

Türkiye’de yenilikçiliğe ‘bütüncül ekonomik’ yaklaşım: Ekonomi-politik ve kültürel değerler*

Ufuk M. Çakmakçı

İstanbul Bilgi Üniversitesi, İşletme Bölümü, İnönü Cad. 28, Kuştepe, Şişli, İstanbul, 34387
e-posta: ucakmakci@bilgi.edu.tr

Özet

Bu makalede, kapitalizmin en kritik ve zorlu süreçlerinden birisi olan yenilikçilik konusunda Türk girişimciliğinin sığıcı devlet, ekonomi ve toplumu kapsayan ‘bütüncül bir ekonomik’ bakış açısı ile irdelenmeye çalışılıyor. Bu noktada Türk devletinin kalkınmacı kapasitesinin sınırları çizilirken, Türk girişim geleneğinin de bütünlüğün gerektirdiği açılımların aksine sığ bir şekilde salt kendi çıkarlarına odaklandığı belirtiliyor. Tarihsel açıdan bakıldığında ne devlet düzenlemelerinin ne de kültürel değerlerin ‘kaba bireyselci’ çıkarlara yönelik davranışların önüne geçebildiği gerçeğinin altı çiziliyor. Türkiye’de yenilikçilik ve girişimciliğin sığ kalmasının temelinde kurumsal kapasite ve bağlantıların yetersizliği, ekonomik yapının uzmanlaşma ve derinleşmeye köstek olması ve halihazırdaki bazı girişimcilik değerlerinin niteliği gibi ancak tarihsel ve değerler perspektifiyle anlaşılabilir sorunların olduğu gösteriliyor. Ayrıca sığ girişimcilik geleneğinin yenilikçilik üzerindeki somut sonuçlarına ilişkin sayısal verilere de yer veriliyor.

Anahtar kelimeler: Yenilikçilik, Türkiye, sanayileşme, ekonomi-politik, devletin rolü, girişimcilik değerleri, sığ girişimcilik.

‘Şu anda kendimize karşı ilk sorumluluğumuz erdemli (ahlaklı) olabilmektir.’
Emile Durkheim (1893) *The Division of Labour in Society*.

Giriş

Son dönemde ‘inovasyon’¹ başlığı Türk medyası ve danışmanlık çevreleri içerisinde önem kazandı.² Diğer bir deyişle, kapitalizmin en

* Bu makaleyi yorum, soru ve katkılarıyla geliştirmeme destek olan Beyza Oba, Soli Özel, Gülfem Çakmakçı ve Ali Sarıkaya’ya teşekkür ederim. Tüm hata ve eksikliklerin tarafımdan kaynaklandığını hatırlatmak isterim.

¹ Bu makalede “inovasyon” yerine “yenilikçilik” ya da “yenilik yaratma” kavramları kullanılacaktır.

belirgin özelliklerinden birisi olan yenilikçilik, Türkiye'nin gündemine yeni yeni giriyor. Ancak başlığın aynen korunması bile bu konudaki 'yenilikçilikten uzak' yaklaşımın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ayrıca Türkiye'de yenilikçiliğin uygulanma şansı itibariyle daha kısa vadeli ve pazarlama ağırlıklı başlıklar etrafında ele alınması da konuya yönelik tarihsel ilgisizlik ve yatırım eksikliğinin ve uzun vadeli düşünmeme eğiliminin bir tezahürü olarak ortaya çıkıyor (Kırım, 2005). TÜBİTAK'ın hazırladığı Vizyon 2023 strateji belgesinde yenilikçiliğe sadece makro-teknolojik hedefler açısından yaklaşılması ve mikro boyutuna gereken ilginin gösterilmemesi Türkiye'nin konuya hâlâ yabancı kaldığını gösteriyor.³

Dünyada ekonomik gelişme ve yenilikçilik literatürüne son dönemde kurumsal teoriye dayanan açıklamalar egemen olmaya başladı (bkz., örneğin, Nelson, 1993; Archibugi ve Pianta, 1994; Edquist, 1997; Whitley, 2000; Fligstein, 2001; kurumsalcılığın detaylı bir değerlendirmesi için bkz. Hodgson, 1994). Neo-klasik iktisat teorisi yenilik yaratma sürecinin üzerinde ciddi bir şekilde durmamıştı. Bu konuya teorik bir yaklaşım için açıklamalarını daha çok sosyo-ekonomik ve sosyo-politik bağlama dayandıran Schumpeter'i beklemek gerekmişti. Schumpeter elliser senelik dört büyük Kondratieff dalgası çerçevesinden bakıldığında gelişen ülkelerdeki büyüme potansiyelinin yenilikçiliği ön plana taşıyan girişimcilikle ilişkilendirilebileceğini ileri sürerek kapitalizmin gelişimini sağlam bir teorik çerçeveye oturmuştur:

'Kapitalist makineyi harekete geçiren ve sürekli hareket halinde kalmasını sağlayan temel itici güç kapitalist girişimin yarattığı *yeni* tüketici ürünlerinden, *yeni* üretim ya da ulaşım metotlarından, *yeni* pazarlardan, *yeni* sanayi organizasyonunun yarattığı güçlerden ortaya çıkar.' (Schumpeter, 1942: 83; vurgu eklenmiştir).

Böylelikle Schumpeter girişimi ve girişimciliği, kapitalist gelişmenin ve yenilik yaratmanın ana eksenine yerleştirmiş oldu. Dahası girişimciliğin etkilerinin yalnızca ekonomiyle sınırlı kalmadığını ve sanat, spor, bilim vs. gibi ekonomik gelişmeyle elele yürüyen diğer halkaları da tetiklediğini öne sürdü. Gene Schumpeter'e göre gelişmiş kapitalist toplumlarda genel olarak yenilikçiliğin temel kaynağı örgütler ve özellikle büyük ölçekli örgütlerdi. Bunlar araştırma-geliştirme yatırımlarıyla 19. yüzyıl İngiltere'sindeki girişimci bireyin (ya da 'maceraperest'in) yerini almışlardı. Yirminci yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte kapitalizm ve ekonomik kurumların gelişimine paralel olarak Schumpeter'in dört temel kategorisini tamamlayıcı yeni yenilikçilik biçimlerinin ortaya çıktığı görülüyor. Giderek küreselleşen bir ekonomide özellikle pazarlama, iş modeli, yönetim ve strateji

² Capital Ağustos, Eylül ve Aralık 2005; Turkishtime Ocak 2006; Akşam 6 Mart 2006; Sabah 22 Kasım ve 1 Aralık 2005; BTHaber 6 Mart 2006; Kırım 2005.

³ TÜBİTAK Vizyon 2023, bkz. <http://vizyon2023.tubitak.gov.tr/>.

sahalarındaki yenilikler, ürün yeniliklerine göre daha uzun dönemde sürdürülebilir rekabet üstünlüğü yaratır hale geldi.

Coğrafi olarak yenilik yaratma tek bir bölgeyle sınırlı kalmamış ve İngiltere’de başlayan sıçrama hamleleri Alfred Marshall’ın vurguladığı gibi yeniliğin ‘koklanan havada olduğu’ birçok ülkeye yayılmıştı. Öncelikle ABD, Fransa, Almanya gibi ülkelerde başlayan sıçramalar, ardından uluslararası işbölümünde kendine fırsat yaratabilen ‘geç sanayileşen ülkelerde’ de gözlemlenmeye başladı. Japonya ve ardından Güney Kore ve Tayvan gibi Uzak Doğu kaplanları kültürlerine özgü kapitalistleşme hamleleriyle taklitten başlayarak katma değer zincirlerine yenilikçilik halkasını da eklemeyi başardılar. Son dönemde ise Çin ve Hindistan’ın ucuz işgücü maliyetleriyle başlayan sanayileşme hamlelerinin kritik sektörlerdeki yenilikçilik girişimlerine giderek daha fazla yer verdiğine, marka gelişimi ve patent başvurularına ciddi ivme kazandırdığına şahit olmaktayız.⁴

Peki ama girişimciler hangi şartlar altında ve hangi saiklerle bu amaca yöneliyorlar? Diğer bir deyişle, hangi tür yapı-aktör ilişkileri yenilikçiliği ön plana taşıyor? Bu soruyu farklı bir şekilde de sormak mümkün: Eğer girişimciler yenilikçilik hedefleri dışında, devlet koruması altında çalışma eğilimi gösteriyorlarsa, uzmanlaşma ve derinleşmeyi zorlaştıran farklı yatırım sahalarına giriyorlar ve bu alanlarda güç odaklı çalışıyorlarsa açıklamayı hangi boyutlara dayandırmalıyız? Bu noktadan hareketle bu yazıda girişimciliğin verili olarak ele alınmaması gerektiğini savunacağım. Toplumda hakim olan iş yapma değerlerinin ve sosyo-ekonomik faktörlerin girişimciliğin potansiyelini ve faaliyet alanını tanımlayacağı konusunu da tartışmaya açacağım. Bu çerçevede, makalenin üzerinde durduğu sorun şöyle ifade edilebilir: Yenilik yaratmayla ilintili tüm kurumların var olduğu bir ekonomik coğrafyada yenilikçiliğin sığ kalmasını salt kurumsal bir perspektifte açıklamaya çalışmak ancak bir yere kadar tatmin edicidir. Zira bu kurumların ve bu kurumların dayandığı kavramların içinin doldurulmaması ya da doldurulmaması veya kurumlar arası ilişkilerdeki güçlü ve zayıf yanlar yalnızca tarihsel/kurumsal değişkenlere bağlanamaz. Bunlar kadar kültürel değerler yaklaşımına da ihtiyaç vardır. Yani kurumlara etkinlik kazandıran ve kavramları işlevsel kılan bu araçları günlük bağlamda kullanan ve hayata geçirilmelerini sağlayan, belirli değerler çerçevesinde çıkar saikiyle hareket eden ekonomik aktörler olacaktır. Kısaca girişimciliğin, uzun-kısa vadeli eğilimler, uzmanlaşma-yayıma, radikal-aşamalı-kısrar yenilikçilik, yeniden yatırım-tüketim gibi boyutlarını derinden etkileyen önemli bir faktör olarak kültürel değerlerin ciddiye alınması gerekiyor. AB’nin ‘Innovation Scoreboard’ çalışmalarında da görüldüğü gibi ülkelerin yenilik yaratma/yayma/tüketmeye açık olup olmadıklarını

⁴ World Intellectual Property Organization rakamlarına göre Çin’in uluslararası patent başvuruları 2006’da %60 artarak 3910’a ulaştı ve İsveç ve İsviçre’yi geçerek listede 8. sıraya yükseldi. Aynı sene Türkiye’nin patent başvuru sayısı 186 ile sınırlı kaldı.

belirleyen bu gibi faktörleri araştırmalar yavaş da olsa dikkate almaya başladı. Bunlar içerisinde girişimcilik tavrı ya da geleneği giderek ön plana çıktı.⁵

Bu çerçevede bu makale, tarihsel güç ilişkileri boyutunu ön plana çıkaran ekonomi-politik yaklaşımıyla girişimcilik ve yenilikçiliğin kapsamını belirleyen değerler yaklaşımını birbirini tamamlayıcı şekilde kullanarak kapitalist gelişmeyi açıklamayı amaçlıyor. Bir yandan ekonomik yapının ve örgütlerin tarihsel şartlarını ortaya koyarken diğer yandan da bu yapıyla etkileşim içindeki ekonomik aktörlerin girişimcilik değerlerini tartışmaya açıyor. Bu şekilde Türkiye'nin 20. yüzyıldaki modernleşme ve sanayileşme deneyimini yenilikçilik perspektifinden değerlendirmeye çalışıyor. Bir taraftan devlet-iş dünyası ilişkilerinin belirleyiciliğine ilişkin tarihsel bir açıklama sunuluyor. Diğer taraftan, girişimcilerin temel iş yapma biçimlerinin kültürel değerlerden olumsuz etkilendiğini ve ortaya çıkan 'iş yapma geleneğinin' hem girişimcilik ve yenilikçiliğin kısır kalmasına yol açtığını, hem de değerlerin aşınmasına katkıda bulunduğunu ve bunun ekonomik yapıya doğrudan etkilerinin olduğunu savunuyor. Kısacası bu makalede kapitalist gelişmenin temel eksenlerinden biri olan yenilikçiliğe, hem tarihsel bir analize, hem de kültürel değerlere vurgu yapan 'bütüncül bir ekonomik' yaklaşımla (bkz. Çakmakçı, 1997) ışık tutulmaya çalışılacaktır.

2. Yenilikçilik ve ekonomik gelişme: Bütüncül ekonomik bir yaklaşımın gerekliliği

Türkiye'de yenilikçiliği daha kapsamlı değerlendirebilmek için gerekli olan bütüncül bir bakış açısını ortaya koyabilmek düşüncesiyle şimdi bu konudaki literatürü inceleyeceğiz. Ekonomik gelişme literatüründe, açıklamalarını piyasaya (Williamson, 1985; Chandler, 1995) ve devlete (List, 1841; Gerschenkron, 1952; Johnson, 1982; Amsden, 1985 ve 1989; Skocpol, 1985; Evans ve Rueschemeyer, 1985; Evans, 1989) dayandıran önemli yaklaşımlar mevcuttur.⁶ İkinci yaklaşımın en son örneklerinden biri yenilikçilik konusunu ekonomik gelişme ile operasyonel bir tanım etrafında bir araya getiren Waldner'dır (1999). Bu çalışma, kalkınmacı devletin belirgin özelliklerden birisinin de yenilikçiliği gündeme taşıyan yüksek katma değerli ürünlere geçişin (planlama ve uygulama kapasitesi anlamında) gerçekleştirilmesi olduğuna işaret etmektedir.

⁵ http://trendchart.cordis.lu/scoreboard2003/html/inno_paths/context.html

⁶ Bu makalenin hedefi arasında bu çalışmaları incelemek yer almamakla birlikte bu yaklaşımların çok temel zaaflarına değinmeden geçmemek gerekiyor. İlk yaklaşımın özellikle tarihsel olmayan ve indirgemeci bakış açısı eleştiriye açıktır (Hamilton ve Biggart, 1998). İkinci yaklaşım ise çok boyutlu ilişkileri incelemek yerine, organik olarak toplumun bir parçası olan devleti ekonomik dönüşümü tek başına gerçekleştiren, kendi varolma amacına sahip, toplumdaki bağımsız bir aygıt gibi ele almasıdır. Toplumsal temeli olmayan bir devletin varlığı ve sosyal temellere dayandırılmayan güç kullanımı varsayımı bu tip analizlerin cazibesini azaltıyor.

Yenilikçilik literatürüne son dönemdeki çalışmalarda egemen olan bakış açısı ise Ulusal Yenilikçilik Sistemleridir (*'National Innovation Systems'*). Birçok değişkenin yenilik yaratmayı etkilediği ileri sürülse de bu perspektifin temelde öne çıkardığı özellikler, yapısal ve ekonomik olanlardır. Ağırlıklı olarak kurumlar arası ilişkiler ve bu ilişkilere dahil olan kurumsal kapasiteler açıklamaların temelini oluşturur (Nelson, 1993; Freeman ve Soete 1997, 12. bölüm). Özellikle devlet kurumları, özel sektör kuruluşları ve üniversiteler arasındaki ilişkiler bu noktada belirleyici sayılır. Özellikle de eğitim ve araştırma kurumları, devletin bilim ve teknoloji politikaları, finansal yapı ve ekonomiye egemen şirketlerin yapısı ülkelerarası farklılıkların temeli olarak görülür.

Bu bağlamda ortaya çıkan önemli ve daha dinamik bir kavram 'yenilikçilik ortamıdır' (*'innovation milieu'*): Yerel seviyede kurumların etkileşimiyle ortaya çıkan ve gelişen bilgi birikim süreci ve ekonomik aktörler arasında varolan kural, değer ve rutinler bütünü (Dicken, 2003). Bu perspektif özellikle coğrafi çeşitliliğe imkan tanıyan bakış açısıyla ya da yerel, bölgesel ve ulusal bağlamlara odaklanmasıyla daha derine inme fırsatı sağlıyor. Yenilikçilik ortamını bölgesel gelişme evrelerinden⁷ birisi olarak niteleyen ve yenilikçiliği daha sistemik bir şekilde inceleyen bu yaklaşım, Camagni'nin (1991) özetlediği gibi coğrafi yakınlık, firmalar arasındaki gayri resmi ilişkiler ve ortak öğrenme (*'collective learning'*) süreçlerine odaklanıyor. Moulaert ve Sekia'nın (2003) ifade ettikleri gibi sanayi bölgesi, yenilikçilik ortamı, yerel üretim sistemleri, bölgesel yenilikçilik sistemi ve öğrenen bölge gibi farklı bölgesel kavramlar, tanımları farklı olsa da, kültür ve değerlerin çoğunlukla rekabetçilik ve ekonomik gelişme üzerindeki etkisine vurgu yapıyor (s. 294).⁸

Kapitalist gelişmeyi inceleyen önemli bir analitik değerlendirme de Düzenleme (*'Regulation'*) okulundan geliyor. Bu ekol sürekli yeniden üretilen birikim sürecini salt ekonomik olmayan (piyasa dışındaki ya da 'ekonomi-üstü') kurumlar ve süreçlere dayandıran bir yaklaşımla ele alır. Bu anlamda neo-klasik iktisat teorisinin getirdiği toplumdan kopuk ve kendi genel dengesini bulan bir ekonomik piyasa yaklaşımını reddeder. Kapitalist sermaye birikim sürecini ve kapital ilişkisini krize gebe bir sistem olarak değerlendirir ve tarihsel olarak bu dönemleri ortaya koyarken, uzun dönemli büyüme evrelerini üretim ve tüketim arasındaki organik ilişkilerin temel özelliklerini ön plana çıkararak açıklar. Özellikle altın çağ olarak adlandırılan 1946-74 dönemindeki Fordist büyümeyi tüketici ürünleri üreten endüstrilerle üretim araçlarını üreten endüstrilerin birbirleriyle ters düşmeyecek şekilde büyümesini sağlayan Keynezyen refah devleti, finans

⁷ Bu bölgesel yaklaşımların detaylı bir incelemesi için bkz. Moulaert ve Sekia (2003) ve Eraydın ve Armatlı-Köroğlu (2005).

⁸ Saha çalışmaları Kuzey İtalya'daki yüksek teknoloji bölgeleri (Capello, 1999, s. 360-364) ve Sophia Antipolis (Longhi, 1998) gibi örnekleri içeriyor.

sektöründeki yenilikçi gelişmeler ve sendikal düzen gibi olgularla açıklayan bir ekonomi-politik yaklaşımı sunuyor. İdeoloji ve hegemonya kavramlarının da analizlere katılması sonucu oldukça kapsamlı açıklamalar getiriyor (Aglietta, 1979; Boyer, 2000; Jessop, 2001). Bu anlamda kapitalizmin 16. yüzyıldan beri süren gelişmesi dikkate alındığında, ekonomik alandaki gelişmenin (ya da piyasa ve piyasa güçlerinin) politik müdahalelerle iç içe geçtiğini vurguluyor (Boyer, 2000).

Bu perspektif sayesinde kapitalizmi ve kapitalist genişlemeyi ekonomik, politik, sosyal, ideolojik ve kültürel olarak çok daha kapsamlı bir şekilde algılama şansı bulabiliriz. Gramsci'nin bütüncül devlet (*'integral state'*) yaklaşımına paralel bir bakış açısıyla, devlet, toplum ve ekonomiyi geniş bir açıdan ele alabiliriz. Bu çerçevede Jessop'ın (2001) üzerinde durduğu noktadan hareket edebiliriz. Yani ekonomik bir olguyu anlayabilmek adına ekonomik olmayan kurumları, toplumsal kimlikleri, ortak vizyonları, kuralları, prosedürleri, ortak düşünce şekillerini, hesap yapma tarzlarını (*'modes of calculation'*), töre, norm ve kültürel değerleri analize katma şansını yakalayabiliriz. Düzenleme okulunun tartıştığı gibi aslında sermaye ilişkisi ya da sermaye birikim süreci çok sorunludur ve 'düzenlenmesi' gerekir. Bu anlamda devletin rolü önemli olabilir, ancak bir diğer faktör de bu sermaye ilişkisini oluşturan *piyasa faaliyetlerinin kültürel değerler tarafından düzenlenmesi* ve toplumun bütünlüğüyle çelişmeyecek bir sermaye birikim sürecinin ortaya çıkmasıdır. Bu konu ilerideki bölümlerde inceleyebileceğimiz gibi İttihat ve Terakki döneminden beri Türkiye için sorunlu bir alan olmuştur. Bu anlamda piyasada gerçekleşen ekonomik kâr arayışlarının toplumsal huzur ve bütünlüğü riske atmayacak bir yapıya kavuşturulmaları gerekir. Buna devletin sosyal bütünlüğü (*'social cohesion'*) sağlamadaki rolü kadar iş yapma değerleri de etki yapacaktır. Bu nedenle, yenilikçiliği anlamaya çalışırken kapitalist devletin kurumsal özellikleri ve sermaye birikim süreci yapısının (ya da *'devlet geleneğinin'*) yanı sıra toplumda kabul görmüş iş yapma değerlerini (ya da *'iş yapma geleneğini'*) de dikkate almamız gerekir.

Öncelikle değerlendirmelerimizde devlet kültürü ve toplum kültürü arasında bir 'parça-bütün' kopukluğu yaratmamaya özen göstermeliyiz. Aynı toplumsal kökene sahip devlet kadrolarına hakim olan eğilimlerin benzeri piyasa aktörlerinde de gözlenebilir. Devlet, ekonomi ve topluma organik olarak bağlıdır.⁹ Diğer bir deyişle, ekonominin büyümesi, vergi tabanının genişlemesi, ihracat artışı gibi kapitalizmin yayılması sonucu ortaya çıkan süreçler devletin değişim yaratabilme ve bu değişimi kurumsallaştırabilme kapasitesini etkiler. Ne var ki devlet sermaye birikiminin gereklerini yerine getirirken, aynı zamanda demokratik düzen içerisinde seçmen tabanının olası taleplerine de cevap vermek durumundadır

⁹ Devlet kuramlarına ilişkin bkz. Jessop, (1990).

(Jessop, 1990: 179). Bu nedenle devlet, kapitalizmin gereklerini ‘dar bir çerçevede’ algılayıp uygulamalarını kısa vadeli iktidarda kalabilme hedeflerine yönelik klientelist süreçlerle iç içe geçmiş bir şekilde gerçekleştiriyor olabilir. Ancak bu durumda sermaye kesimleri de kendi menfaatleri doğrultusunda riski dağıtarak ya da devlet aracılığıyla kamulaştırarak, kısa-vadeli, derinleşmeye ve yenilikçiliğe ters düşen bir şekilde hareket ederek, örgütlenmeyi rant arayışı etrafında aidiyet ve güç odaklı bir eksene oturtabilir (*‘structural coupling’*). Kısacası klientelist bir devlet yaklaşımı, bazı istisnai durumların dışında çıkar odaklı/nepotist özel sektör kurumlarıyla beraber bulunur. Bu anlamda ekonomi-devlet-toplum iç içe geçmiş bir yapı arzederler.

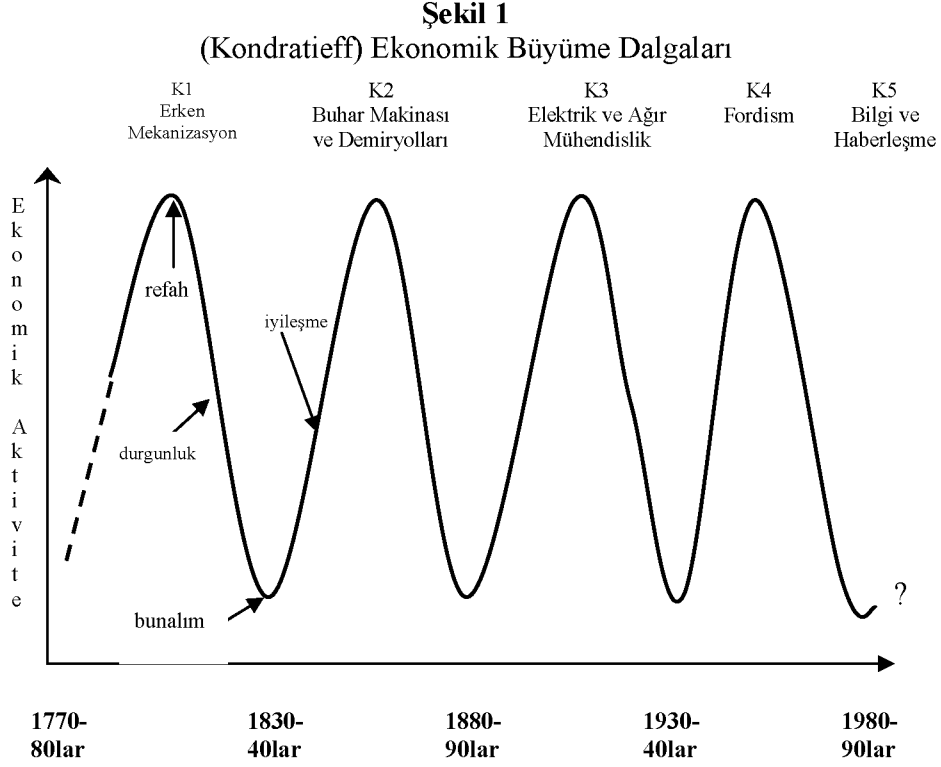
3. Yenilikçilik ve ekonomik gelişmenin dinamikleri: Makro ve mikro perspektifler

Türkiye’de ekonomik gelişmeyi olumsuz etkileyen sığ yenilikçiliği daha iyi değerlendirebilmek için konunun makro ve mikro perspektiflerine bakmak yararlı olacaktır. Yenilik yaratmanın ekonomik gelişmeyle olan ilişkisi ilk olarak Kondratieff ve Schumpeter tarafından belirlenen 50’şer senelik büyüme dalgalarıyla ifade edilmişti (Şekil 1’de özetlenen bu gelişme perspektifinin daha detaylı bir değerlendirmesi için bkz. Çakmakçı, 2002).

Benzer bir yaklaşımla birçok yazara göre yenilikçilik, sürdürülebilir ekonomik gelişmenin ya da rekabetçiliğin temelinde yatan ana faktörlerden birisidir (bkz. Dosi vd., 1988; Nelson, 1993; Hollingsworth, 2000; Dicken, 2003). İlk olarak Schumpeter kapitalist düzenin ‘yaratıcı yıkıcılık’tan kaynaklanan dinamik özelliklerinin ekonomik büyüme ve kamusal refahın artışının arkasındaki temel itici güç olduğunu ileri sürmüştü (1942: 68-90). Yaratıcı yıkıcılık varolan rekabetin şeklini, gerçekleştirilen (ürün, süreç, organizasyon, yönetim, iş modeli, veya pazarlama alanındaki) yeniliklerle temelden değiştiriyor, yani varolan düzeni yıkıyor ve yerine koyduğu yöntem ve bağlantılarla eski sistemin erişemeyeceği noktalara gitmeyi mümkün kılıyor.¹⁰ Böylece rekabet ortamı yerleşik oyuncularla birlikte sarsılıyor, ancak ortaya çıkan yeni, dinamik yapı ekonomik gelişmeye ivme kazandırıyor. Dolayısıyla ekonomik aktörler içerisinde buldukları rekabetçi çevresel şartlara adapte olabilmek ya da bu şartları kendi avantajlarına uygun bir biçimde şekillendirebilmek için yenilikçilik faaliyetlerini gerçekleştiriyor.¹¹ Bu anlamda Schumpeter’e göre rekabet bir disiplin getiriyor ve girişimcileri yeniliklere doğru yönlendiriyor.

¹⁰ Yenilikçiliği farklılaşma stratejisinin ana eksenine yerleştiren (yarı akademik) benzer yaklaşımlar rekabetin giderek zorlaştığı ve iş ortamının daha karmaşık hale geldiği son dönemde karşımıza daha sık çıkıyor; bkz. Christensen (1997), Kim ve Mauborgne (2005).

¹¹ Acs ve Audretsch (1988) büyük ölçekli şirketlerin hakim olduğu sektörlerde yenilikçiliğin daha yüksek oranda gerçekleştiğini belirliyor.



Bu çerçevede girişimci sahip olduğu başarıma güdüsüyle yenilikçiliğin ve beraberinde gelen teknolojik gelişmenin ana motoru olarak nitelendiriliyordu (McClelland, 1961). Burada yenilikçiliği karşılaşılan durum ya da fırsatlara bağlı olarak rutin olanın dışına çıkılarak geliştirilen yeni çözümler (Schumpeter, 1947) olarak niteleyip bunları girişimcinin motivasyonu ve yeteneklerini biraraya getirerek hedeflerine ulaşmasını sağlayan yaklaşımlar olarak tanımlayabiliriz. Girişimcinin ortaya koyduğu yenilikler kapitalist ekonomiye bir ivme kazandırıyor ve diğer girişimcilerin yarattığı yenilik ve değişimlerle birlikte gelişmeyi sağlıyor. Hiç şüphesiz her yeni fikrin ya da buluşun ticarileştirilmesi her zaman mümkün olmasa da bu bağlantıları daha başarılı gerçekleştiren ve yöneten modeller diğerlerine göre öne çıkıyor. Diğer bir deyişle, alışlagelmiş yöntemlerle iş yapan yöneticilikle, yeni şekillerde iş yapmayı araştıran (bireysel ya da şirketler dahilindeki) girişimcilik arasındaki en büyük fark, statik ile dinamik ya da geç kalma ile ekonomik kalkınma arasındaki farkı doğuruyor (Schumpeter, 1947).

Günümüzde yenilik yaratmanın giderek daha karmaşık hale geldiğini gözlemliyoruz. Yenilik yaratma artık daha geniş bir bilgi (ve çözüm) kümesinin farklı yollardan yaratılmasına dayanıyor (Dicken, 2003: 115-6). Sanayi devriminin 'maceraperest' bireyi ile karşılaştırıldığında yenilikçilik

özellikle 20. yüzyılda ancak AR-GE departmanlarının ortaya çıkışı ve araştırmanın sistematize edilmesi gibi çok ciddi örgütsel değişiklikler ile mümkün olur hale geldi (Schumpeter, 1946). Burada büyük ölçekli örgütlerin olumlu anlamda önemli bir rol oynadığı ilk kez öne sürülüyordu. Zira bu bakış açısına göre büyüklük yeniliklerin kovalandığı rekabetçi bir ortamda üzerine yatılabilecek bir avantaj oluşturmuyordu. Bu durumda McClelland'ın da ortaya koyduğu gibi 'büyük ölçek', başarıma güdüsünü ön planda tutarak hem özel sektörde hem de devlet kurumlarında yenilik arayışlarını desteklemek zorundaydı (1962: 102-3). Bu perspektifte büyük ölçekli örgütler hem kaliteli çalışan bulma, hem kaynak sağlama, hem yüksek risk alma, hem de (bilgi birikimine yönelik) devamlılık açısından—küçük ölçeğin esneklik, adaptasyon ve girişimcilik kapasitesine göre—avantajlı olarak değerlendiriliyor.¹² Ancak birçok araştırmaya yansdığı gibi yenilikçilik bu ölçekteki örgütlerin yapısal problemlerinden ötürü bazen büyük ölçeğe rağmen gerçekleştirilebiliyor (Dougherty ve Hardy, 1996; Kanter, 1996).

Makro seviyede yenilikçiliğin değer kattığı çok açıkken, mikro seviyede ise sorulacak en temel soru yenilikçiliğin yönetilip yönetilemeyeceği oluyor. Mikro ile makro arasındaki ara ('meso') düzlem ise rekabetin zorlaşması ve yeni teknolojilerin gerektirdiği bilgi birikiminin artmasıyla daha önemli hale geliyor. Kısaca bilgi üretim ve birikimi yalnızca içsel kaynak ve kapasitelere bırakıl(a)mıyor, dış ağlarla zenginleştirilen 'açık yenilikçilik' sistemleri ve ortak öğrenme gibi yaklaşımlara ihtiyaç duyuluyor (bkz. The Economist, 11 Kasım 2007). Mikro seviyedeki en önemli gözlem ise yenilikçiliği kilit süreç olarak tanımlayan 3M, DuPont, GE, Pfizer ve Sony gibi birçok şirketin varlıklarını bile riske atabilecek kaotik yapılanmalara gitmeleridir. Yani yaratıcılık ve yenilikçilik adına risk alma ve girişimin desteklenmesi, serbest zaman sağlamak için yaratılan esneklik, ekonomik açıdan akılcı olmadığı halde sürdürülen fonksiyonlar, kendi kendine organize olan birimler gibi yönetimden çok yönetimsizliği ön plana çıkaran yaklaşımlar dikkat çekiyor. Bunun temelinde ise yenilikçiliğin zorluklarla dolu bir yönetim sahası olması yatıyor (Dougherty ve Hardy, 1996; Kanter, 1996; Trott, 2002). Zira temel bir buluşu ticari potansiyeli olan bir ürün/hizmet, süreç ya da organizasyona dönüştürülmesi uzun vadeli, yüksek riski olan, karmaşık, etkileşime açık ve engebelerle dolu bir süreci gerektiriyor. Başarılı örnekler çevreye uyum yeteneğini kontrol mekanizmasıyla destekleyen, yani temel çelişkileri çözebilen örgütlerden çıkıyor. Bu tip şirketlerde diğer mekanizmaların yanı sıra yeni fikirlerin ortaya çıktığı tartışmaya açık ortam ve sağlam bir geri bildirim kültürünün

¹² Örgüt çalışmaları literatüründe ölçek-yenilikçilik arasında tek anlaşma konusu araştırma sonuçlarının tutarsız olduğu iken Zornoza vd. (2004) gerçekleştirdikleri meta-analizle, özellikle servis endüstrisinde, ölçek ve yenilikçilik arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu öne sürüyor.

varlığı biliniyor. Bu bağlamda bazı yazarlar yenilikçiliğin planlanmaya gelmeyen bir örgütsel alan olduğu kabul etmekle birlikte, güç de olsa idare altına alınması gerekli boyutlarının olduğu öne sürüyor (Van de Ven, 1986; Kanter, 1996; Fonseca, 2001).¹³

Mikro ve ara ('meso') düzeylerde problemlili de olsa yönetilebilen çeşitli faktörler mevcutken makro düzeyde olası bir 'devlet geleneği' ve 'iş yapma geleneğini' incelemek gerektiğini belirlemiştik. Daha önce devletin yenilikçilikteki olası rolünü incelediğimiz için (Çakmakçı, 2002) şimdi öncelikle yine bir makro değişken olan girişimcilik değerlerine bakmak istiyoruz. Bu çerçevede kültürel değerler makro ile mikro arasında bağlantı kuran ve (uzun vadede) dönüşümü mümkün olabilen bir değişken olarak karşımıza çıkıyor.¹⁴

4. Yenilikçiliğin konumu: Kültürel değerler ve ekonomi-politik

Kültürel değerlerin ekonomik gelişmeyi açıklamamıza katkısı şöyledir: Farklı değer sistemleri ile çıkarları doğrultusunda hareket eden ekonomik aktörler tarihsel olarak farklı sonuçlar yaratabilmiştir. Analitik olarak düşünüldüğünde kültür ekonomik davranışları iki temel şekilde etkileyebilir: i- Aktörler çıkarlarını tanımlarken/anlamlandırırken kullanır (oluşturma etkisi); ve ii- Kâr hedeflerken davranışlarını onlar adına normlar, değerler ve rutinlerle düzenler (düzenleme etkisi) (DiMaggio, 1994: 27-8).¹⁵ İkinci boyut davranışların öncülünü oluştururken (yani bağımsız bir değişken olurken), ilk boyut hem kültürün davranışlardan nasıl etkilendiğini araştırıp hem de bunun öncül olarak kullanımını inceliyor (bağımlı değişken) (Adamopoulos ve Lonner, 2001). Her iki boyutta kültürel değerlerin faaliyet stratejilerini nasıl kısıtladığı ya da desteklediği araştırılıyor (Swidler, 1986). Bu perspektiften bakıldığında sormak istediğimiz en temel soru şu oluyor: Hangi şartlar altında kişisel kâr azamileştirmeyi öngören bir rejimde ekonomik aktörler, diğerlerini de dikkate alarak (uzun vadeli, iki tarafın çıkarlarını dikkate alan ve güvene dayalı) faaliyetler gerçekleştirmektedir? Ya da Türkiye'de Cumhuriyet

¹³ Örneğin, fikirlerin yönetimi, çalışanların yönetimi, 'bölüm-bütün' ilişkilerinin yönetimi ve stratejik altyapının yönetimi (detaylar için bkz. Van de Ven (1986)).

¹⁴ Kültürel değerlerin davranışlar veya kurumlar vasıtasıyla değişmesi söz konusudur (Swidler, 1986; Adamopoulos ve Lonner, 2001: 28). Çin komünizminden İslami dönüşümlere ve birçok farklı milliyetçilik projelerine şahit olunmuştur. Türkiye'deki Kemalist dönüşümü de bu projelerin arasında saymak mümkündür. Benzer şekilde piyasa ekonomisinin değerlerde hem değişime sebep olduğunu hem de bunlarda değişiklikler gerektirdiğini belirleyebiliriz (DiMaggio, 1994: 35-6).

¹⁵ Her ne kadar Swidler (1986) ve DiMaggio (1997) kültürün değerlere indirgenmesini eleştiriyor, toplum genelinde uyum sergilemesinin varsayılmasına karşı çıkıyor, kültürel öğelerin ekonomik aktivitelerin stratejilerinin belirlenmesinde kullanıldığını tartışıyorlarsa da değerlerin kültür çalışmalarının önemli bir parçası olmaya devam ettiğini görüyoruz (Swedberg, 2003: 219).

öncesi dönemden beri bir arayış haline gelmiş olan şu soruyu sorabiliriz: Kültür piyasası aktörlerinin davranışlarını nasıl düzenler?

Bu gibi sorulara yanıt arayan sosyolojik yaklaşımlardan ilki Kalvinist-Protestanlığın değerleriyle kapitalist gelişme arasında bir ilişki kuran Max Weber'dir (Weber, 2002; eleştirisi için bkz. Turner, 1987). Weber kapitalizmin ortaya çıkışı ve gelişmesini değerlerle bağlantılı bir şekilde tarihsel ve maddi şartları bağlamında ele almıştır: Özel mülkiyetin ortaya çıkışı, ticaret ve piyasa mekanizmasının yaygın hale gelmesi, muhasebe ve bürokratik örgütlerin gelişmesi, rasyonel hukuk sisteminin ortaya çıkması, işgücünün özgürce alınıp satılabilmesi ve bilim ve teknolojinin gelişmesi (bkz. Abrams, 1982). Weber'in Protestan ahlaka yaptığı vurguyu en iyi özetleyen kavram hem Tanrının çağrısı hem de meslek anlamına gelen '*vocation*' kavramıdır. Bilimsel açıklamaların egemen hale gelmesi ve işbölümünün gelişmesiyle birlikte bu dünyada çok çalışan ve biriktiren birey bir sonrakinde (ruhunun) selamete ermesiyle ödülünü alacaktır. Bu perspektif girişimcinin ideal ve maddi çıkarlarını bir araya getirerek kapitalist ekonominin Batı Avrupa'da doğuşu ve gelişmesini açıklar. Aynı zamanda Weber'in demiryolu makasçısı ('*switchmen*') benzetmesinde görebileceğimiz gibi, belirli bir düzen içerisinde gidilecek yollar aslında toplumsal değerler tarafından tanımlıdır; girişimci sadece makası değiştirerek hangi rayı kullanacağına karar verecektir. Yani Weber'in analizine damgasını vuran yapısal özellikler önemli olmakla birlikte, değerleri içselleştirmiş ekonomik aktörler bu yapıyı belirli bir vizyon çerçevesinde kullanarak aktif hale getirecektir.

Bunun dışında ise Durkheim (1893), Tönnies (1887), Tocqueville (1945), Parsons (1964) ve Merton (1968) kapitalist gelişmenin tarihsel temellerini toplumda ortaya çıkan işbölümünün yanı sıra dinsel ve ahlaki değerlere dayandırmış ve ABD toplumu özelinde bunun ekonomik aktörlerini '*sosyal-sorumluluğu olan bireyselcilik*' yaklaşımı olarak özetlenebilecek şekilde ortaya koymuşlardır (detaylı bir inceleme için bkz. Çakmakçı, 2002). Dolayısıyla kaba fırsatçılığın bulunmadığı bir ortamda yenilikçilik, refahın çok çalışma karşılığı olarak gerçekleşmesi, göreve bağlılık, zamanın doğru kullanımı, birikim yapmak ve dürüstlük gibi erdemlerle birlikte değer sisteminin bir parçası olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede kültürel değerler kâr odaklı ekonomik aktörlerin stratejilerine yön verirken ekonomik faaliyetleri destekleyerek ya da kısıtlayarak düzenlenmesine katkı yapmıştır. Bunların dışında yenilikçilikle bağlantılı olan ve değerleri ön plana çıkaran temel yaklaşımları aşağıda inceleyeceğiz. Bu bağlamda yeni bir soruya cevap arayabileceğiz: Hangi kültürel değerler, hangi tarihsel şartlar altında, ne gibi yenilikçilik faaliyetlerine fırsat tanıyor?

Öncelikle McClelland'ın ufuk açan kitabı girişimcilik kültürünü 'başaran toplum' perspektifi içerisinde ele almıştı. Yine Protestanlığı kapitalist gelişmede ön plana çıkarmasına rağmen çalışmanın kültürlerarası

boyutuyla farklı din/ahlak anlayışına sahip toplumlarda da ekonomik gelişmenin yetiştirme tarzı ve eğitim ile *başarı güdüsü* yüksek bireylerle gerçekleştirilebileceğini ileri sürmüştü. Bu perspektifte girişimci, problem çözümünde bireysel sorumluluk taşıyan, ölçülü risk alan ve performansı konusunda geri bildirim almak isteyen, yani başarabileceği ve başardığında gurur duyabileceği yenilikleri kovalayan yöneticidir (McClelland, 1962).

Kültür sahasında en önemli çalışmalar olarak Hofstede (1984), bu çalışmanın belirli noktalardaki zaaflarını (örneğin kolektivizm ve erkek kültürü gibi boyutlardaki anlam kaymalarını) gidermeyi hedefleyen GLOBE araştırması (House vd., 2004), Schwartz'ın bireysel değer sistemleri araştırması (Schwartz, 2003) ve Inglehart (bkz. Inglehart ve Baker, 2000) olarak sıralanabilir.¹⁶

Tablo 1 bu araştırmaların boyutlarını ve sonuçlarına göre yenilikçiliği değerler temelinde açıklayan faktörleri özetliyor: Başarı güdüsü, belirsizlikten kaçınma (ya da risk alma ve değişime açıklık), bireysellik, performans eğilimi, kendini ifade etme, entelektüel özerklik ve (doğaya/topluma) hakim olma. Bu faktörlerin varlığı yenilikçiliği açıklarken, yukarıda sorduğumuz yenilikçiliğin mekan ve zamana göre farklılaşması hususunda ise ekonomik başarı listesinin üst sıralarındaki iki ulusal kültür bize ışık tutabilir (bkz. Tablo 2).

Verimlilik ve yenilikçilik performanslarındaki benzerliklere rağmen ABD ve Japonya'nın farklı kültürleri dikkat çekiyor. Hem Schwartz hem de Inglehart'a göre her iki kültür de geleneksel kültürlerdir. Amerikan kültürü bireysel piyasa aktörleriyle ve yarattığı 'Amerikan rüyasıyla' girişimciliğin dinamizmini ve yenilikçiliği ön plana çıkarıyor: Yönetici sınıf atlamanın meşru bir yolu olarak toplumsal bir kahraman olarak algılanıyor. Dolayısıyla liberal piyasa ekonomisi kâr maksimizasyonunu ön plana çıkarırken kurumlar ve geleneksel değerler uzun vadeli bir oyun teorisi mantığı içerisinde kârlı ama sosyal sorumluluğu olan ekonomik aktiviteleri savunur. McClelland'ın çok net ifade ettiği gibi, bireysel özgürlük her zaman sosyal uyumla dengelenme arayışı içerisinde oldu ve bu çerçevede kâr etmek başarının mükafatıydı (1962). Yani serbest piyasa ekonomisi prensiplerinde zengin olma olgusu dinsel ve sosyal olarak onaylanırken, bu onay faaliyetlerin örgütsel ve toplumsal olarak meşruluğuna bağlı oldu. Dolayısıyla toplumda kanun ve düzeni tehdit etmeyecek risk alma faaliyetlerine onay verildi; aksi durumların tekrar ortaya çıkmaması için cezai süreçler ve gerekli altyapı çalışmaları sonuna kadar yürütüldü (örn. Enron). Bu çerçevede McClelland'ın başarı güdüsü yüksek ekonomik

¹⁶ Bu kaynaklar literatürde geniş bir biçimde ele alındığı için burada yenilikçilikle olan ilişkileri çerçevesinde değerlendirilecektir (detaylı bir inceleme için bkz. Sargut, 2001).

Tablo 1
Ulusal Kültür ve Yenilikçilik Literatürü

	McClelland	Hofstede	GLOBE	Inglehart	Schwartz
Temel Değişkenler	Başarı güdüsü	Güç Mesafesi; Bireyselci-kolektivizm; Erkek kültür- Dişi kültür; Belirsizlikten kaçınma; Zaman oryantasyonu	Güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, insani eğilim, kolektivizm 1 (kurumsal), kolektivizm 2 (iç grup), iddiacılık/çatışmacılık, eşitlikçilik, zaman oryantasyonu, performans eğilimi	Hayatta Kalma- Kendini İfade etme, Laik Rasyonel- Geleneksel	Özerklik- Geleneksel Eşitlikçilik- Hiyerarşi Hakimiyet- Ahenk
Varsayım(lar)	Aile yetiştirme tarzı, eğitim sistemi ve diğer psikolojik faktörler yenilik yaratmaya olan eğilimi açıklar	Örgüt kültürü ulusal kültürü yansıtır	Kültür toplumsal ve örgütsel olmak üzere iki boyutta ele alınmalı	Ulusal kültür ve politik tercihler arasında bağıntı vardır	Bireysel değerler ile ulusal değerler örtüşür
Analiz Birimi	Bireysel, ulusal ve örgütsel değerler	Örgütsel değerler	Toplumsal değerler ve örgütsel pratikler	Toplum yapısı, sosyo- ekonomik gelişme ve değerler	Bireysel değerler
Analiz Boyutu	Düzenleme	Düzenleme	Düzenleme	Düzenleme	Düzenleme
Yenilikçiliğe etki (Ön ayak olma/ Kısıtlama)	Başarı güdüsü + Erk güdüsü – Aidiyet, ilişki kurma güdüsü –	Belirsizlikten kaçınma – Bireyselcilik + Güç mesafesi –	Belirsizlikten kaçınma – Güç mesafesi – Kolektivizm – Performans eğilimi +	Kendini ifade etme + Laik Rasyonel +	Entelektüel Özerklik + Hakimiyet + Hiyerarşi –

Kaynak: McClelland, 1961; Hofstede, 1984; Shane, 1993; Inglehart ve Baker, 2000; Schwartz, 2003; Sargut, 2001; House vd. (2004).

aktörleri ürün ve süreçlerde sürekli yeniliklerin (ya da rutin olmayanın) peşinde koşarak Amerikan ekonomisinin Rikardiyen verimlilik ve Schumpeteryen yenilik ihtiyaçlarına cevap vermeyi sürdürdüler. ABD devleti de kurumsal olarak sağladığı desteklerle sanayi ve hizmet sektörünün teknolojik altyapısını kurmakta itici güç oldu. Özellikle askeri-endüstriyel kompleks yeniliklerin ortaya çıkmasında tarihsel açıdan önemli bir rol oynadı. Ayrıca üniversitelere sağlanan mali araştırma desteklerinin akademisyen-girişimci aktörler tarafından hayata ticari olarak geçirilmesi projelerin üniversite-iş dünyası arasındaki ‘kaliteli bağlantıları’ oluşturmasını sağladı. Aynı zamanda Anglo-Sakson sosyo-ekonomisinde risk sermayesinin varlığı ve sermaye piyasalarının gelişmiş olması yenilikçi şirketlerin destek bulmasını ve yeniliklerin (piyasaların baskısıyla) hızlı bir şekilde ticari uygulamalara dönüştürülmesini sağladı. MBA eğitiminin sağladığı genele yönelik yönetim becerileri ve stratejik bakış açısı ve ‘kafa avcısı’ danışmanlık kurumlarının sağladığı şirketler ve sektörler arası yetkinlik transferi ABD’nin sürdürülebilir yenilikçiliğinin temelini oluşturdu.

Tablo 2
Hofstede Boyutlarında ABD, Japonya ve Türkiye Karşılaştırması

	Güç Mesafesi	Bireyselci- Kolektivizm	Erkek- Dişi	Belirsizlikten Kaçınma
ABD	40	91	62	46
Japonya	54	46	95	92
Türkiye	66	37	45	85

Diğer tarafta Asyalılar da kapitalizm ve rasyonalizmi ideal ve maddi çıkarlarını gerçekleştirmek üzere kullanırken kültürlerinin belirlediği ‘raylar’ üzerinde ilerlediler (Hamilton, 1994: 199). Ortaklaşa davranışı ön plana çıkaran Japon kültürü, yarattığı örgütsel ve ulusal bağlılıkla modern akılcı hedeflere ulaşmak için geleneksel bağlarını kullanmayı başardı. Geleneksel değerlerin modern piyasa alanını işgal etmesiyle birlikte yaratılan uzun dönemli ilişkiler verimlilik, kalite ve zamanlama konularında Amerikan-Fordist modele göre daha başarılı (daha rasyonel!) bir ‘makine’ haline dönüştü.¹⁷ Toplumsal konsensüs temelinde şekil bulan ve ailenin bir uzantısı gibi algılanan örgüte bağlılık ve rasyonel merkezi devlet desteği Japon mucizesini ortaya çıkarmıştı. Rekabet üstünlüğü getiren (yapılan her işte) operasyonel mükemmellik, ürün ve sürece bağlı (fiyat ve kalite) avantajlar, disiplin, takım ve örgüte bağlılık ve yüksek güç mesafesinin doğal kabulü olarak ortaya çıkan toplumsal konsensüs bu ülkeye önemli avantajlar sağladı. ‘Bir yaşam, bir örgüt’ prensibiyle kilit çalışanlara hayat boyu istihdam şansı sunulup, işbaşında eğitimler ve iş rotasyonu ile çalışanların daha yetkin çalışmaları sağlanırken, çalışanların da şirketlerine, bağlılık, yeni fikirler ve sürekli iyileştirme arayışlarıyla katkıda bulunmalarını sağladı.¹⁸ Operasyonel mükemmelliğe odaklanılmasının strateji oluşturmada eksikliğe, uzun dönemli istihdam politikaları ve *Keiretsu*ların bilhassa tedarikçiler ile olan uzun vadeli ilişkilerde baş gösteren ciddi sıkıntılara neden olduğu ileri sürülse de Japon ekonomisi ve kültürü hâlâ yenilik yaratmanın Tablo 3’te de görüldüğü gibi ön saflarında yer alıyor.

Schwartz’ın belirttiği gibi, farklı ekonomi-politik faktörlere rağmen her iki kültür de girişimciliği ön plana çıkarıyor.¹⁹ Amerikan girişimcisi

¹⁷ Aslında Weber’in öne sürdüğü ‘rasyonelliğin irrasyonelliği’ kavramı Japonya’da da gözleniyor: ‘*Karoshi*’. Her sene çok çalışmak yüzünden hayatını kaybeden on bine yakın Japon olduğu belirtiliyor (McShane ve Von Glinov 2003).

¹⁸ Tabii bu durumun altyapısını oluşturan tarihsel bağlamı atlamamak gerekiyor: Merkezi devlet 1950 ve 1960’larda işçi sendikalarının gücünü ve hareketlerini işverenler lehine bozarak, şirket özelinde gerçekleşen anlaşma zemininin temelini attı.

¹⁹ Her iki kültürün bir diğer ortak özelliği bireyler arası karşılıklı güvendir (Inglehart ve Baker 2000: 29). Özellikle 1980’lerden sonra dürüstlük konusundaki kayıpları araştırmalarca (Çileli

Tablo 3
Seçilmiş Kriterlerde Karşılaştırmalı Yenilik Yaratma

		Finlandiya	İsveç	ABD	Japonya	Türkiye	Yunanistan
1	Ar-Ge harcamalarının YMH'daki payı	3.49 ^a	3.98 ^a	2.60 ^a	3.15 ^a	0.66 ^b	0.65 ^c
2	Özel sektörün Ar-Ge harcamalarındaki payı	70 ^a	65 ^a	63.8 ^a	74.5 ^a	44.9 ^c	33 ^b
3	Ar-Ge harcamalarının gerçekleştiren sektöre dağılımı (şirketler/yüksek eğitim)	70.5/19.2 ^a	74.1/22 ^a	78.9/16.8 ^a	75/13.7 ^a	33.7/58.9 ^c	32.7/44.9 ^c
4	10000 kişi başına düşen araştırmacı sayısı (Üni./Devlet)	41.9/17.3 ^c	35.5/5.1 ^c	13.2/3.4 ^c	29.7/5 ^c	7.5/1.1 ^e	23.5/4.5 ^e
5	1000 kişilik istihdam içinde şirketlerdeki araştırmacı sayısı	10 ^c	6.4 ^c	7.5 ^c	7 ^c	0.2 ^c	1 ^e
6	1995-2002 arası şirket araştırmacılarının senelik ortalama büyüme oranı	9.4	5.1	5.6	2	7.6	13.3
7	1995-2001 Biyotek. Avrupa Patent Enstitüsüne (APE) yapılan başvuru endeksi (OECD=1)	0.44	0.57	1.67	0.6	0.15 ^g	0.40 ^g
8	Nanoteknoloji sahasındaki yayınlarda ülke payları	0.6 ^d	2.3 ^d	28.6 ^d	13.7 ^d	0.3 ^d	0.6 ^d
9	Ülkelerin APE patent başvuru payları	1.09 ^b	1.53 ^b	26.26 ^b	18.19 ^b	0.01 ^b	0.04 ^b
10	Bir milyonluk nüfusa düşen patent adeti	310.9 ^b	311.5 ^b	154.5 ^b	166.7 ^b	1 ^b	8.1 ^b
11	AB, Japonya ve ABD'de aynı yenilik grubu için alınan patentlerde ülke payları	0.54 ^c	1.69 ^c	34.14 ^c	24.36 ^c	0.01 ^c	0.02 ^c
12	Bir milyonluk nüfusa düşen aynı yenilik ailesi patentleri	94.5 ^d	91.4 ^d	53.6 ^d	92.6 ^d	0.1 ^d	0.6 ^d
13	Bir milyonluk nüfusa düşen bilimsel yayınlar	982.7 ^c	1159.4 ^c	703.9 ^c	451.1 ^c	59.7 ^c	303.4 ^c
14	1997-99 arası APE'nden alınan yabancı ortaklı patentlerin payı	11	14.6	10.3	3.2	38.9	28.5

2000) da onaylanan Türk kültüründeki yozlaşma önemli bir göstergedir. Bu da aslında ekonomik aktörlerin kültürün değişimine yaptığı etkiyi vurguluyor.

Tablo 3 (devamı)

		Finlandiya	İsveç	ABD	Japonya	Türkiye	Yunanistan
15	Yaratılan Katma-Değer: Yüksek Teknoloji (İmalat)	24.9 ^e	15.9 ^e	23 ^e	18.7 ^e	6.6 ^e	6.3 ^e
16	Yüksek* ve orta düzey** teknolojilerin imalat sanayi ihracatı içerisindeki payı	24/24.5 ^a	22/38.4 ^a	35.8/38.9 ^a	28.9/54.2 ^a	6.5/25.5 ^a	12.5/16.5 ^a
17	Yüksek, Orta düzey teknoloji ve İmalat sektör ihracatındaki senelik ortalama büyüme	12.9/8.9 6.3 ^h	7.4/6.7 5.7 ^h	4.9/4.3 4 ^h	0.8/1.6 1.7 ^h	22.3/18.5 11.7 ^h	18.8/13.1 5.2 ^h
18	Görünen Rekabet Üstünlüğü (Yüksek, Orta düzey, Orta- düşük***, Düşük sektörler****)	-1.2/-5.9/ 0.6/6.6 ^{e^^}	-0.2/-1.1/ -0.2/1.5 ^e	5.4/0.6/ -1.5/-4.4 ^c	0.2/14.9/ -0.8/-14.4 ^c	-5.1/-8.7/ -3/16.8 ^c	-3.6/-7.2/ 5.8/5 ^c

[~]Satınalma paritesine göre işletmelerdeki AR-GE harcamalarının Türkiye’de senelik ortalama büyüme oranı %20.

^aSavunma sanayi rakamları hariçtir.

*İlaç, iletişim, bilgisayar, bilimsel enstrümanlar, uçak sektörleri.

**Elektrikli makine, otomotiv, diğer taşıma, kimya, makine sektörleri.

***Petrol ve petrol ürünleri, plastik, gemi-inşa, metalik olmayan mineraller, metal sektörleri.

****Diğer imalat, orman, kağıt/baskı, tekstil ve hazır giyim, gıda-tütün sektörleri.

^{^^} Eksi değerler rekabet üstünlüğünden doğan yapısal açıkları, artı değerler yapısal avantajı gösterir.

^a 2003; ^b 2002; ^c 2001; ^d 2000; ^e 1999; ^f 1995-2000; ^g 1995-1999; ^h 1994-2003.

Kaynak: OECD Endikatörler (<http://www1.oecd.org/publications/e-book/92-2003-04-1-7294/> ve <http://hermia.sourceoecd.org/vl=1064761/cl=34/nw=1/rpsv/scoreboard/>) ve European Innovation Scoreboard (<http://trendchart.cordis.lu/scoreboard2003>).

önceliği bireysel başarı ve hazza verirken aynı zamanda hiyerarşi ve bağımlılığı reddetmeyerek mevcut düzene karşı pozitif bir yaklaşım sergiliyor. Japon kültüründe hiyerarşi ve toplumsal değerlere bağlılık Japon girişimcisiyle toplumu arasındaki bağları güçlendiren bir faktör olarak ön plana çıkıyor. Sonuçta Japon kapitalizmi grup kapitalizmi olarak bilinir. Fakat ABD’den daha düşük düzeyde de olsa belli bir özerkliğin var oluşu Japonya’da da girişimciliğin temellerinden birini oluşturuyor (Schwartz, 2003). Her iki kültür de birikimlerin yeniden işe yatırılması olgusunu destekliyor.

Inglehart’ın çalışmasında ABD, dinsel ve ulusal gurur faktörlerinde geleneksellik boyutuna Japonya ve diğer gelişmiş ülkelerin aksine yakın dururken, kendini ifade etme ve bununla bağlantılı olarak yenilik yaratma noktasında İsveç ve Hollanda’nın arkasında yer aldığı görülüyor. Bu gelenekselcilik Hofstede’nin belirsizlikten kaçınma ve Schwartz’ın doğaya ve sosyal çevreye hakimiyet faktörüyle birleştiğinde Amerikan girişimciliğinin radikal yenilik yaratmaya olan eğilimini ve sosyal

sorumluluğunu açıklıyor. Bu perspektifte Amerikan modeli belirsiz ortamlarda risk alabilen girişimcisiyle *radikal yeniliklerin* ve teknolojik sıçramaların peşinde koşabiliyor. Japon girişimcisi ise yarattığı uzun vadeli, kalıcı sistemlerle riski öncelikle grup içerisinde (*keiretsu*) ve ardından toplumsal olarak dağıtıp, mevcut teknolojilerin son kullanıcı ürünlerine yönelik olarak geliştirilmesine yoğunlaşıyor ve daha çok *aşamalı yeniliklere* yöneliyor. Tablo 3'te 16. ve 18. maddeler ABD'nin yüksek, Japonya'nın ise orta-yüksek teknolojilerdeki uzmanlaşmasını ve rekabet üstünlüğünü gösteriyor.

5. Türkiye'nin ekonomi-politiği: Sığ girişimcilik-sığ yenilikçilik

Geçen yüzyılda Türk ekonomi-politik tarihini incelediğimizde ABD ve Japonya'daki durumun aksine sığ kalmış bir girişimcilik tablosunu ortaya çıkaran bir '*devlet ve girişim geleneği*' ile karşılaşırız. Türk devleti 20. yüzyıl boyunca aktif şekilde sanayileşme ve modernleşme hedefine ulaşmak için büyük çabalar harcadı (bkz. Bayar, 1996). Kemalist reformlar hem ortaya konan hedefler, hem de kullanılan araçlar bakımından diğer geç sanayileşen ülkelerden farklı olmayan hızlı sanayileşme hedeflerini hayata geçirmeye çalıştı (Kerr vd., 1964).²⁰ Türk modernleşmesi salt sanayileşme olarak değil aynı zamanda geleneksel kültürel değerlerin dönüşümünü de gerçekleştirmeye çalışan devlet projelerinin ilk örneklerinden birisi oldu. Ancak yerleştirilmeye çalışılan yeni ekonomik anlayış ile varolan geleneksel kültür arasında birçok alanda çatışma ortaya çıktı, devletin kapasitesi ve politikaları istenilen sonuçlara ulaşmakta yetersiz kaldı.

Polanyi'nin vurguladığı gibi, piyasanın hızla toplumsal alanı işgal edip bireyleri geleneksel değer ve çıkarlardan koparamadığı durumda toplumun geleneksel değerlerini öne çıkararak kendini korumaya çalışması söz konusuydu (Polanyi, 1944; Jessop, 2001b). Geleneksel toplumun dini ve ahlaki değerleri sosyal statüyü, memlekete bağlılığı ve görev anlayışını ekonomik performans ve gelişme hedefleriyle çoğunlukla bağdaştıramadı; gelenekselliğe özgü geniş aile yapısı ve cemaatçiliğin modern örgüt seviyesinde benimsenmesi kapitalist değerlere ve başarıma güdüsüne sahip bir profesyonel kadronun ortaya çıkışını oldukça güçleştirdi.

Türkiye'deki sanayileşme ve modernleşme projesi, İngiltere ve A.B.D. gibi ülkelerde karşımıza çıkan aşağıdan yukarı gerçekleşen ve piyasa mekanizmasına orta sınıfların katılımını sağlayan bir niteliğe sahip değildi. Ulus-devlet projesi çerçevesinde azınlıkların hızla ekonomi dışına itildiği bir

²⁰ Kerr vd.'nin (1964) ortaya koyduğu gibi, hemen tüm sanayileşme hareketleri şu kritik kararları almak ve öncelikleri belirlemek durumunda kaldı: 1- sanayileşmenin hızı; 2- finansman olanakları; 3- öncelikli sektörler; 4- özel şirketlere verilecek destek ve denetleme mekanizmaları; 5- eğitim sistemi; 6- yeterlilik veya ekonomik entegrasyon; ve 7- nüfus artışı. Ayrıca 8- gelişmenin hangi döneminde demokratik kurumların hayata geçirileceği de önemli bir rol oynuyor.

ortamda ulusal liderler tarafından (kendilerinin ya da yakınlarının da içerisinde olduğu) bir Türk girişimci sınıfı oluşturulmaya çalışıldı; temel varsayım bir zengin sınıf yaratılarak girişimciliğin ortaya çıkarılabileceğiydi. Zaman zaman girişimci sınıf yeterli olmadığından devlet kamu iktisadi teşekkülleriyle ekonomik alanda da aktif bir oyuncu oldu; kapitalist ekonomik düzenin birçok kurumu ve onun payandaları olduğu varsayılan yasal, hukuksal, ekonomik ve politik sistemler Avrupa ülkelerinden transfer edilerek, ekonominin çarklarının hedefe uygun şekilde çalışması amaçlandı. Ancak bu kurum ve kavramların içi sınırlı bir şekilde doldurulabildi çünkü bu tip kapitalist kurumların tarihsel şartları ve yerleşik altyapısı henüz ortaya çıkmamıştı. Ayrıca hızlı bir şekilde çok partili temsili demokrasiye geçiş ve liderler arasında yaşanan hızlı ve derin bölünmenin geniş koalisyon arayışlarına yol açmasıyla politik amaçların ve klientelist süreçlerin kapitalist hedeflerin önünü kesmesine sebep oldu (Scott, 1969; Waldner, 1999).²¹ Toplumsal dinamiklerin etkisi ve özellikle hiyerarşik bir ortamda himaye sisteminin devamlılığı, ekonomik aktörlerin ‘kaba bireyselciliğe’ saplanıp kalmasına ve zengin olmanın girişimci olmaktan daha önemli bir hedef olmasına sebep oldu. Dolayısıyla Türk toplumu ‘sosyal sorumluluğa sahip girişimci’den çoğunlukla yoksun kaldı ve 20. yüzyıl boyunca çeşitli boyutlarda rant sağlama girişimlerine şahit oldu: 1916’daki ‘savaş vurguncuları’, 1926’daki ilk hayali ihracat girişimleri, Büyük Buhran ve Lozan sonrası mal ve döviz stokçuluğunu içeren spekülasyon arayışlar, İkinci Dünya Savaşı sırasında gerçekleştirilen (ve Varlık Vergisi uygulamasının gerekçeleri arasında yer alan) karaborsa ve spekülasyon faaliyetler, DP döneminde (Milli Güvenlik Kanununu da içeren keskin cezai hükümlerin gündeme gelmesine sebep olan) vergi yükünü azaltmaya ve tercihli döviz kullanımını artırmaya çalışan hayali ihracat-ithalat ve karaborsacılık eğilimleri, 1980’lerde uç noktalara ulaşan hayali ihracat arayışları, devlet ihaleleri ile gerçekleşen köşe-dönmeçilik zihniyeti ve ekonomi politikalarındaki değişimleri bürokrat ve politikacılarla olan bireysel ilişkilerinden faydalanarak fırsata çeviren girişimcilik profili ve tamamen kendi çıkarlarını azami ölçüde kollamak üzere devletin borç gereksinimine bel bağlayan ve ölçülü olmayan bir şekilde açık pozisyonları kullanan bankacılık kesiminin 1994 ve 2000/2001 senelerinde yarattığı ekonomik ve toplumsal kriz. Bu durum ilk olarak İttihat ve Terakki liderlerinin ‘Ulusal Ekonomi, Ulusal Kimlik’ söylemlerine yansımıştı ve spekülasyon faaliyetler sonucu piyasanın işleyişinin ulusal bir bilinç ve ahlak anlayışına ihtiyacı olduğu ortaya konulmuştu. Son dönemde ise benzer bir

²¹ Scott’un (1969) etkili şekilde ifade ettiği gibi, demokratik değerlerin sindirilmesine fırsat vermeyen dönüşümlerde demokrasi belirli grupların fırsatçılığının ve çıkarlarının korunup kollandığı bir ‘politik makina’ya dönüşme riskini taşır. Türkiye’de de gözlemlendiği gibi politik partiler (yani kapitalist düzenin tamamlayıcısı gibi görülen demokrasi kurumları) devlet kaynaklarının ele geçirilmesi ve dikey olarak oy ve politik destek karşılığında ofis (iş), proje, para ve iltimas amacıyla kullanılması için çalıştı (Sayarı, 1975).

yaklaşım Türkiye'nin 2001'de IMF'ye verdiği iyi niyet mektubunda yer aldı: 'Ekonomide çalışanlar bütün güçlerini devletten rant sağlamaya değil, üretime, dışarıya, teknoloji üretmeye ve istihdam yaratmaya verebilmelidir'.²² Bu çerçevede Türk devletinin kapitalist mantığı içine sindiremediği bir devlet geleneğinden bahsedilirken zaman içerisinde yerleşen Türk girişimcilik geleneğinin de bu anlayışın dışında hareket ettiği vurgulanabilir.²³ Yani Ayşe Buğra'nın deyişiyle Türk devleti ve girişimcisi arasında bir 'aşk ve nefret' ilişkisi doğdu. Bir anlamda kendi eliyle dünyaya getirdiği ve çeşitli mekanizmalarla serpilmesini sağladığı girişimci sınıfın bir kısmının düzen bozucu rant arayışlarına devlet daha da otoriter şekilde, kapitalizm-dışı uygulamalarla cevap verdi, diğer taraftan girişimciler de devletin yarattığı belirsizliklerden şikayetçi olmalarına rağmen kendi çıkarları doğrultusunda bu belirsizliklere ekonomik gelişmeyi daraltacak şekilde katkıda bulundular (Buğra, 1994). İlişkilerin düzgün gittiği dönemlerdeyse burjuvaziyi ataletle düşürebilecek korumacılığın uzun vadede sürdürülmesi, şirket kurtarma operasyonları, negatif faiz uygulamaları, sektörlerin yeniden yapılandırılmasının gecikmesi gibi yaklaşımlar rekabet baskısı altında olmayan ve ekstra rant peşinde koşan birçok Türk girişimcisi tarafından itirazsız kabul gördü. Japonya'da ya da Güney Kore'de karşımıza çıkan devlet-büyük sermaye işbirliğinin yarattığı dönüşüm ve gelişim potansiyeli Türkiye'de oluşmadı. Sonuçta Türk devletinin kalkınmacı çabaları birçok sahada sağlanan ilerlemelere rağmen kısıtlı kaynakların önemli bölümünün kaybedilmesi sonucu sınırlı kaldı.²⁴ Diğer taraftan iş, davranış ve girişimcilik tutumları gerekirse temel iş sahası dışında yer alan girişimlerle kısa vadede kazanç sağlamanın etkisi altına girdi. Egemen iş yapma değerleri yapılan faaliyetlerin sosyal maliyetleri ne olursa olsun daha çok kısa vadede zengin olmaya odaklandı. Şirketler ise patrona bağlılığa vurgu yapan, yenilikçiliğe ters düşen nepotist bir yapıya büründü.

Dünyanın hemen her yerinde gelişme amaçlı kullanılmış ve özellikle geç gelişen Almanya, Japonya, Güney Kore ve Tayvan gibi ortamlarda olumlu sonuçlar ortaya çıkarmış teşvik, tercihli kredi ve yeni iş sahaları açmak için kullanılan devlet destekleri özel/politik ilişkiler çerçevesinde kullanıldığından (yani 'know-whom' 'know-how'dan önde geldiğinden) ve herhangi bir performans kriterine dayandırılmadığından devlete bağımlı sığ bir girişimcilik kültürü oluştu (Öniş, 1991; Buğra, 1994; karşılaştırma

²² Kaynak: <http://www.ntvmsnbc.com/news/82941.asp>.

²³ Shane'in (1996) çalışmasına göre, geçmişten gelen girişimcilik geleneği bugünün girişimcilik seyrini etkileyen iki önemli faktörden biridir (diğeri teknolojik değişimdir).

²⁴ Bu çerçevede devleti tek sorumlu ilan etmek mümkün gözüküyor. Son dönemde gündeme gelen enerji sektörü yatırımlarının da olası kriz haberlerinin ortaya çıkışından sonra alınıyor olması yine devletin bu konudaki plansızlığına işaret ederken aynı zamanda Türk girişimcisinin de çevresel şartlar hakkındaki stratejik bilgileri zamanlı derleyip, stratejik bir plan çerçevesinde karar almadığını ve hala uzmanlaşmadığı sahalara giriş yapma tarzını devam ettirdiğini gösteriyor (Sabah, 17-18-19 Şubat 2006).

için bkz. Johnson, 1982; Amsden, 1989; Evans, 1989; Castells, 1992; Waldner, 1999). Bu çerçevede Türkiye’de girişimcilik yenilikçiliğin ya da ölçülü risk almanın ötesinde uyarlandı: Kısa vadede para, erk ve aidiyet hedeflerini hayata geçirmek üzere–pazarın yeterli büyüklüğe ulaşmamış olmasından dolayı hemen tek kaynak olarak nitelenen—devlet projelerini kapma yarışı başladı. Dolayısıyla Türkiye’de girişimcilik bireylerin kendi evlerinin önündeki çöpü sokağa atarak temizlediği (ya da kişisel zararların sürekli kamusallaştırıldığı) ve başkasının çimlerine basarak zengin olmanın kabul edildiği (ya da bireyselleşimin en temel prensiplerinin çiğnendiği) bir yozlaşma sürecinden geçti.

Bu bağlamda sığ girişimciliğin üç önemli tarihsel boyutu ortaya çıktı: Birinci olarak, (ölçekten bağımsız) en temel girişimcilik modeli, bilgi üretmek ya da Schumpeteryen yenilikçilikten çok ithal mal ve hizmetlerin dağıtım ağları vasıtasıyla yurt içine yayılmasına odaklandı. Teknolojinin uyarlanması söz konusu olurken Asyalıların başarısının arkasında yatan tersine mühendislik yeterince önem kazanmadı (Kırım ve Ateş, 1989). İkinci olarak, Türk girişimciliği Ziya Gökalp döneminden itibaren yeni, entegre, modern fabrika kurma eğilimiyle Fordist bir profil çizmekle birlikte verimliliğe yeterince önem verilmemesi neticesinde (özellikle devletçi Fordist dönem olarak bilinen 1960 ve 1970’lerde) hiçbir zaman Taylorist olamadı.²⁵ Bu konuda hem devletin performans standartlarını belirlemekteki zaafı, hem de sanayicilerin hedefsizliği tarihsel açıdan olumsuz gelişmelere yol açtı. Benzer şekilde her ne kadar yenilikler toplumsal olarak hızla tüketilse ve yayılsa da Türk girişimcisi 1990’lardan itibaren Schumpeteryen yenilikçilik boyutlarında da çok etkisiz kaldı: Ya yapılan işlerde yüksek katma değere geçiş, ya da sektörler arası geçişler başarısız veya geç kalındı. Dolayısıyla sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğüne giden yolda yüksek maliyetlerle çalışan, düşük-orta kaliteli mal üretebilen, düşük teknoloji sektörlerine sıkışmış kalmış ve düşük katma değerli ürünlere odaklanmış bir sanayi yapısı yüzünden hedefe varılamadı (bkz. Tablo 3, 18. madde). Ayrıca 1980 sonrasında, reel ekonomiden kaynaklanmayan büyüme balonlarının krizlerle birlikte sönmeye başlaması büyüme performansında bir ‘yo-yo etkisi’ yarattı.

Üçüncü olarak diğer birçok gelişen/gelişmiş ülkedeki gibi Türkiye’de de ekonominin egemen aktörleri haline gelen büyük işletmeler (yani holdingler) üretimde uzmanlaşma ve derinleşme yerine yenilikçiliği daha çok yeni pazarlarda arar oldular. Rekabetin düşük olduğu bir ortamda ‘yaratıcı’ holding organizasyonu ile yeni sektörlerle girerek, kendi iş sahalarının dışında aktivitelerini çeşitlendirerek riski azaltmak ve kârı

²⁵ Türkiye’de devlet odaklı Fordist büyümenin en istikrarlı dönemi 1963-76 arasında bile kaydettiği %2’lik verimlilik artışıyla Güney Kore ve Tayvan’ın eriştiği düzeyin ancak yarısına ulaşabildiği ve Türkiye’de benzer ölçekli işletmelerde çelik üretiminde ton başına 40 insan saatine ihtiyaç duyulurken ABD’de bu rakamın 8 saat olduğu hesaplanıyor (Waldner, 1999).

artırmak temel hedef oldu; ticari ve mali kaygılar her zaman sanayi hedeflerinin önünde yer aldı (Buğra, 1994). Ancak bunun uzun vadede çok önemli bir etkisi ortaya çıktı: *uzmanlaşma ve derinleşmenin sığ kalması* sonucu araştırma-geliştirme konusuna çok geç girilebildi. Bu çerçevede en temel yetkinlik olan devletle ilişkilerin yönetimi holding şirketleri için uzun seneler bir fırsat kapısı oldu. Dolayısıyla ilginç bir işletme sahası olarak devlet mevzuatının takibi, kanundaki açıklardan ya da devletin zayıflıklarından (mesela bütçe açıklarından) faydalanılması suretiyle rant yaratmaya dönüştü.²⁶ Bu ortamda yenilikçilik uzun seneler ihmal edildi (bkz. Öner, 2000 ve Uzun, 2001). Ancak bu değer sisteminin 21. yüzyılda iş yapmanın olmazsa olmaz koşulları olan verimlilik, uzmanlaşma, hız, yenilikçilik ve sürdürülebilir rekabetçiliğe uzun vadedeki etkilerinin değerlendirilmesi unutuldu. Ancak son dönemde artan rekabet ve AB bütünleşmesinin yarattığı baskılar neticesinde büyük holdingler temel yetkinlik sahalarını yeniden tanımlamak gibi bir çalışmaya giriştiler (Sabah, 16 Şubat 2006; Capital, Kasım 1998: 57; karşılaştırma için bkz. Forbes, Şubat 2006: 66).

6. Türkiye’de yenilik yarat(a)ma(ma): Karşılaştırmalı rakamsal analiz

Şu ana dek öne sürdüğümüz sığ yenilik yaratma argümanlarımızı ekte bulunan Tablo 3 ve Şekil 2 aracılığıyla somutlaştırmaya çalışalım. Tablo 3 yenilikçiliğin giriş ve çıkışı ile ilgili seçilmiş bir takım kriterleri karşılaştırmalı olarak yansıtmaktadır. Yenilik kültürünün en ileri noktasındaki ülkelerin (İsveç ve Finlandiya) yanısıra ABD ve Japonya’yı da içererek dünya ekonomisindeki üç ayaklı yapıyı yansıtan çizime Türkiye ile kültürel benzerlikleri olan Yunanistan da dahil edilmiştir. Çizimin ilk bölümü yenilik yaratma sürecinin girdileriyle ilgili aktarılan kaynak, finansman durumu, sosyal sermaye gibi verileri (1-6), ikinci kısmı yenilik yaratma sürecini sonuçlarıyla ilgili bulguları (7-14), üçüncü ve son kısım ise yenilikçiliğin sanayi yapısı içerisindeki payını gösteren kriterleri gösteriyor (15-19). Burada aşağıdaki üç temel bulguya dikkat çekebiliriz: İlk olarak, Şekil 2’ye de yansıdığı gibi Finlandiya, İsveç, ABD ve Japonya yenilikçilik konusunda lider konumdalar. Görünen rekabet üstünlüğü kriteri (18) ve ihracat payları (16) Finlandiya’daki orman sektörü, ABD’de yüksek (uzay, bilgisayar, uçak, vs.) ve orta-yüksek teknoloji ve Japonya’daki orta-yüksek teknolojideki uzmanlaşmaya ışık tutuyor. Ekonomik yapıya bakıldığında yüksek teknoloji sektörlerinin yaratılan katma değerdeki payı Finlandiya ve ABD’de en yüksektir (15). Zaten yeni radikal teknoloji sektörlerinde ABD’nin üstünlüğü belirgin gözüküyor (7-8). Yeniliklerin değerini ve kalıcılığını yansıtan patent rakamları, özellikle patent ailesi rakamlarında,

²⁶ Bkz. ISO 500 Büyük Sanayi Şirketi raporları, 1993 ve sonrası.

Japonya ve ABD'nin liderliğini görebiliriz (11-12). Son olarak yenilikçilikte ana aktörlerin şirketler olduğu İsveç, ABD ve Japonya'nın rakamlarına yansıyor (2-3). Şirketlerinin AR-GE'ye ayırdıkları payı yüksek olan ülkeler aynı zamanda yüksek ve orta-yüksek teknolojilerde yarattıkları uzmanlaşma sonucu uluslararası işbölümünde üst sıralarda yer alıyorlar.

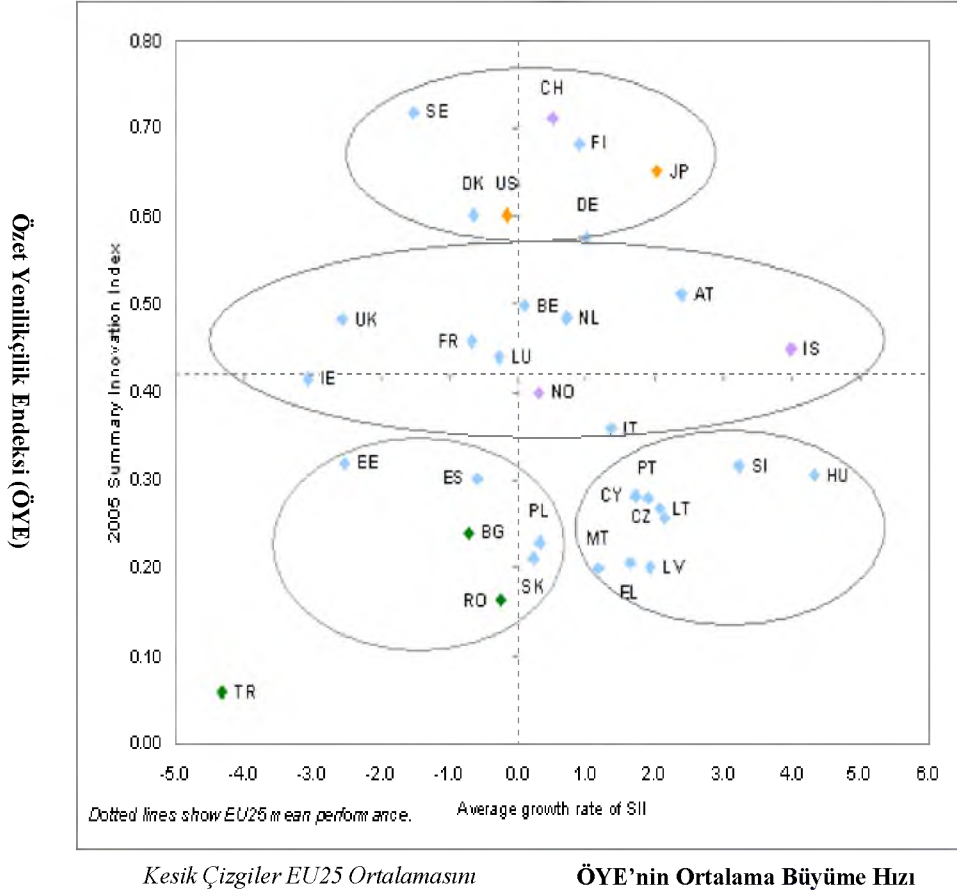
İkinci olarak, bu noktada içi dolmayan yenilik yaratma kavramı Türkiye ve Yunanistan rakamlarında ortaya çıkıyor (2-3). Daha net bir ifadeyle, şirketlerin yenilik yaratmadaki ağırlıklarının azlığı ve üniversitelerde başlayıp biten araştırma projelerinin etkisi rakamlara yansıyor. Bunun da ötesinde hem üniversite hem de şirketlerde çalışan araştırmacı sayısının düşüklüğü Türkiye için ciddi bir zafiyet noktası olarak göze çarpıyor. Patent rakamlarına yansıdığı şekliyle (2-3) Türkiye özel sektörde harcanan kaynağın patent olarak geri dönüş oranında bütün AB üyesi ve aday ülkelerin gerisinde yer alıyor. Bu rakam üniversiteler tarafından tüketilen kaynağı ve ticari olarak kullanılmayan değeri yansıttığı için Türkiye'de önemli bir verimsizlik sorununun var olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca Türkiye'de yabancı ortakla alınan patentlerin yüksekliği çok uluslu şirketlere atfedilebilir (14). Bu durumda yerel burjuvazinin yenilikçilik strateji ve uygulamasının sığılığı Şekil 2'de açıkça görülüyor.

Üçüncü olarak bu eğilim ekonomik yapıya yansıyor: Yüksek teknoloji sektörlerinin yaratılan katma değerdeki payı düşük kalıyor (15). Paralel olarak, Türkiye ve Yunanistan radikal değişimlerin söz konusu olduğu teknoloji alanlarında (7-8) marjinal bir görünüm sergiliyorlar. Benzer şekilde yüksek ve orta-yüksek teknolojilerin imalat sanayi ihracatındaki payı oldukça düşük kalıyor ve Türkiye'de yüksek teknolojilerin aleyhine ihracatta bir yoğunlaşma yaşandığı gözleniyor (16). Görünen rekabet avantajında (18) ise tekstil ve hazır giyim gibi düşük teknoloji sektörlerinin ağırlığı açıkça görülebilir. Bu da hem devletin hem de ekonomik aktörlerin stratejik önceliklerinin geri kalmışlığıyla ilgili bir ipucu veriyor: Tekstil ve hazır giyim hemen her ülkede sanayileşmenin tohumlarının atıldığı sektör olabilir ancak uzun vadede bu sektörlerin ihracat performansına bağımlı kalınması ekonomik yapıdaki çarpıklığı gözler önüne seriyor.

Türkiye için tek olumlu gösterge Innobarometre 2005'e yansıdığı gibi vatandaşların yeniliklerin tüketimi ve yenilikçiliğe olan açıklığında AB'nin ilk beşinde yer alan konumu oluyor (bu da yabancı sermayenin Türkiye'ye doğrudan yatırım yapma eğilimine ışık tutuyor).²⁷

²⁷ <http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2005/innobarometer.cfm>.

Şekil 2
Özet Yenilikçilik Endeksi (2005): Krizle birlikte Türkiye iyice geriye düşüyor



Kaynak: European Innovation Scoreboard

(http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2005/summary_innovation_index.cfm)

7. Türkiye’de yönetim kültürü: Yenilik yaratmak mümkün mü?

Yenilikçilik bağlamında Türk yönetim kültürünü değerlendirirsek yine bazı ciddi sorunlar ile karşılaşırız.²⁸ Öncelikle Calori ve de Woot’un (1994) perspektifini kullanarak Latin tipi yönetim tarzıyla Türk yönetim kültürü arasındaki benzerlikleri ön plana çıkarmak anlamlı olabilir. Diğer Akdeniz ülkelerinde de görüldüğü gibi bu tip yönetim tarzının temel öğeleri arasında öncelikli olarak bir ekonomi-politik boyutu vardır: Merkezi ve güçlü bir devletin ekonomideki aktif rolü ve girişimcilerin bu tip bir devletten

²⁸ Türk yönetim kültürüyle ilgili çalışma özetleri ve araştırma sonuçları için bkz. Şahin (2005: 182 ve 186-88).

beklentileri. Latin tarzının diğer temel ögesi olan aile şirketlerinin Türkiye’de hem Türk ekonomisine sayısal anlamda hakim olan KOBİ düzeyinde, hem de Türk ekonomisinde katma değer ve ekonomik ve siyasi hegemonya anlamında hakim olan dev holding şirketleri düzeyinde egemen olduğunu ve bu şirketlerde belirli profesyonelleşme eğiliminin olmasına rağmen hâlâ aile denetim mekanizmasının etkinliğini koruduğunu görüyoruz.²⁹ Yine özellikle Fransız meslektaşlarını aratmayacak şekilde prestijli üniversite ve liselerin (örneğin BÜ, ODTÜ, İTÜ ve Galatasaray) iş fırsatı, kariyer ve terfi noktalarında etkin olduğunu vurgulamak gerekir. Türk yönetim kültürünü özellikle Anglo-Sakson, Japon ve İskandinav yönetim tarzlarından ayırtıran en temel özellik ise karar almada sezgi ve duygulara yer verilmesidir. Bu noktada özellikle Amerikan modeli tamamen ölçülü hesap, plan ve sözleşmeye dayanırken—ve bunu destekleyen maliyet muhasebesi ve kontrolün teknoloji vasıtasıyla hayata geçirildiği enformasyon sistemleri gibi yönetim sistemlerinde şekillenirken—Türk yöneticileri karar alırken temel olarak sezgilerinden yola çıkıyor.³⁰

Türk yönetim kültürü üzerine McClelland, Hofstede, GLOBE, Schwartz ve Inglehart’in çalışmalarının sonuçları da ilginç bulgular sunuyor. Türk yöneticilerin Hofstede’nin dışı kültür boyutuna paralel olarak örgütlere bağlılığı ekonomik gereksinimden geliştirdikleri düşünülüyor (Wasti, 1995 ve 1998). Belirsizlikten kaçınma yüksektir; çalışanlar ve yöneticiler iş tanımı, kural ve yönetmeliklerle riski ve belirsizliği indirgemeye çalışır ve bu yenilikçiliğin gerektirdiği risk alma ve sorumluluk üstlenme gibi olguları olumsuz etkiler. Türk yöneticisi kolektif davranış özelliklerini McClelland’ın bulgularına da yansıdığı gibi aile ve yakın arkadaş çevresinin oluşturduğu gruba aidiyet ve bu grupla ilişki kurma güdüsü olarak tanımlar ve dolayısıyla başarı güdüsü ikinci plana düşer (1961: 288-9). Yani bu ortaklaşa davranış tarzı Japon başarısını yaratan toplumculuktan uzaktır zira örgüte ve topluma bağlılığa dönüşmemektedir, cemaat çerçevesinde sınırlı kalmaktadır (GLOBE çalışmasında Kolektivizm 2 boyutu da bu bulguyu doğrular). Bunun önemli göstergelerinden bir tanesi Türk toplum ve girişimcilik değerlerinin ağırlıklı olarak kısa-dönemcilik içermesidir.³¹ Schwartz’ın da açıkladığı gibi hiyerarşik bir kültür sistemine sahip bir toplumda gruba bağlılık önceliğe sahipse başarı güdüsü toplumun çıkarlarını

²⁹ Presthus’a (1961) göre Doğu kültürlerinde sosyal davranışlar fazlaca kişiselleşiyor, politikleşiyor ve genelde birkaç üst düzey üniversiteden mezun olan elitler güvensizlik ve belirsizlik duygusu ile güç tekellerini aile ve arkadaş ilişkileriyle genişletmeye çalışıyorlar.

³⁰ Yürütülmekte olan bir araştırma projesinde gerçekleştirilen 12 açık uçlu görüşmenin sonuçları, ayrıca öncü Türk şirketlerindeki 100 üst düzey yöneticiye uygulanan Capstone strateji simülasyonunda yatırımın geri dönüş ve fizibilite analizlerinin yetersizliği ve İstanbul Bilgi Üniversitesi MBA öğrencisi olan 150’yi aşan genç yöneticinin bu simülasyonda aldıkları sezgisel yatırım kararları bu olguyu somutlaştırıyor.

³¹ Bu noktada tek farklı bulgu GLOBE sonuçlarıdır. Diğer tüm araştırma sonuçları kısa vadeciliği Türk değer sisteminin bir parçası olarak belirlerken, bahsi geçen araştırma tam tersine bir sonuç bulmuştur.

bir kenara iterek gerçekleştirilen bir güç edinme ve cemaatçilik haline dönüşmektedir.³²

Türk yönetim kültürüne damgasını vuran bir başka özellik güç mesafesinin yüksek olmasıdır. Yani yöneticiler (Weberyen anlamda) yalnızca ofislerinden kaynaklanan güçlerine değil kendi kişiliklerine de saygı gösterilmesini beklerler. Bu da hem iş ortamında hem de özel ortamlardaki ilişkilere resmiyetçi bir boyut katar. Inglehart'ın da özetlediği gibi geleneksel toplumlar otoriterlik eğilimlerini (vatan sevgisi hisleriyle) desteklerken dış gruplara (mesela feminist hareketlere, homoseksüellere ya da farklı etnik temelli gruplara), boşanma ve kürtaja tolerans ve saygıyı düşürürler. Temel olarak bu yüksek güç mesafesi Türk örgütlerine merkezi-otoriter yönetim şekliyle yansır; yetki devri, inisiyatif kullanma ve sorumluluk alma düşüktür.³³ Cinsiyet temelinde işbölümünün var olduğu Türk aile yapısına benzer bir şekilde genel müdür bir 'iyiliksever baba' portresi çizer. GLOBE araştırması sonuçlarına göre Türkiye, Katar, Fas, Mısır ve Kuveyt'in yer aldığı Ortadoğu kümesine dahildir ve güç pozisyonlarında pederşahilik ağır basar. Kararları alan ve alınan kararların piramit şeklindeki örgüt yapısı içerisinde uygulanıp uygulanmadığını denetleyen kendisidir. İşin gerektirdiği sertlikteki kural ve biçimleri, özellikle şirket içerisindeki ağa hitap eden yakın ve korumacı ilişkilerle dengeler. Kısaca, çalışanlar ancak genel müdür onayından geçmiş kararlara saygı gösterir. Şirket içerisindeki ağ sadakati hayata geçirir. Bağlılık yakın akraba, aile ve yakın arkadaş çevresinden kritik pozisyonlara yapılan istihdamla güç bulur. Yüz yüze ve kişisel ilişkilerle ortaya çıkan bu toplumsal düzende çatışmadan kaçılır, bireylerin davranışlarını ait oldukları grubun norm, etik ve gelenekleri yönlendirir. Mesela işten çıkarma bu ailevari örgüt yapısında hoş karşılanmaz. Çalışana küsülebilir ama başarısız işten atmaya pek heves edilmez (yani performans eğilimi düşüktür). Örgütün dışında da stratejik olmayan aktiviteleri (mesela hukuk işleri, temizlik ve yemek servisleri ve halkla ilişkiler) taşeron olarak yapmaya gönüllü bir ağ vardır. Bu ağın temel ögesi şirket genel müdürünün akraba ve arkadaşlarıdır. Böylelikle örgüt içi ve dışında genel müdüre bağlılık kök salar.

Bu çerçevenin en önemli boyutu Türk aile yapısına da hakim olan, özerkliği ve birey olmayı sürekli engelleyen ve kararların tepeden inmece şekilde alındığı yapının örgütlerde de aynen ortaya çıkmasıdır. Hayatta kalmayı temel alan ve maddi sıkıntılar (enflasyon, gelir dağılımı, vb.) ile mücadele etmek zorunda kalan geleneksel toplumların kalabalık aile yapılarına daha yatkın oldukları ve bu yapının bireylerin istek ve

³² Roos (1967) kamu yöneticilerinin değerlerinde otoriterlik, elitizm, paternalizm ve aşırı güven ihtiyacı olduğunu belirliyor. Podol (1967) kamu yöneticilerinin temel değerleri olarak eleştiriden kaçınma, delegasyon ve iletişimi dışlayan hiyerarşiye sıkı sıkıya bağlılık olarak belirliyor.

³³ Aycan vd. (2000) güç mesafesinin inisiyatif kullanmakla ters bir ilişki içerisinde olduğunu ve yetkilendirme gibi insan kaynakları uygulamalarını olumsuz etkilediğini vurguluyor.

ihtiyaçlarından çok hayatta kalma güdüsüyle bireyselciliği ve özerkliği ortadan kaldırdığı daha önce ifade edilmişti (Inglehart ve Baker, 2000; Schwartz, 2003). Bu da kadının ailedeki rolünü daha ehemmiyetli kılarak, aile dışında ve ekonomik örgütlerdeki katkısını azaltıyor. Aynı zamanda yetişen çocukların ancak verilenle yetinip tüm gereksinimlerini bağlı oldukları geniş aileden beklemelerini sağlayan bir yaklaşımı doğuruyor. Öner (2000) bu olguyu yenilik yaratmanın verimlilik ve gruba bağlılık için feda edilmesi bağlamında doğruluyor.

Benzer şekilde, kurumsallaşmış ve hem de belli bir kurumsal kültüre sahip örgütlerde hem teşvik edici etkenlerin azlığından, hem de riskin örgüt içerisinde dağılımının çok sınırlı olmasından dolayı çalışanların yenilik yaratma konusunda cesur olması beklenemez. Zira herhangi bir yenilik örgüt içerisindeki yapının da değişmesini gerektireceğinden egemen grubun statükocu politik durumuyla çelişir ve çatışma riski doğabilir. Ayrıca GLOBE çalışmasından çıkarabileceğimiz sonuçlara göre, performans eğilimi ve iddialık/çatışmacılık değerlerinde de düşük bir konuma sahip Türkiye’de örgüt seviyesinde (olumlu ve olumsuz) geri bildirim mekanizmasının ve açık bir tartışma ortamının olmayışı da yenilikçiliği olumsuz etkiliyor. Aktolga’nın (2002) da yansıttığı gibi, yenilikçilik hem var olan kadro ve güç ilişkilerine ve egemen iş yapma fikirlerine meydan okumayı getirdiği, hem de grup içi uyum ve bağlılığı tehdit ettiği için örgütte kültürel uyum sorunu taşıyor. Burada tek şans ‘iyiliksever baba’nın yeniliklere açık olması ve bunları sürekli teşvik etmesidir.³⁴ Ne var ki bu durumda bile örgüt içi güç ve politika ilişkileri bu tip projelerin kapsamının genişlemesine ve zenginleşmesine fırsat tanımayabilir. Çakmakçı’nın (2002) da belirttiği gibi yenilik yaratma ve karar alma süreçlerine katılım örgüt dinamiklerince dışlanıyor. Bu düzlemde Aygün ve İmamoğlu’na (2002) göre, yenilikçiliğin Türk örgüt ve çalışanlarının değer sistemlerinin bir parçası olması mümkün olmuyor. Rekabetin giderek arttığı ve müşteri beklentilerinin çeşitlendiği içinde bulunduğumuz dönemde ise yöneticilik değerlerinin belirli bir değişim göstermesi beklenebilir.

8. Değerlendirme

Bu makalede Türk ekonomi-politiği ve kültürel değerlerinin yenilikçiliği değerlendirebilmek için bütüncül şekilde kullanılması gereken iki perspektif olduğuna işaret ediliyor. Öncelikle tarihsel olarak şekillenmiş bir örgütsel ve devlet-iş dünyası geleneği inceleniyor ve bunun girişimcilik değerleri ve geleneğiyle ilişkileri sorgulanarak daha geniş ve kapsamlı bir

³⁴ Kozan’ın (1993) on dört özel ve sekiz kamu örgütünde gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre, Türkiye güç mesafesinden kaynaklanan düşük katılımçılık ve iletişim skorları ile Yunanistan, Arjantin, Şili ve Hindistan gibi ülkelerle bir arada yer alıyor. Açıklamasını sanayileşme tezine bağlayan Kozan, gelişen ülkelerde örgütsel gelişim hamlelerinin üst düzey yönetimden kaynaklandığını, dolayısıyla katılımçılığı dışladığını tartışıyor.

değerlendirmenin yolu açılıyor. Bu çerçevede yenilikçiliğin sığ kalmasının hem tarihsel hem de kültürel sebepleri araştırılıyor.

Makale çerçevesinde ele alınan kuramsal perspektifler Türkiye’de ortaya çıkan sığ yenilikçiliğin temel sebeplerine ışık tutuyor. Bu anlamda Ulusal Yenilikçilik Sistemleri perspektifinin altını çizdiği en önemli konu yenilikçilik için ihtiyaç duyulan kurumların varlığı ve bunlar arasındaki ilişkiler oluyor. Ne var ki diğer gelişmiş ya da geç gelişmeyi başaran ülke örneklerinin aksine Türkiye’de bu kurumların içinin doldurulmadığı ve (mesela üniversite-özel sektör) aralarındaki ilişkilerin kurgusu açısından problemlili olduğu tartışılıyor. Konuya devlet perspektifinden yaklaşan Waldner (1999) gibi kurumsal yaklaşımlara göre ise Türkiye’de devlet tarihsel açıdan yenilikçiliği destekleyen bir görünüm sunmuyor ve dolayısıyla girişimci sınıf rekabetin olmadığı bir ortamda bu konuyu gereken ciddiyetle ele almıyor. Sermaye birikim modeline odaklanan Düzenleme perspektifi ise Türkiye’de hem devletin kapitalist süreç ve gerekleri algılaması ve gerçekleştirmesi hem de bu yapının önemli oyuncularını olan büyük işletmelerin (holdinglerin) değer yaratma konusuna yaklaşımları açısından ciddi problemler olduğunu vurguluyor. Devletin özellikle çok partili rejime geçişle birlikte oy kaygısıyla seçmen tabanına yönelik gerçekleştirdiği klientelist uygulamalarla ekonomik gelişme hedefleri arasında çelişki yarattığı vurgulanıyor. Holdinglerin ise ekonomik gelişmeye Koreli ve Japon muadilleri *Chaebol* ve *Keiretsu*’lara göre oldukça kısıtlı katkı yaptıkları saptanıyor. Buradaki en temel problem diğer geç gelişen ülkelerde sanayileşmenin ve AR-GE tabanlı teknolojik ilerlemenin önemli bir aşamasını oluşturan uzmanlaşma ve derinleşmenin olmamasıdır. AB ile bütünleşme sürecinde artan yabancı sermaye ilgisiyle birlikte ise bu sermaye birikim sürecinin sürdürülebilirliği sorgulanıyor. Bu konudaki bir araştırma AB yolunda benzer bir dönüşüm geçiren İspanya ekonomisindeki holding ölçeğindeki işletmelerin sayısında (Güney Kore ve Arjantin gibi ülkelerdeki artışa rağmen) yarıya yakın bir düşüşün olduğunu saptamıştır (Guillen, 2000, s. 374). Bu anlamda holdinglerin geçmişte devletle ilişkilerin yönetimi olan temel yetkinliklerini son dönemde yeniden tanımlama çabaları anlamlı gözükmektedir. Bu perspektiften küçük ölçeğe dayalı bölgesel büyüme modellerinin önemi ve bunların yenilikçiliğe olan yatkınlıkları da ortaya çıkmaktadır (Eraydın ve Armatlı-Köroğlu, 2005).

Diğer taraftan değerlerin ekonomik alandaki yapıcı ve düzenlemeci rolü ele alındığında Türkiye’nin tarihsel olarak toplumsal sorumluluğa sahip girişimcilik perspektifi arayışında olduğunu anımsatmak yanlış olmayacaktır. Düzenleme okulunun dikkat çektiği gibi sürdürülebilirlik için piyasada gerçekleşen ekonomik kâr arayışlarının toplumsal huzur ve bütünlüğü riske atmayacak bir yapıya kavuşturulması gereklidir. Hem girişimci sınıfın çıkarları hem de toplumsal refah ancak bu şekilde tutarlı bir şekilde gelişebilir. Ancak Türkiye’de hem yirminci yüzyılda hem de 2000’li

yıllarda bu yaklaşımın dışında bir girişimcilik geleneğinin varlığını gözlemliyoruz. Çoğunlukla holding şirketleri olan bankalar 2000-2001 yıllarında ölçüsüz açık pozisyonlarla kâr maksimizasyonuna yönelerek ekonomik gelişme ve sosyal düzeni tehdit etmişlerdi. Bu çerçevede Türk girişimcisinin ‘kaba bireyselci’, salt kâr odaklı çalışma sığınağına girmesi gelişmenin ve yenilikçiliğin önünde önemli bir engel teşkil ediyor. Ayrıca ulusal kültürde örgüt seviyesinde yenilikçiliğin gelişmesini zorlaştırabilecek birtakım değerler de bulunuyor: Belirsizlikten ve risk almaktan kaçınma, kısa dönemcilik, ait olma ve erk güdüsü, pederşahilik ve yüksek güç mesafesi, gelenekselcilik ve hiyerarşinin varlığı, iç grubun çıkarlarına yönelim, iddiacılık/çatışmadan kaçınma ve performans eğilimindeki eksiklikler. Bu durum giderek daha rekabetçi ve karmaşık hale gelen (ulusal ve uluslararası) piyasalarda Türk şirketlerinin varlıklarını sürdürülebilmek için önemli değişim projelerine hızla girişmek zorunda olduğuna (ve devletin bu değişimi desteklemesi gerektiğine) işaret ediyor.

Kaynaklar

- ABRAMS, P. (1982), *Historical Sociology*, Somerset: Open Books.
- ADAMAPOULOS, J. ve LONNER, W. (2001), “Culture and Psychology at a Crossroad”, D. Matsumoto (Der.) *The Handbook of Culture and Psychology*, Oxford: Oxford University Press, 11-34.
- ACS, Z. ve AUDRETSCH, D. (1988), “Innovation in Large and Small Firms”, *The American Economic Review*, 78(4), 678-90.
- AGLIETTA, M. (1979), *A Theory of Capitalist Regulation: The US Experience*, Londra: NLB.
- AKTOLGA, M. (2002), *Innovation Context in Turkey*, Basılmamış Bitirme Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- AMSDEN, A. (1985), “The State and Taiwan’s Economic Development”, P. Evans, D. Rueschemeyer ve T. Skocpol (Der.) *Bringing the State Back In*, Cambridge: Cambridge University Press, 78-104.
- (1989), *Asia’s Next Giant: South Korea and Late Industrialisation*, Oxford: Oxford University Press.
- AYCAN, Z., KANUNGO, R. N., MENDONCA, M., YU, K., DELLER, J., STAHL, G., KHURSID, A. (2000), “Impact of Culture on Human Resource Management Practices: A Ten Country Comparison”, *Applied Psychology: An International Review*, 49(1), 192-220.
- ARCHIBUGI, D. ve PIANA, M. (1994), “Aggregate Convergence and Sectoral Specialisation in Innovation”, *Journal of Evolutionary Economics*, 4, 17-33.
- AYGÜN, Z. K. ve İMAMOĞLU, E. O. (2002), “Value Domains of Turkish Adults and University Students”, *The Journal of Social Psychology*, 142(3), 333-51.
- BAYAR, A. H. (1996), “The Developmental State and Economic Policy in Turkey”, *Third World Quarterly*, 17(4), 773-85.
- BOYER, R. (2000), “The Political in the Era of Globalization and Finance: Focus on Some Regulation School Research”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(2), 274-322.
- BUĞRA, A. (1994), *State and Business in Modern Turkey: A Comparative Study*, Albany: State University of New York Press.
- CALORI, R. ve DE WOOT, P. (Der.) (1994), *A European Management Model: Beyond Diversity*, New York: Prentice Hall.

- CAPELLO, R. (1999), "Spatial Transfer of Knowledge in High Technology Milieux: Learning Versus Collective Learning Processes", *Regional Studies*, 33(4), 353-65.
- CASTELLS, M. (1992), "Four Asian Tigers with a Dragon Head: A Comparative Analysis of the State, Economy, and Society in the Asian Pacific Rim", R. P. Appelbaum. ve J. Henderson (Der.), *States and Development: The Asian Pacific Rim* Newbury Park: Sage, 33-70.
- CAMAGNI, R. (Der.). (1991), *Innovation Networks: Spatial Perspectives*, Londra/New York: GREMI/Belhaven Press.
- CHANDLER, A. D. (1995), *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge: Belknap.
- CHRISTENSEN, C. (1997). *The Innovator's Dilemma*, Boston: Harvard Business School Press.
- ÇAKMAKÇI, U. M. (1997), *The Political Economy of Governance: An Integral Economic Analysis of the Textile and Apparel Sectors in Turkey*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Lancaster University.
- (2002), "The Context of Innovation and the Role of the State", P. Trott (Der.) *Innovation Management and New Product Development* (2. baskı), Essex: Pearson.
- DICKEN, P. (2003), *Global Shift*, Londra: Sage.
- DiMAGGIO, P. (1994), "Culture and Economy" Smelser, N.J. ve Swedberg, R. (Der.) *The Handbook of Economic Sociology*, New Jersey: University of Princeton Press, 27-57.
- (1997), "Culture and Cognition", *Annual Review of Sociology*, 23, 263-87.
- DOSI, G., FREEMAN, C., NELSON, R., SILVERBERG, G. ve SOETE, L. (Der.). (1988), *Technical Change and Economic Theory*, Londra: Pinter.
- DOUGHERTY, C. ve HARDY, M. (1996), "Sustained Innovation in Large and Mature Firms", *Academy of Management Journal*, 39(5), 1120-53.
- DURKHEIM, E. (1893). *De la Division du Travail Social*, Paris: F. Alcan.
- (1984), *The Division of Labor in Society*, Houndmills: Macmillan.
- EDQUIST, C. (1997), *Systems of Innovation – Technologies, Institutions and Organizations* Londra: Pinter.
- ERAYDIN, A. ve ARMATLI-KÖROĞLU, B. (2005), "Innovation, Networking and the New Industrial Clusters: The Characteristics of Networks and Local Innovation Capabilities in the Turkish Industrial Clusters", *Entrepreneurship and Regional Development*, 17, 237-66.
- EVANS, P., RUESCHEMEYER, D. (1985), "On the Road Toward a More Adequate Understanding of the State", P. Evans, D. Rueschemeyer ve T. Skocpol (Der.), *Bringing the State Back In*, Cambridge: Cambridge University Press, 347-66.
- EVANS, P. B. (1989), "Predatory, Developmental, and Other Apparatuses: A Comparative Political Economy Perspective on the Third World State", *Sociological Forum*, 4(4), 561-87.
- FLIGSTEIN, N. (2001), *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of 21st Century Capitalist Societies*, Princeton: Princeton University Press.
- FONSECA, J. (2001), *Complexity and Innovation in Organizations*, e-book: Routledge.
- FREEMAN, C. ve SOETE, L. (1997), *The Economics of Industrial Innovation*, 3. baskı, Londra: Pinter.
- GERSCHENKRON, A. (1952), "Economic Backwardness in Historical Perspective", B. Hoselitz (Der.), *The Progress of Underdeveloped Areas*, Chicago: University of Chicago Press.
- GUILLEN, M. (2000), "Business Groups in Emerging Economies: A Resource-Based View", *The Academy of Management Journal*, 43(3), 362-80.
- HAMILTON, G. (1994), "Civilizations and the Organization of Economies", Smelser, N. J. ve Swedberg, R. (Der.) *The Handbook of Economic Sociology*, New Jersey: University of Princeton Press, 183-205.
- HODGSON, G. (1994), "The Return of Institutional Economics", Smelser, N.J. ve Swedberg, R. (Der.) *The Handbook of Economic Sociology*, New Jersey: University of Princeton Press, 58-76.
- HOFSTEDE, G. (1984), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Thousand Oaks, CA: Sage.

- HOLLINGSWORTH, R. J. (2000), "A Strategy for the Analysis of Idea Innovation Networks and Institutions", *Organization Studies*, 21(5), 971-1004.
- HOUSE, R. J., HANGES, P. J., JAVIDAN, M., DORFMAN, P., ve GUPTA, V. (2004), *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- INGLEHART, R. ve BAKER, W. (2000) "Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values", *American Sociological Review*, 65, 19-51.
- JESSOP, B. (1990), *State Theory: Putting Capitalist States in Their Place*, Cambridge: Polity Press.
- (2001), "Regulationist and Autopoieticist Reflections on Polanyi's Account of Market Economies and the Market Society", *New Political Economy*, 6, 213-32.
- JOHNSON, C. (1982), *MITI and the Japanese Miracle: The Growth of Industrial Policy 1925-75*, Stanford: Stanford University Press.
- KANTER, R. M. (1996), *The Change Masters: Corporate Entrepreneurs at Work*, Londra: Thompson Business.
- KERR, C., DUNLOP, J. T., FREDERICK H. H., ve MYERS, C. A. (1964), *Industrialism and Industrial Man*, New York: Oxford University Press.
- KIM, C. ve MAUBORGNE, R. (2005), *Blue Ocean Strategy*, Boston: Harvard Business School Press.
- KIRIM, A. (2005), *Mor İnek Nasıl Büyüdü?: Kârlı Büyümenin Kitabı*, İstanbul: Sistem.
- KIRIM, A. ve ATEŞ, H. (1989), "Technical Change and Technological Capability in the Turkish Textile Sector", *METU Studies in Development*, 16(1-2), 1-30.
- KOZAN, M. K. (1993), "Cultural and Industrialization Level Influences on Leadership Attitudes for Turkish Managers", *International Studies of Management and Organization*, 23, 7-17.
- LIST, F. (1849; 2001), *The National System of Political Economy (e-book)*, Kitchener, Ontario: Batoche.
- LONGHI, C. (1999), "Networks, Collective Learning and Technology Development in Innovative High Technology Regions: The Case of Sophia-Antipolis", *Regional Studies* 33(4), 333-42.
- MCCLELLAND, D. C. (1961), *The Achieving Society*, New York: Free Press.
- (1962), "Business Drive and National Achievement", *Harvard Business Review*, 40(4), 99-112.
- (1985), *Human Motivation*, Glenview: Scott, Foresman.
- MC SHANE, S. L. ve von GLINOW, M. (2003), *Organizational Behavior*, Boston: McGraw-Hill.
- MERTON, R. K. (1968), *Social Theory and Social Structure*, New York: Free Press.
- MOUALERT, F. ve SEKIA, F. (2003), "Territorial Innovation Models: A Critical Survey", *Regional Studies*, 37(3), 289-302.
- NELSON, R. R. (Der.) (1993), *National Innovation Systems*, Oxford: Oxford University Press.
- ÖNER, B. (2000), "Innovation and Adaptation in a Turkish Sample: A Preliminary Study", *The Journal of Psychology*, 134 (6), 671-6.
- ÖNİŞ, Z. (1991), "The Political Economy of Turkey in the 1980s: Anatomy of Unorthodox Liberalism", *Comparative Politics*, 24(1), 109-25.
- PARSONS, T. (1964), *Social Structure and Personality*, New York: Free Press of GLWNCOE.
- PODOL, R. (1967), "Bir Yabancı Gözüyle Yirminci Yüzyıl Ortasında Türk Kamu Yöneticisi", *Anme İdaresi Bülteni*, Şubat, 10-15.
- POLANYI, K. (1944; 2001), *The Great Transformation*, Boston: Beacon.
- PRESTHUS, R. V. (1961), "Weberian v. Welfare Bureaucracy in Traditional Society", *Administrative Science Quarterly*, 6(1), 1-24.
- ROOS, N. P. (1967), "Türk Kamu Yönetiminin Değişen Yönleri", *Anme İdaresi Bülteni*, Aralık, 8-13.
- SARGUT, S. A. (2001), *Kültürler Arası Farklaşma ve Yönetim*, Ankara: İmge.

- SAYARI, S. (1975), "Some Notes on the Beginnings of Mass Political Party Participation", E. D. Akarlı ve G. Ben-Dor (Der.), *Political Participation in Turkey*, İstanbul: Boğaziçi University Press.
- SCHUMPETER, J. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper Perennial.
- (1946), "Capitalism", R.V. Clemence (Der.) 2000, *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*, New Brunswick: Transaction Publishers, 189-210.
- (1947), "Comments on a Plan for the Study of Entrepreneurship", R. Swedberg (1991), *Schumpeter: The Economics and Sociology of Capitalism*, Princeton: Princeton University Press, 406-28.
- SCHWARTZ, S. (2003), "Mapping and Interpreting Cultural Differences Around the World", H. Vinken, J. Soeters ve P. Ester (Der.), *Comparing Cultures, Dimensions of Culture in a Comparative Perspective*, Leiden: Brill, 43-73.
- SCOTT, J. C. (1969), "Corruption, Machine Politics and Political Change", *The American Political Science Review*, 63(4), 1142-1158.
- SHANE, S. (1993), "Cultural Influence on National Rates of Innovation", *Journal of Business Venturing*, 8, 747-781.
- SHANE, S. (1996), "Explaining Variation in Rates of Entrepreneurship in the United States: 1899-1988", *Journal of Management*, 22(5), 747-81.
- SKOCPOL, T. (1985), "Bringing the State Back In: Strategies of Analysis in Current Research", P. Evans, D. Rueschemeyer ve T. Skocpol (Der.), *Bringing the State Back In*, Cambridge: Cambridge University Press, 3-42.
- SÜERDEM, A. ve ÇAKMAKÇI, U. M. (2002), "How Business Values Determine the Lack of Innovation and 'Petty Entrepreneurship': The Case of Turkey", *The International Business and Economics Research Journal*, 1(12), 109-21.
- SWEDBERG, R. (2003), *Principles of Economic Sociology*, Princeton: Princeton University Press.
- SWIDLER, A. (1986), "Culture in Action: Symbols and Strategies", *American Sociological Review*, 51(2), 273-86.
- TOCQUEVILLE, A. D. (1945), *Democracy in America*, New York: Vintage.
- TÖNNIES, F. (1887), *Gemeinschaft-Gessellschaft*, Berlin: Leipzig.
- TROTT, P. (2002), *Innovation Management and New Product Development*, 2. baskı, Essex: Pearson.
- TURNER, B. S. (1987), "State, Science and Economy in Traditional Societies: Some Problems in Weberian Sociology of Science", *The British Journal of Sociology*, 38(1), 1-23.
- UZUN, A. (2001), "Technological Innovation Activities in Turkey: The Case of Manufacturing Industry, 1995-1997", *Technovation*, 21(3), 189-96.
- VAN DE VEN, A. (1986), "Central Problems in the Management of Innovation", *Management Science*, 32(5), 590-606.
- WALDNER, D. (1999), *State Building and Late Development*, Ithaca: Cornell University Press.
- WASTI, S. A. (1995), "Kültürel Farklılaşmanın Örgütsel Yapı ve Davranışa Etkileri", *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 22(4), 503-29.
- (1998), "Cultural Barriers in the Transferability of Japanese and American Human Resources Practices to Developing Countries: The Turkish Case", *The International Journal of Human Resource Management*, 9(4), 608-31.
- WEBER, M. (2002), "The Protestant Ethic and Spirit of Capitalism", Calhoun, C., Gerteis, J., Moody, J. ve Pfaff, S. (Der.), *Classical Sociological Theory*, Malden, Mass.: Blackwell.
- WHITLEY, R. (2000), "The Institutional Structuring of Innovation Strategies: Business Systems, Firm Types and Patterns of Technical Change in Different Market Economies", *Organization Studies*, 21(5), 855-86.
- WILLIAMSON, O. E. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: Free Press.
- ZORNOZA, C., ALCAMÍ, R., CIPRÉS, M. ve NAVARRO, M. (2004), "A Meta-Analysis of Innovation and Organisation Size", *Organisation Studies*, 25(3), 331-361.

Extended Summary

An Integral Economic Approach to “Petty” Entrepreneurship and Innovation in Turkey

Abstract

This article explores petty entrepreneurship and innovation in Turkey from an integral economic perspective. It has a dual emphasis on the structural conditions facing the Turkish industrialisation project and the effect of cultural values of the emerging business strata *vis-à-vis* innovation. At this point, while the limited developmental capacities of the Turkish state are identified, the myopia of entrepreneurs in their own material interests at the expense of social cohesion are also highlighted (referring both to “state tradition” and “entrepreneurship tradition”). So petty entrepreneurship and innovation in Turkey emerge out of limited institutional capacities and linkages, an economic structure de-emphasising specialisation and deepening, as well as of certain cultural values. The article also summarises the effects of petty entrepreneurship on innovation in terms of concrete, comparative figures.

Keywords: Innovation, Turkey, industrialisation, political economy, role of the state, entrepreneurial values, petty entrepreneurship.

The role of innovation in capitalist development has long been identified as the engine of sustainable economic growth. However, the potential to ‘create new products, processes, markets and organizations’ are path-dependent in the sense that while there are certain nations and localities that have acquired that capability over time, some others are still lagging behind. In this sense, the geography of innovation lately expanded to include such nations as South Korea and Taiwan and is currently being redefined through the sustained efforts of China and India. On the other hand, the perception of public and economic actors in the Turkish context remained rather short-sighted almost until 2005. This observation marks Turkey as an interesting case in such actors’ strategic stance toward innovation, especially given that in the 1950s her export performance closely matched those of the so-called Asian Tigers.

In this context, this paper poses a significant question: Under what conditions and with what kind of incentives do entrepreneurs move toward innovation? A nation’s innovative performance apparently depends on multiple factors. Late developing nations are no exception in this regard. This diversity is echoed by the vast literature relevant to the subject: The market, the ‘developmental’ state, institutions and linkages (‘national innovation systems’), and regional ‘innovation milieux’, as well as organisational studies on innovation. By highlighting the regulation theory’s strong emphasis on the ‘integral economy’ and ‘integral state’, this paper puts forth *the need for addressing both the state-tradition and entrepreneurship values (or*

'entrepreneurship tradition') in Turkey to explore how the complex and problematic capitalist accumulation process is regulated.

Defining innovation as 'new way of doing things' in a Schumpeterian fashion, this paper identifies it as a mechanism for organisations' adaptation to the shifts in the environment or for reshaping the environment within which they operate under competitive pressure, creating an economy-wide impact. In this context, the focus on and outcome of innovation also depend on entrepreneurial culture (reflecting into the assumptions and practices of doing business). Innovation requires a commitment to the delicate balance between individual autonomy and social cohesion (*viz.* 'individualism with social commitment'). Studies have identified several values impacting innovation, which include the need for achievement, uncertainty avoidance, performance orientation, self-expression, intellectual autonomy and mastery.

When we evaluate the Turkish modernisation and industrialisation project through the window of innovation, limited institutional capacities (including the state) and linkages, an economic structure de-emphasising specialisation and deepening, and certain cultural values can be highlighted; hence, the notion of petty entrepreneurship and innovation. Our integral approach highlights, on the one hand, some political-economic factors that confine the perception on capitalistic necessities: The state's incapacity to solve the paradoxical relationship between the needs of long-term capital accumulation and short-term demands of the electorate, clientelism in politics, overextended periods of protectionism and favouritism, practices such as floating insolvent firms and negative interest rates, delay in the restructuring of sectors, lack of a control mechanism for the distribution (and redistribution) of incentives and support extended to private establishments, and strategic myopia in establishing linkages from lower technology into high technology (or up-market) industries. Entrepreneurship values, on the other hand, are biased toward traditionalism (favouritism and affiliation, limiting confrontation, assertiveness and performance-orientation), power distance, collectivism (purporting in-group dynamics), paternalism (limiting self-expression and bottom-up initiatives), and short-termism (undermining comprehensive strategising). Under rising competitive pressures and changing business environment, however, Turkish organisations are currently occupied with rethinking this historical bias.

Finally, the effects of petty entrepreneurship on innovation in terms of concrete, comparative figures are summarised in this paper: Low level of commitment of private companies to R&D, limited number of research personnel in both universities and companies, poor linkages between universities and companies that would embed projects with commercial value, and incomparably low levels of patents in general (as well as modest level of academic publications and patents in the high speed industries of nanotechnology and biotechnology). All of these underline the bias against high-technology industries, as reflected by their relatively low weight in manufacturing and export figures.