesini (kaynak dağılımında etkinlik) ve sınırsız ihtiyaç ve farklı zevkleri karşılamak için teknoloji, ürün ve üretim süreçlerinde sürekli iyileştirmelerde bulunmayı (dinamik etkinlik) sağlar. Mevcut kaynakların belirli bir teknoloji ve zaman dilimi içinde mümkün olan en yüksek üretimi sağlayacak şekilde kullanılması üretimde etkinliğe yol açarken mevcut gelirlerin belirli bir tercih yapısına göre ve en fazla tatmini sağlayacak biçimde belirli mal ve hizmetlere ayrılması tüketimde etkinliğin ortaya çıkmasına yol açar. Statik etkinlik kavramı içine çok sayıda etkinlik tanımı girmektedir: Mevcut üretim faktörleri (girdi) ile mümkün olan en yüksek katma değerin (çıktı) yaratılıp yaratılmadığı teknik etkinliği; üretim kaynaklarının ne ölçüde israf edilmeden kullanıldığı kaynak kullanımında etkinliği; üretim faktörlerinin hizmet sunum alanlarına ne ölçüde adil dağıtıldığı kaynak dağıtımında etkinliği (allocative efficiency); organizasyonda toplam maliyetlerin ne ölçüde minimize edildiği maliyet etkinliğini; bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı dolayısıyla maliyetlerin ne ölçüde azaltılıp üretimin ne kadar artırılabilirdiği teknolojik etkinliği ve ölçekteki büyümenin birim başına ortalama maliyetleri ne ölçüde etkilediği ölçek etkinliğini ifade eder

² Dinamik etkinlik, firmaların yeterince ar-ge faaliyetlerinde bulunup bulunmadığı, yenilik ve icatlarda bulunma kapasitesinin olup olmadığı, içinde bulunulan ekonomik ortamın yenilik ve icatları ne ölçüde özendirdiği, firmaların rakiplerine kıyasla fiyat dışı rekabet belirleyicilerinde (farklılaşma, yenilik ve icatlar, kapsam ekonomileri, müşteri memnuniyeti) ne kadar üstün olduğu gibi konular üzerinde odaklanır. Yenilik ve icatların hızlı ve karlı bir şekilde ticarileştirilmesi

yarışı ifade eder (Türkan, 2010). Bu ayrımda belirleyici olan unsur, statik rekabetin statik etkinliğe, dinamik rekabetin de dinamik etkinliğe dayalı olmasıdır (OECD, 2007). Basitleştirici varsayımlar altında düşünöldüğünde statik rekabet, esas itibariyle maliyet üstünlüğüne dayalı fiyat rekabetidir. Dinamik rekabet ise yenilikte/yenileşmede yetkinlik yeteneğine dayalı olarak yenilikte rekabetidir (Türkan, 2010).

Statik rekabet kavramının referans noktası, tam rekabet kavramıdır (OECD, 2007; Quigley, 2004; Sidak, Teece, 2009). Tam rekabet, statik etkinlik olarak adlandırılan üç temel etkinliği (üretimde etkinlik, değişimde etkinlik ve üretimde ve değişimde birlikte etkinlik) sağlayarak toplumsal refahı maksimum düzeye çıkarabilen bir rekabet biçimidir. Bu rekabetin en temel özelliği, teknolojinin, firma sayısının vs. veri olduğu kısa dönemde firmaları fiyat alıcı durumunda olmak zorunda bırakması, yani firmaların arz ettikleri mal ve hizmetleri kendi istedikleri fiyattan değil, piyasa fiyatından satmak zorunda kalmasıdır (Türkan, 2010).

Dinamik rekabet kavramının temelinde dinamik etkinlik, bu kavramın gerisinde de yenilik/yenileşme olgusu vardır. Bu çerçevede hangi yeniliklerin toplumsal refaha daha fazla katkıda bulunabileceği, etkin yenilik seleksiyonunun nasıl sağlanacağı, yeniliklerin gerektirdiği kaynağın nasıl bulunacağı ve nasıl etkin biçimde kullanılabilceği, hangi firma yapılanmalarının yenilikleri daha fazla teşvik edeceği, hangi piyasa yapılanmalarının yenilikleri daha fazla teşvik edeceği (Sidak, Teece, 2009) bu bağlamda rekabetin yenileşmeyi nasıl etkilediği ve yenileşmenin yada yeniliğin rekabeti nasıl etkilediği, hangi çevresel koşulların yeniliği nasıl etkilediği, aynı şekilde çeşitli regölyasyon modellerinin yeniliği nasıl etkilediği gibi çok sayıda yeni soruya cevap verilmesi gerekmektedir (Türkan, 2010).

Statik rekabet kavramından farklı olarak dinamik rekabet, denge anlayışına değil, dengesizlik anlayışına dayanmaktadır. Klasik ve neoklasik iktisatçıların çok önem verdikleri denge kavramı dinamik etkinlikte önemini yitirdiği gibi, etkinliği engelleyici bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü inovasyon, dengesizlik ortamında daha kolay ortaya çıktığı gibi dengeleri de bozan etkiler yaratmaktadır. İnovasyon statik rekabet sürecinde ortaya çıkan dengeleri altüst edici sonuçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ancak yeniliğin statik etkinliğe dayalı dengeye ulaşmayı kolaylaştırıcı veya hızlandırıcı etkiler yaratması da mümkündür. Yenilik hem girişleri kolaylaştırıcı, hem de zorlaştırıcı etkiler yaratabilmektedir. Yenilik hem hâkim durumları bozan ve değiştiren, hem de hâkim durum yaratabilen bir

uzun vadede etkinliği artıracak en önemli faktörlerden biridir. Firmalar uluslararası rekabet güçlerini yenilik ve icatta bulunarak ve kaliteyi artırarak geliştirebilirler. Yenilik ve icatlar, hem teknoloji ve metotları hem de yeni ürünleri, yeni üretim metotlarını, yeni pazarlama yollarını ve yeni müşteri gruplarını içerir. Rekabetçi yenilik ve icatları teşvik etmede ev sahibi ülkenin rolü bir endüstrinin rekabetçi avantaj elde etmesinde son derece önemlidir (Porter, 1998). Firmalar, rekabetçi olmaya devam etmek istiyorlarsa sürekli olarak yenilikler yapmak zorundadırlar. Mevcut ürünleri daha gelişmişleri ile ya da yenileri ile değiştirmek ve üretim süreçlerinde reorganizasyona gitmek rekabetçi bir çevrede ayakta kalabilmek için önemli birer araçtır. Bu nedenle yenilikler rekabet gücünün temelini oluşturur (Maarten, 1993).

olgudur. Yenilik hem piyasa gücünü arttıran, hem de piyasa gücünü ortadan kaldıracılabilen bir olgudur. Yenilik hem rekabeti arttıran, hem de rekabeti bozabilen, hatta ortadan kaldıracılabilen bir olgudur. Kısaca yenilik sürekli olarak mevcut durumu bozup veya yıkip yeni bir durum yaratan ve bir süre sonra bu durumu da yeniden şekillendiren yani değişimi sürekli kılan bir olgudur. Schumpeter'in ortaya attığı yaratıcı yıkım süreci (the process of creative destruction) kavramı bu açıdan anlam kazanmaktadır (Türkan, 2010).

O halde dinamik rekabet olgusu büyük riskler gerekir. Bu risklere katlanmanın gerektirdiği yüksek getirilerin mümkün olduğu ortamlarda gerçekleşebilecektir. Bu bakımdan statik rekabetin temel etkinlik koşulu olan marjinal maliyete eşit fiyatlandırma kuralı dinamik rekabet aından anlamlı olamayacaktır.

4. Rekabette Gücünün Yeni Parametresi: Yenilik

Küreselleşmiş dünya ekonomisinden daha çok pay almak, rekabet gücüyle yakından ilişkilidir. Rekabet gücü kavramı rekabetin yaşandığı alana göre farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Rekabet, firmalar arasında ise firma düzeyinde rekabet gücünden, endüstri düzeyinde ise endüstriyel rekabet gücünden ve uluslararası düzeyde ise ulusal rekabet gücünden söz edilmektedir.

Firma düzeyinde rekabet gücü, firmanın içinde bulunduğu piyasa ya da piyasalarda rakiplerine kıyasla düşük maliyette üretimde bulunabilme, ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliği gibi unsurlar açısından rakiplerine denk ya da daha üstün bir durumda olmayı ifade eder. Ayrıca yenilik ve icat yapabilme yeteneği (Cockburn, Coulibaly ve Vezina, 1998: 1; Harrison ve Kennedy, 124-19; Porter, 1998: 84; World Economic Forum, 1989: 5-12; President's Commission On Industrial Competitiveness, 3-7; . Francis, 1989: 3-7) de rekabette üstünlük sağlamada önemli unsur haline gelmiştir.

Endüstriyel rekabet gücü, endüstri, aynı sektörde faaliyette bulunan firmalar topluluğudur. Bu endüstri içerisinde bulunan firmaların tek tek değil bir bütün olarak piyasadaki rakiplerine eşit ya da daha st düzeyde bir verimliliğe ulaşması ve bu düzeyi sürdürme becerisidir. Rekabet gücü rakiplerine kıyasla eşit ya da daha düşük maliyette ürün üretme ve satma yeteneği (Markusen, 1992: 8) ile ilgilidir. Rekabette başarı, bir sanayi dalında rakiplerine eşit ya da daha st düzeyde bir verimlilikle, daha düşük maliyetle piyasanın gereklerine uygun mal ve hizmet retebilmekle elde eldir. Bugün bunu gerçekleştirmenin yolu icat ve yenilikçi bir anlayışa sahip olmaktan geçmektedir.

Uluslararası düzeyde rekabet gücü ise Bir ulusun, uluslararası piyasaların koşullarına ve standartlarına uygun mal ve hizmetleri üretebilme yeteneğidir (The President Commission On Industrial Competitiveness, 1983: 1; OECD, 1992: 237). Uluslararası alanda bir ulusun rekabet gücünün artırılması, üstün bir verimlilik performansına ve yüksek reel getirisi olan iktisadi faaliyetlere ülke kaynaklarının yönlendirilmesi becerisine bağlıdır. Rekabet gücü, sadece ihracat ve dış ticaret dengesini sağlamayla ilgili değildir; bunun yanı sıra ülkenin gelir ve istihdam düzeyini artırabilme (Fagerberg, 1988: 255-258; Dollar ve Wolff, 1995: 3) yaşam kalitesini iyileştirme ve sürekli artışlar sağlayabilme (Hatsopoulos, Krugman ve Summers, 1988: 299) ve uluslararası piyasalardaki payını artırabilme (Velloso ve Des R., 1990: 29-31) becerisidir.

Rekabet gücü kavramı üç farklı düzlemde tanımlansa da firma düzeyinde ele alınması daha anlamlıdır. Kester ve Luehrman'ında dediği gibi rekabet gücü ulusal düzeyde ve endüstri düzeyinden ziyade firmalar ve girişimciler arasında yaşanmaktadır. Çünkü piyasada rekabet yarışıında bulunan kurum devletler değil, firmalardır. Firmaların zel ya da kamu firmaları olması durumu değiştirmemektedir. Kuşkusuz hkmete izlenen politikaların firmaların rekabet gücünü etkilemektedir. Fakat firmaların yatırım, fiyat politikalar ve örgütsel yapısının nasıl olacağı her firmanın yönetici/yöneticileri tarafından belirlenir (Kester ve Luehrman, 1989: 15-27) te taraftan tek tek firmalar bir ulusun ekonomisini meydana getirirler. Bir ülkenin ne kadar çok uluslararası alanda faaliyet gösteren firması varsa ve söz konusu firmaların rekabet gücü ne kadar ykseksse o ülkenin rekabet gcde o kadar yüksektir. İlgili ülkenin vatandaşları da dünya ekonomisinden rekabet gücü oranında pay alır. Dünya Ekonomik Forumu da rekabet gücünü girişimcilerin ürün ve hizmetleri tasarlama, üretme ve fiyatlandırma aşamalarında rakiplerine göre üstünlük kazanmaları olarak tanımlamaktadır (World Economic Forum, 1989: 5-12). Küresel rekabette bir ülke firmalarıyla ve girişimcileri ile temsil edilirler.

Rekabet gücünün ls firmanın piyasadandan aldığı paydır. Firmanın piyasan aldığı payı belirleyen faktörlerden ilki rakiplerine göre daha düşük bir fiyatta üretme ve satma becerisidir. İkinçisi kalitedir. Daha sonraları ise firmaların, fiyat ve fiyat dışı unsurlar açısından rakiplerine göre daha çekici mal ve hizmetleri retebilmede yetkinliktir (World Economic Forum, 1989). Bir firmaya rekabet gücü kazandıran faaliyet dışı faktörler arasında beşeri sermaye ve teknolojinin önemi yadsınamaz. Zira kaliteli ürün, teknoloji ve emek matrisine göre kalifiye elemen ile yeni teknolojinin eseridir (Özsağır, 2007: 67). Buraya kadar yapılan açıklamalardan da anlaşılacağı üzere rekabet gücü tek boyuttan öte çok boyutlu bir kavramdır. Rekabet gücünü belirleyen faktörler zaman içinde değişime uğramıştır. Rekabetin geleneksel maliyet/fiyat odaklı bir yapıdan çıkarak bilgi, teknoloji ve yeniliklerle i ie geçmiş bir konseptte dönüşmüştür. Bu konseptin bileşenleri arasında hız, kalite, farklılık, maliyet ve yenilik gibi unsurlar vardır (Altuntuğ, 2007: 19). Kalite ve düşük üretim maliyetleri rekabet gücünü belirleyen faktörler olmaktan hızla uzaklaşmaktadır. Bunun yerine Amerikan rekabet gücü konseyinin de (Council on Competitiveness, 1999) belirttiği üzere yenilik/yenileşme rekabette önemli bir faktör haline gelmiştir. Gelişmiş ülkelerdeki işgücü maliyetleri, maliyet ve fiyatı rekabet gücünün belirleyeni olmaktan çıkarmıştır. Çünkü sosyal hakların gelişmediği dolayısıyla da insani sömürünün en çok olduğu ülke ya da uluslarda insan emeği rekabette üstünlük sağlama aracı olmuştur. Örneğin in Menşeili malların küresel pazarlarda rekabet avantajında etken faktör ucuz işgücü olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu ülkelerde faaliyet gösteren firmaların standart üretim yöntemlerini kullanması ve piyasaya eşit şartlarda giriş imknına sahip olması nedeniyle maliyetler ve fiyat esaslı rekabet gücünü gelişmiş ülkeler aleyhine etkilemiştir. Gelişmiş lkeler açısından rekabet gücünün yeni belirleyicileri yenilik yeteneğine sahip olma ve bu yeteneğe bağlı olarak geliştirilen mal ve hizmetlerin rakiplerden evvel piyasaya sürülmesi ile elde edilecektir (Council on Competitiveness, 1999: 11). Artık rekabet sürecinde bir firmanın rekabette üstünlük elde etmesini tayin eden unsur firmanın yenilik ve yenileşmeye yatkınlık derecesidir. Firmaların, sürekli değişen dış çevreye uyum

süreci yenilik yapma kapasitelerinin performansına bağlıdır. Yenilik yapma inisiyatifini kendileri başlatan işletmeler genellikle piyasaları önceden ele geçirdikleri için rakiplerini geride bırakarak önemli avantajlara ulaşabilmektedirler. Bu tür işletmeler “saldırgan yenilikçiler” olarak adlandırılırken “taklitçi” ya da “savunmacı” yenilikçiler olarak adlandırılan diğer işletmeler de kendi inisiyatifleri dışında da olsa ister istemez yenilik yapmak yarışına sürüklenmektedirler. Küresel rekabet sürecinde başarı örgütlerin yenilik yapma stratejisini içselleştirmelerine bağlıdır. Yenilik, bir bilgi demetinin somut ürün haline getirilmesidir. Dolayısıyla rekabette üstünlük, bilginin ürünlere, süreçlere (üretim yöntemlerine), sistemlere ve hizmetlere dönüştürülmesindeki yetkinliğe bağlı hale gelmiştir. Bu dönüşümde anahtar unsurlar, bilgi, yetenekli (bilgili) işgücü ve alt yapıdır (TÜSİAD, 2003: 23-24; Dinçmen, 2001: 90-95).

5. Sonuç

İnsanlık tarihine kabaca bakıldığında son derece önemli gelişmelerin ortaya çıktığı ve bu gelişmelerin kendi dönemleri itibariyle birer yenilik oldu çok açıktır. Evrimsel açıdan bakıldığında ekonomik ve toplumsal başarıların sürükleyici gücü yenilik ve yenileşme (inovasyon) olgusu olmuştur. Nerede bir kurumsal, toplumsal ve bireysel başarı söz edilse orada değişim ve yenilik olgusu ön plana çıkmaktadır. 21. yüzyıl ekonomisinde (bilgi ekonomisinde) başarı, rekabette üstünlük ve daha iyi bir ekonomik performansın yenilik ve yenileşmeyle mümkün olacağı her geçen gün biraz daha iyi anlaşılmaktadır. 1700’lü yılların son çeyreğinden buyana su ve buhar gücü yaygın olarak kullanılmasından tutun, demiryollarının yapımı ile ulaşım ve nakliye maliyetlerinde önemli düşüşlere yol açan gelişmeler birer yeniliktir. Daha sonra içten yanmalı motor ve elektrik gücüne dayanan ve çeşitli kimyasalların imalat sürecinde kullanıldığı bir devreden günlük yaşama girmesiyle modern iktisadi ve sosyal yaşamın başlanmasına yol açan bu gelişmelerde birer yeniliktir. Bir sonraki aşamada havacılık sanayi, petro-kimyasallar ve özellikle elektroniğin ulaşım ve iletişim maliyetlerini önemli ölçüde düşürmesi bu alanda yapılan Ar-Ge çalışmaları sonucu ulaşılan yeniliklerle olmuştur. Özetle gelişmiş ülkeler, gelişimlerini günün şartlarına göre yeni buluş ve icatlarla (yeniliklerle) sağlamışlardır. Bu günde zenginleşmenin yolu yenilikten geçmektedir. Ancak dünden farklı olarak ekonomik zenginlik bilgi temelli hale gelmiştir. Böylece dünya ekonomisi her geçen gün bilgi-bilim ve teknoloji temelli hale dönüşmektedir. Artık rekabet üstünlükleri maddi sermayeye dayalı statik mukayeseli üstünlüklere değil, büyük ölçüde yetenek ve bilgiye dayalı yeni fikirler ve bu fikirleri içeren ürünlere, süreçlere, çözümlere dayanmaktadır.

Kaynakça

- Aktan, C.C. ve Vural, İ.Y., Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Rekabet Dizisi, Yayın No: 253. 2004.
- Altuntuğ, N., “Rekabet Sürecinin Dinamik Boyutu, Bileşenleri ve Dinamizmi Sürdürebilme Yolları”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl/Volum:3, Sayı/Issue: 5, 2007.
- Council on Competitiveness, “The New Challenge to America’s prosperity: Findings from the Innovation Index”, Washington, D.C. 1999.
- Cockburn, J., Siggel, E., Coulibaly, M., ve Vezina, S., “Measuring Competitiveness and Its Sources: The Case of Mali’s Manufacturing Sector.” African Economic Policy Paper. Discussion Paper Number 16, October 1998.
- Dinçmen, M., “Bilgi Yönetimi”, MESS Mercek, 2001.
- Dollar D.,ve Wolff, E. N., Competitiveness, Convergence and International Specialization. London: The MIT Press, 1995, s.3.
- Drucker, P. F., “Zorunlu Yenilenme”, Executive Excellence, Yıl:1 Sayı:10, Ocak 1998.
- Erkan, H., Sosyal Piyasa Ekonomisi, Konrad adenauer Vakfı Temsilciliği, İzmir, 1987.
- Fagerberg, J., “International Competitiveness”, The Economic Journal. 1988 (June), No: 98.
- Francis, A., “The Concept of Competitiveness” in: A. Francis and P. Tharakan (Eds.), The Competitiveness of European Industry. London: Routledge, 1989.
- Harrison R. Wes. ve Kennedy, P. L., “A Neoclassical Economic and Strategic Management Approach to Evaluating Global Agribusiness Competitiveness”, Competitiveness Review. Vol 7-1.
- Hatsopoulos, G., Krugman P., Summers, L., “US Competitiveness: Beyond the Trade Deficit”, Science. July, No:241.
- Kester, C. W. Ve T. A. Luehrman (1989), Are We Feeling More Competitive Yet? The Exchange Rate Gambit Sloan Management Review, 1989, Kış.
- Kurtulmuş, N., Sanayi Ötesi Dönüşüm, İz Yayınevi, İstanbul. 1996.
- Markusen, J., Productivity, Competitiveness, Trade Performance and Real Income: The Nexus Among Four Concepts. Ottawa: Supply and Services Canada, 1992.
- Maarten, J. V., Striving for International Competitiveness: Lessons from Electronic for Developing Countries. Technical Paper No 84, March 1993.
- OECD, The Technology and the Economy: The Key Relationships. Paris: OECD, 1992.
- OECD, Oslo Kılavuzu Yenilik verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler, 3. Baskı, OECD/ Avrupa Birliği, 2005.
- OECD, Dynamic Efficiencies İn Merger Analysis, 2007, Unclassified DAF/COMP(2007),15-May-2008.
- Ölmezoğulları, N. İktisadi Sistemler, Ezgi Yayınevi, 1998.
- Özel, M., Küresel Rekabet, İz Yayıncılık, İstanbul, 1998.
- Özsağı, A. Bilgi Ekonomisi, nbel yayınları, Ankara, 2007.

- Quigley, N., Dynamic Competition in Telecommunications, Implications for Regulatory Policy, Commentary, C.D. Howe Institute, February, 2004.
- Porter, M. E., The Competitive Advantage of Nations. New York: The Free Press, 1998.
- Sidak, J. G. ve David Teece, D., Dynamic Competition in Antitrust Law, Journal of Competition Law & Economics, Forthcoming, September 2009.
- The President's Commission On Industrial Competitiveness, Report of the President's Commission on International Competitiveness. Washington D.C.
- Türkan, E., "Rekabet Süreçleri", Rekabet Günlüğü, www.Rekabet.gov.tr (17.04.2009).
- Türkan, E., "Statik rekabet ve Dinamik Rekabet", Rekabet Günlüğü, www.Rekabet.gov.tr (22.02.2010).
- TÜSİAD, Ulusal İnovasyon Sistemi: Kavramsal Çerçeve, Türkiye İncelemesi ve Ülke Örnekleri, TÜSİAD Yayınları, İstanbul, 2003.
- World Economic Forum, World Competitiveness Report. Geneva: IMEDE, 1989.
- Velloso J., ve Des R. P., "International Competitiveness and the Creation of Enabling Environment", in: I. Ul Haque (Ed.), International Competitiveness: Interaction of the Public and Private Sectors. Collected Papers from an EDI.
- Policy Seminar Held in Seoul, Republic of Korea, April 18, 1, 1990, EDI Seminar Series, Washington, D.C.: World Bank.