

GÜDÜMLÜ EKONOMİLER KAPSAMINDA G20 ÜLKELERİ

G20 COUNTRIES IN THE CONTEXT OF CONTROLLED ECONOMIES

Doç. Dr. Bekir Sami OĞUZTÜRK

Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü
bekiroguzturk@sdu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3076-9470

Ferhat ÖZBAY

Doktora Öğrencisi,
Süleyman Demirel Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Bölümü
ferhatozbay@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-7756-3835

Öz

İnovasyon, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinden toplumsal yapısına, sanayilerine ve tarımına kadar birçok alanda önemli bir etkiye sahiptir. Kalkınmanın temel dinamiklerinden biri olarak görülen inovasyon, ülkelerin gelişmesi veya gelişimini sürdürebilmesi için önemli bir araçtır. Kısaca inovasyonun önemini ve anlamını erken kavrayabilmiş ve inovasyonu ülkelere entegre edebilmiş toplumlar, gelişmişlik açısından dünya ölçeğinde ilk sıralarda yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı, inovasyon göstergeleriyle gelişmişlik arasındaki ilişkiyi güdümlü ekonomiler ve WEF (World Economic Forum) yayınladığı küresel rekabet raporu verileri ile betimsel olarak açıklamaktır. Bu doğrultuda ilk olarak inovasyon ve kalkınmanın teorik temelleri incelenmiştir; sonrasında, G20 ülkeleri Küresel Rekabet Raporu çerçevesinde kalkınma seviyelerine göre gruplara ayrılmıştır. Son olarak inovasyon göstergelerine göre sıralanan ülkeler, İnsani Gelişmişlik Raporu verileriyle karşılaştırılmış ve ilgili bulgular iktisadi bakış açısıyla yorumlanmıştır. İnovasyon güdümlü ülkelerin hepsinin çok yüksek insani gelişme endeksine sahip olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: İnovasyon, Kalkınma, G20.

Abstract

Innovation of a country such as development levels, social life, industry, and even agriculture has a great influence in many areas. Innovation, seen as one of the basic dynamics of development, is becoming increasingly important. As a result; Societies that can grasp innovation early are in the first place in the world in terms of development. The aim of this descriptive study is to explain the relationship between the indicators of innovation and the level of development with the aid of controlled economies and WEF data in this respect, the theoretical foundations of innovation and development have been examined first. After that, G20 countries are divided into groups according to their development levels in the framework of the global competition report. Finally, the countries ranked according to the innovation indicators are compared with the data of the Human Development Report and the related findings are interpreted with the economic point of view. It has been seen that all of the innovation-driven countries have a very high human development index.

Keywords: Innovation, Development, G20.

1. GİRİŐ

Schumpeter, firmalar eğer rekabette üstünlük kurmak istiyorsa bunun ana öğesinin inovasyon olduğunu ileri sürmektedir (Su, 2003: 37).

İnovasyon, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinden, toplumsal hayata, sanayilerine ve tarıma kadar birçok alanda büyük bir etkiye sahip olmaktadır. İnovasyon kavram olarak bir fikrin icada dökülmesi ve ticarileştirilmesi anlamına gelmektedir. Bu tanım, bilimsel düşünme, süreç, bilgi vb. birçok olguyu içermektedir. Kısaca uzun dönemde ekonomik büyümenin temel kaynağı inovasyon olarak görülmektedir. Bu bağlamda, inovasyonun önemini erken kavramış ve bu doğrultuda çalışma yapmış olan ülkeler, gelişmiş ülke statüsü kazanmaktadır.

Kalkınma kavramı, literatürde büyüme ile karıştırılmaktadır. Büyüme, ülkenin GSYH'sinde meydana gelen artış olarak tanımlanmaktadır. Burada vurgulanmak istenen sadece ekonomik boyuttur. Kalkınma büyümenin sürekliliğine (ekonomik kalkınma) işaret ederken aynı zamanda insani ve sosyal kalkınmayı da içinde barındırmaktadır. Bu bakımdan büyüme, kalkınma anlamına gelmemektedir. Kalkınma kavramı kapsam olarak sadece ekonomik büyümeyi değil aynı zamanda sosyal ve insani kalkınmayı da kapsamaktadır.

Bu çalışmada ilk olarak inovasyonun kavramsal çerçevesi çizildi ve türlerine değinildi; sonrasında, kalkınmanın tanımı yapıldı ve kalkınmanın üç aşamasına detaylı bir şekilde yer verildi. Çalışmada son olarak G20 ülkelerinin inovasyon göstergeleri ele alındı ve küresel rekabet raporu çerçevesinde gelişmişlikleri değerlendirilerek, insani gelişmişlik raporu verileriyle kıyaslandı. Bu bağlamda inovasyon güdümlü ülkeler ile çok yüksek insani gelişme arasında bir bağ olup olmadığı iktisadi bakış açısıyla sorgulandı.

2. İNOVASYON

İnovasyonun geçmişten günümüze birçok tanımı yapılmıştır. Bu tanımların çoğu birbirine paralellik göstermekle birlikte az da olsa farklı tanımlara rastlamak mümkündür. Temel olarak birkaç inovasyon tanımını incelemek gerekirse bunlar:

İnovasyon firmalarda değer artışına sebep olan; üretim, süreç, yeni fikir ve diğer özelliklerin uygulanması olarak tanımlanır (Greenhalgh and Rogers, 2010: 4).

Çoğu zaman inovasyon kavramı, yeni bir fikir veya icat olarak anlaşılmaktadır: Edison'un ampulü bulması inovasyon değil bir icattır; inovasyon ancak bu icattan bir kazanım elde edilmesi sonucu oluşmaktadır. Kısaca bir icadın inovasyon olabilmesi için ticarileştirilmesi gerekmektedir. İnovasyonun diğer bir mekanizması ise başkalarının yaptığı inovasyonlardan esinlenerek veya transfer ederek yeni ürünler ortaya koymaktır (Tüylüoğlu ve Saraç, 2012: 2).

İnovasyon, yüksek üretim geliri ve verimlilik edinmenin yanı sıra yeni talepler de yaratmaya sebep olmaktadır (Aoki and Yoshikava, 2002: 2).

Bu tanımlardan, günümüzde değişimin ve gelişimin ana öğelerinden birinin inovasyon olduğu anlaşılmaktadır.

2.1. İnovasyon ve Yaratıcılık

Yaratıcılık: Basit bir şekilde orijinal, sosyal faydalılığı olan ürünler veya fikirler yaratabilme yeteneği olarak tanımlanır (<http://www.dbe.com.tr/tr-TR/Content/Default.aspx?SectionID=220>).

Ayrıca yaratıcılık, düşüncelerin icada dönüştürülmesi veya tek başına bir fikir olarak da adlandırılabilir.

Yaratıcılık ve inovasyon tanımlarından yola çıkarak inovasyon tanımı řu şekilde sistematik hale getirilebilir:

Yaratıcılık: Düşünme (1.aşama) + İcat (2.aşama)

Yaratıcılık + Ticaretleştirme = İnovasyon

İnovasyon kısaca yaratıcılığın ticarete dökülmesidir denilebilir.

Bu durumda buradan inovasyonun tek başına yaratıcılık olmadığı anlaşılır.

Tek başına bir sürecin, bir pazarlama tarzının, bir organizasyonun kullanım şekli, şirketlerin, ülkelerin; sermaye yenileme ve artırımı, yalnızca faktör fiyatlarındaki artış ya da azalıştan kaynaklanan değişimler, inovasyon değildir (Gökçe, 2010: 1–2).

İnovasyonun ortaya çıkabilmesi için bir süreci, bir sistemi (düzenli bir şekilde bilinçli bir çalışma), süreç sonucunda ortaya çıkan bir icat ve bu icadın, iktisadi birimlerin amaç fonksiyonlarında anlamlı düzeyde iyileştirme yapan yeni bir iktisadi değeri kapsamaması gerekmektedir. Dolayısıyla, inovasyon sadece icat ya da yeni bir oluşumu hedeflemez, bu icat mutlaka iktisadi bir değere dönüştürülmelidir (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 17–18).

2.2. İnovasyon türleri

Oslo kılavuzuna göre dört temel inovasyon türü bulunmaktadır. Bunlar;

1. Ürün inovasyonu,
2. Süreç inovasyonu,
3. Pazarlama inovasyonu,
4. Organizasyonel inovasyondur.

2.2.1. Ürün İnovasyonu

Ürün inovasyonu: Yeni bir ürün ortaya çıkarma veya var olan bir ürünün önemli ölçüde özelliklerinin değiştirilmesi ya da amaçlanan kullanımlarına göre geliştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır. Bu önemli teknik özellikler; gelişmeler, bileşenler ve malzemeler, anonim yazılım, kullanıcı kolaylığı veya diğer işlevsel özellikleri içermektedir (Oslo Kılavuzu, 2005: 48).

Farklı ve yeni bir ürünün geliştirilmesi ya da var olan üründe değişiklik, farklılık ve yenilik yapılması; bu ürünlerin pazara sunulması, ürün inovasyonu olarak adlandırılır (Elçi, 2007: 3). Basit bir tanımla mevcut bir ürünü alıp üst seviyeye çıkarmaktır diye de açıklanabilir (Kırım, 2005: 19).

Bir firmanın rekabet ortamında ayakta kalabilmesi için sürekli kendini yenilemeye ihtiyacı vardır. Piyasaların sürekli yeni ürünlerle tanışması eski ürünlerin ömrünü kısaltırken bu yenilikler bazı firmalara yeni pazarlar yaratmakta veya ömrünü uzatmakta bazı firmalarının ise yok olmasına veya gerilemesine sebep olmaktadır. Bu gerileme ve gelişme arasındaki farkı belirleyecek olan en önemli unsurların başında ürün yeniliği gelmektedir.

2.2.2. Süreç İnovasyonu

Süreç inovasyonu: Yeni veya önemli derecede geliştirilmiş üretim veya teslimat yöntemlerinin/tekniklerinin uygulanmasıdır. Bu teknikler, teçhizat ve/veya yazılımda önemli değişiklikler içerir (Oslo Kılavuzu, 2005: 49). Bu yenilik türü, bir yeniliğinin üretiminden dağıtımına kadar tüm süreçleri kapsar.

Firmalar aynı ürünü veya hizmeti aynı zaman içinde daha çok üretebiliyor veya sağlayabiliyorsa ya da başka bir tabirle bir ürün ve hizmetin üretimi normalden daha az sürüyorsa burada bir süreç yeniliğinden bahsedilebilir (Tunç, 2008: 16).

Süreç yeniliği iki grupta incelenebilir:

1. Yeni süreç: Şimdiye kadar var olmamış bir sürecin var olması veya ortaya çıkartılmasıdır.
2. Geliştirilmiş süreç: Bilinen veya var olan süreçte değişiklikler yapılmasıdır.

Bu tür inovasyonlar, birim üretim veya teslimat maliyetlerini azaltmak, kaliteyi arttırmak, ya da ürünleri önemli derecede iyileştirmek ve teslimat sürecini en aza indirmek olarak görülebilir. Ayrıca satın alma, muhasebe, bakım ve hesaplama gibi yardımcı konumda bulunan araçların faaliyetlerindeki yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş yazılım, teçhizat ve teknikleri kapsamaktadır (BTSO, 2007: 11).

2.2.3. Pazarlama İnovasyonu

Pazarlama inovasyonu: Yeni pazarların açılması, yeni konumlandırma, daha kolay bir adresleme, müşteri ihtiyaçlarına göre ürün tasarımı veya ambalaj, ürün yerleştirme, ürün promosyonu ve fiyatlarda önemli değişiklikleri kapsamaya ya da yeni pazarlara açılmasıdır (Oslo Klavuzu, 2005: 49). Başka bir deyişle, ürünlerin işlevsel özellikleriyle oynamadan görüntüsü ve/veya şeklindeki ufak oynamalar ya da düzeltmeler yapılarak, firmanın satışlarını arttırmaya yönelik her türlü pazarlama tekniğidir (Dinler, 2007: 188).

Pazarlama inovasyonu, sadece pazarlara ulaşmak için yeniliği kapsamaz, bu yeniliği, yeni tüketicilere ulaştırmayı ya da benimsetmeyi de kapsar (Ayhan, 1999: 21). Bu tür inovasyonlar, müşterilerin satın alma sürecinde onlarla gelececek etkileşimi farklılaştırmaya odaklanır. Ayrıca pazarlama inovasyonu, müşteri ve satıcı arasındaki gelenekselleşmiş ilişkiyi ortadan kaldırma aracı ve inovatif bir yer veya yöntem geliştirme tekniği olarak da görülebilir (Yavuz, 2010: 147).

Pazarlama tekniklerinin geliştirilmesi veya yeni pazarlama yöntemlerinin ortaya çıkarılması hem yeni hem de mevcut ürünler için kullanılabilir. Pazarlama inovasyonu kavramının önemli bir parçası olan yeni bir pazarlama; mevcut ürünün konsepti ve tasarımı üzerinde önemli değişikler içerir. Yukarıda da belirtildiği üzere ürünün işlevsel özelliklerini değiştirmeden bu değişiklikler gerçekleştirilir. Bu değişikliklerde mevcut kullanıcıları muhafaza etmek çok önemlidir. Burada dış görünüşteki değişiklikte ambalaj çok önemli bir faktördür: Bir mobilya tasarımı ya da bir deterjan paketindeki değişimler (Adıgüzel, 2012: 35-36). Genel anlamda pazarlama inovasyonu denildiğinde; ürün tasarımından ambalajlanmasına, ürünün konumlandırılmasından ürünün teşvik/tanıtımına ve fiyatlandırılmasına kadar önemli değişiklikleri içeren, yepyeni pazarlama yöntemleri aklı gelir. Müşteri ihtiyaçlarına daha başarılı şekilde cevap vermek, yeni pazarlar geliştirmek veya mevcut ürünü pazarda farklı bir şekilde konumlandırmak pazarlama inovasyonunun hedefleridir (Göker, 2009: 57).

Kısaca bu inovasyona finansal yöntemler ile yeni satış teknikleri denilebilir.

2.2.4. Organizasyonel (Örgütsel) İnovasyon.

Firmaların iş uygulamalarında, işyeri organizasyonu veya dış ilişkilerde kullanılan yahut bu ilişkileri kapsayan bir organizasyon yöntemidir (Oslo Klavuzu, 2005: 51). Ticari uygulamadaki organizasyonel yenilikler, çalışmanın yürütülmesine ilişkin yeni yöntemlerin kullanılması veya gerçekleştirilmesini kapsar. Örneğin: bilginin düzenlenmesi, bilgiye kolay şekilde erişilebilmesi, dersler ve diğer bilgilere dair bir veri tabanı oluşturulması vb. gibi (Günay, 2007: 16).

Bu inovasyonlar maddi ve iş gücü kaynaklarını en uygun şekilde bir araya getirerek yeni ve farklı yapılanmaları ifade eder (Yavuz, 2010: 147). Ayrıca bu inovasyon türü, şirket içindeki bağlantıyı güçlendirmek, işçiler arasındaki uyumu ve iş üretkenliğini arttırmak ya da araç gereç maliyetlerini düşürmek suretiyle firma performansına olumlu etki sağlar. Ticari uygulamadaki organizasyonel inovasyon, çalışmaların sürdürülebilmesi, olağan işler ve usullerin organize edilmesi için yeni yöntemleri kapsamaktadır. Örneğin; işçiler arasındaki ayrımı giderecek, en azından asgari düzeye indirecek ve çalışanların geliştirilmesine olanak sağlayacak kurs, eğitim vb. uygulamaların gerçekleştirilmesidir (Adıgüzel, 2012: 38).

Örgütlerdeki inovasyonlar; bir işin, firma ve örgütsel birimler arasında bölünmesi için sorumlulukların ve karar almanın, çalışanlar arasında dağılımına yönelik yeni yöntemlerin gerçekleştirilmesini kapsar. Örneğin; bir firma, çalışanlarını yönetime fikirlerini sunabilmesi için teşvik etmesi ve özgüvenini arttırmaya yönelik çalışmalar yapması; bu çalışmaların başarıya

ulaşabilmesi için merkezietçi bir yapının terk edilmesi ya da işçilerin birey olarak sorumluluklarının daha az olduğu çalışma ekiplerinin kurulması gerekmektedir. Fakat organizasyonel inovasyonlar tam tersi durumları da kapsayabilir: Firma faaliyetlerinin merkezileştirilmesi ve karar alma sorumluluğunun arttırılması gibi. Bir firmada ticari uygulamalar, işyeri örgütünü veya dış ilişkilerdeki hali hazırda uygulanmakta olan organizasyonel yöntemlere dayalı değişiklikler örgütsel inovasyon değildir (Adıgüzel, 2012: 38-40).

Organizasyonel inovasyon, yeni bir i haberleşme sistemi (internet) ya da yeni bir maliyetlendirme yöntemi şeklinde ortaya çıkabilir (Akyol, 2005: 6). Organizasyonel inovasyonun diğer türlerden farkı ise firmalarda daha önce kullanılmamış ve yönetimin aldığı stratejik karar sonucu ortaya çıkmış bir yenilik olmasıdır (BTSO, 2007: 13).

2.3. Diğer İnovasyon Türleri

Oslo Kılavuzunun kabul ettiği dört temel inovasyon türüne ilaveten önemli inovasyon türleri de mevcuttur. Bu başlık altında bu türlere yer verilecektir.

2.3.1. Düzen Bozucu (stratejik) İnovasyonlar

Düzen bozucu inovasyonlar, yukarıda belirtilen dört temel inovasyon türünü bir ölçüye kadar kapsamaktadır. Düzen bozucu inovasyonlar, sıfırdan pazarlar yaratan inovasyonlar olarak tanımlanır. Yüksek pazarlar yaratmakla neticelenen bu inovasyonların bazıları üstün teknolojiler ve sıfırdan bilimsel buluşlar gerektirir, bazıları ise “stratejik” buluşlarla yeni pazarlar ortaya çıkarması şeklinde sonuçlanabilmektedir. Bu inovasyonlar arasında en göze arpanları; sektörlerin daha düşük gelirli veya/ve daha düşük beceri seviyesine sahip olan alt düzeydekiler için geliştirilen yeni ürün, hizmet ya da teknolojileri içerir. Bu inovasyonlar, sektörlerdeki yerleşik ürün, rekabet ve pazarlama vs. düzenlerini bozduğu için *düzen bozucu inovasyon* ismini almaktadırlar (Kırım, 2005: 15-16).

2.3.2. Deneyim İnovasyonu

Deneyim inovasyonu bütünsel bir çalışmadır, yani ürün veya hizmet sunumunun tüm aşamalarını kapsamak zorundadır. Tüketim zinciri halkalarının sadece bir tanesinde yapılacak olan muhteşem bir iyileştirme ve olağanüstü bir deneyim, diğer bir halkadaki olumsuz bir deneyimin gölgesi altında kalma riskine sahiptir. Bu risk, sadece bütünsel bir yaklaşımla bertaraf edilebilir. Ayrıca işletmeyi farklılaştıran tek bir yaratıcı buluşun, taklit edilebilme şansı yüksek olmakla birlikte, bütünsel bir bakışla tasarlanmış farklılaşmaların; kolay kolay taklit edilmesi mümkün değildir (Göker, 2009: 56-57).

2.3.3. Yapısal İnovasyon

Yapısal inovasyon, piyasada meydana gelen radikal değişim ve gelişmelerden faydalanıp, sektör ilişkilerini yeniden oluşturması ve yapılandırması görevine sahip bir inovasyon türü olarak tanımlanabilir (Kırım, 2005: 27).

2.3.4. Hizmet İnovasyonu

Çoğunlukla göz ardı edilen ama en az diğer inovasyon türleri kadar önemli olan bir inovasyon türüdür. Hizmet inovasyonu: Çok farklı iş modellerin geliştirilmesi, yeni bir hizmet sağlanması ve yeni yollar geliştirilmesinden oluşur. Örneğin: Belli başlı firmaların müşteri memnuniyeti ve daha iyi hizmet için müşteri hizmet ağının geliştirilmesi.

Kısaca hizmet inovasyonu, yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş bir hizmet yaklaşımı, hizmetin sunum ve dağıtım sistemindeki yenilik, farklılık ve bu sunumlarda yeni teknolojilerin kullanılmasıdır (Elçi, 2007: 7).

2.3.5. Toplumsal İnovasyon

Toplumun tüm kesimlerine fayda sağlayacak yenilik, değişiklik ve iyileştirme faaliyetlerinin uygulanması olarak tanımlanır. Bu inovasyon türü diğer inovasyonlarla iç içe düşünölmelidir: Diğer inovasyonların gerçekleşmesi toplumsal refahı artıracaktır. Kısaca diğer inovasyonların bir nevi vücut bulmuş halidir (Adıgüzel, 2012: 40-41).

Genel anlamda toplumsal inovasyonlar, toplumun her kesimine dağılmasa da çoğunluğuna yarar sağlayabilir, bu inovasyonlar diğer inovasyonların birleşmesi gibi gözükmesinin yanında genellikle bireysel yenilik yapan firmalar haricinde devlet gibi mekanizmaya sahip olan kuruluşların sağlayabileceği bir inovasyon türüdür. Belediyelerin halka sunduğu ücretsiz Wifi-alanları, metro, hızlı tren vb. gibi yenilikler bu tür inovasyona örnek gösterilebilir. Bu tür yeniliği sadece resmi organlar yapmaz, toplumsal refahı sağlayan özel kuruluşlarında yapmış oldukları yenilikler vardır: Cep telefonu, internet gibi bu tür yenilikler toplumların refahını artırmada önemli katkı sağlamaktadır.

2.3.6. Uygulama İnovasyonu

Bu inovasyonun hedefi; mevcut ürünleri kullanarak yeni pazarlar ortaya çıkarmaktır. Kısacası bu inovasyonu gerçekleştirmek isteyen firmalar müşteri kitlesini çok iyi inceleyip onların gelişen ihtiyaçlarına karşılık verirken benzersiz bir ürün geliştirmeli ve mevcut teknolojiye hâkim olmalıdır. Örneğin Tanden şirketinin üretmiş olduğu hataya toleranslı bilgisayarlarını bankacılık piyasalarına uyarlamasıyla ATM adı verilen bir sistem geliştirmiştir. Bu sistem günümüzden hemen hemen herkesin bildiği otomatik para çekme teknolojisidir ve bu sistemi ortaya çıkarmasıyla daha önce hiç olmayan bir piyasa geliştirmiştir (Kırım, 2005: 17-18).

2.3.7. Radikal ve Artımsal İnovasyon

Daha önce hiç denenmemiş bir ürün, bir hizmet tarzı veya yöntemlerin geliştirildiği büyük atılım ve ilerlemelerle radikal inovasyon ortaya çıkmaktadır. Artımsal inovasyon da ise adım adım ilerlemeler söz konusudur: Bir dizi geliştirme ve iyileştirme faaliyetleri içerir. Her iki inovasyon bir örnek altında açıklanabilir: Cep telefonu icadı *radikal* inovasyon olarak kabul edilir; cep telefonuna eklenen, mp3, kamera ise artımsal inovasyona örnektir (Elçi, 2007: 17).

3. İNOVASYON VE KALKINMA

Kalkınma sadece üretim ve kişi başı gelirin artırılması değil, aynı zamanda toplumun sosyo-kültürel yapısının da geliştirilmesi ve değiştirilmesini içermektedir. Kalkınmanın temel öğeleri şöyle sıralanabilir (Han ve Kaya, 2008: 2):

1. Kişi başına düşen milli gelirin artması,
2. Üretim faktörlerinin etkinlik ve miktarlarının değişmesi,
3. Sanayi kesiminin milli gelir ve ihracat içindeki payının artması.

Ekonomik anlamda kalkınma; kökeninde, insanoğlunun ekonomik koşullarının zaman geçtikçe nasıl değiştiğini ve bu değişimi gerçekleştirmek için neler yapılabildiğini gösterir. Fakat insanoğlunun sınırsız arzusu ve mutlu bir yaşam isteği bize ekonomik kalkınmayı sadece ekonomi üzerine değil daha geniş bir tanımla anlatmaya zorlar. Ekonomik kalkınma kavramı insanoğlunun, mutluluğu, sıkıntısı, acıları, açlığı, tokluğu, hastalıkları, eğitimi, hak ve özgürlükleri, kültürel açıdan yeterlilikleri

ve yetersizlikleri, kısaca insanoğlunun yaşamına dair hemen hemen tüm unsurları içermektedir (Gönel, 2010: 5).

Bundan önce yapılan çalışmalarda kalkınmanın üç ana unsuru içermesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bunlar (Oakley and Gerforth, 1985: 2):

Ekonomik kalkınma: Yaşam için gerekli mal ve malzemeleri üreten herhangi bir toplumun ekonomik ve üretken tabanının geliştirilmesi anlamına gelir. Böylece insanların refahı ve huzuru artacaktır.

Sosyal kalkınma: Toplumun refahını artıracak, sağlık, eğitim vs. gibi kar amacı olmayan veya hizmet yönü ağır basan kalkınmadır.

İnsani kalkınma: İnsanların kendilerini hem bireysel hem de halka ait olarak geliştirmesidir. Toplumların inşasında insanların yetenek ve becerileri önemli bir rol oynar.

Romer (1986) ve Lucas'ın (1988) ortaya attığı ve geliştirdiği içsel büyüme teorileri, kalkınma literatürüne önemli katkılar sağlamış ve konuyu bir adım ileriye taşımıştır. Bununla birlikte söz konusu yeni içsel büyüme teorisi, *teknolojik değişmeyi durağan durum büyüme oranının içsel belirleyicilerinden biri olarak görmüş* ve Ar-Ge harcamalarının ve aksak rekabetin büyüme sürecindeki önemini vurgulamıştır (Omay ve Baleanu, 2009: 3-4 akt. Ünlükaplan, 2009: 237-238). Schumpeter ise, özel sektörün yaptığı yatırımlar neticesinde elde ettiği karın başarılı bir inovasyon olduğunu ve bunun sonucunda iktisadi büyümenin gerçekleşeceğini vurgulamıştır. Bu anlamda inovasyonu kalkınma ve girişimcilikle ilişkilendiren ilk iktisatçılardan biridir. Schumpeter (1939, 1962), rekabetçiliğin temelinde inovasyon olgusunun olduğunu ve piyasa dinamiklerini yaratıcı yıkım süreci olarak tanımlayan ilk kişidir. Birikimli teknolojik yetkinlikler, şletmelerin inovasyon yeteneğinin ve rekabetçi yapısının anahtarı konumundadır. İnovasyon temelli rekabetçilik, fiyat temelli statik rekabetçilik anlayışının tersine, dinamik bir süreç niteliğindedir. İnovasyon, özellikle de teknolojik inovasyon, iktisadi kalkınmada anahtar rol oynar (Dobrinisky, 2008: 52-55 akt. Ünlükaplan, 2009: 238). İnovasyonun iktisadi kalkınmaya olan katkısı ise řu şekilde gerçekleştirilebilir (Ünlükaplan, 2009: 238):

1. Fiziksel sermayenin etkinliğinin arttırılması,
2. İşgücü ile tamamlayıcılık,
3. Beşerı sermayenin verimliliğinde ciddi bir artış,
4. Entelektüel, beşerı ve fiziksel sermaye

İnovasyon günümüz dünyasında kalkınmanın anahtarı olarak görölmektedir. İnovasyonun önemini anlayan ve kavrayan ölkeler bu çağın getirdiklerinden yararlanmada önceliğe sahip olmuşlardır. Michael. E.Porter rekabet stratejisinin dayanak noktasını bilgi yayılımı ve inovasyon olarak taban almış ve ölkelerin kalkınmalarını üç safhada ele almıştır. İnovasyon güdümlü ekonomiler günümüzde, beşerı, adalet ve ekonomi açısından son derece gelişmiş ölkelerdir.

3.1. Güdümlü Ekonomiler (Kalkınmanın Üç Safhası)

Kalkınmanın aşamalarını, daha önce Porter (1990), Annoni ve Kozovska (2010), Lopez-Claros ve Mata (2010), yapmış oldukları çalışmalarda ele almıştır. Bu konunun içeriği, bu üç önemli iktisatçı ışığında incelenecektir. Yapılan bu üç çalışmada esinlenme noktası olarak Porter gösterilebilir. Lopez-Claros ve Mata yaptığı çalışmada kalkınma aşamalarını tanımlamak için hareket noktası olarak Porter'ın (1990) yapmış olduğu çalışmayı kullanmıştır.

Kalkınmanın safhaları bu çalışmada üçe ayrılacaktır.

1. Faktör güdümlü ekonomiler,
2. Yatırım/Verimlilik güdümlü ekonomiler,
3. İnovasyon güdümlü ekonomiler.

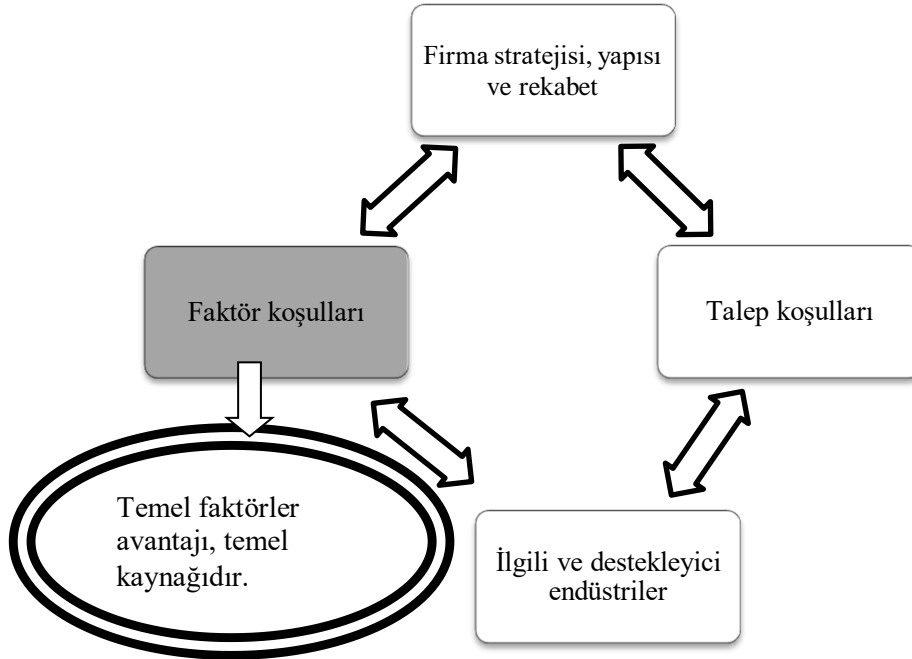
3.1.1. Faktör güdümlü ekonomiler

Faktör güdümlü ekonomilerde temel üretim faktörlerinden yararlanan ülkeler söz konusudur. Bol ve ucuz işgücü, tarım ve tarım için uygun koşullar vb. gibi özelliklere sahiptir. Faktör güdümlü ülkeler gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkeler olarak adlandırılır. Bu ülkelerde endüstriler üzerine bazı kısıtlamalar söz konusudur; kısıtlamalar iç ve dış etkenler yoluyla gerçekleşir. Bu yüzden ülkenin küresel anlamda varlığı kısıtlanabilir. Faktör güdümlü ekonomilerde, teknoloji üretmek yerine genelde teknolojiyi transfer ederler. Sermaye kaynakları özellikle de beşerî sermaye kaynakları iyi gelişmemiştir. Bu özellikler ülkenin verimlilik artışını sürdürmesi ve inovasyon yeteneğini artırması gibi birtakım özelliklerini kısıtlar. Bu ülkeler uluslararası piyasada fiyat kabul edici konumda oldukları için ticaret açısından keskin değişikliklere neden olabilen dış şoklar, döviz kuru hareketlenmeleri ya da konjonktürel dalgalanmalara karşı savunmasız olurlar. Faktör güdümlü ekonomilerde yasal zemin zayıf, yolsuzluk seviyesi yüksek, kamusal yönetim ve kanun kuralları kalite açısından düşüktür. Sonuç olarak makroekonomik anlamda zayıf bir durumla özdeşleşmiş bir yapı söz konusudur. Örneğin, faktör güdümlü ülkelerde, yüksek enflasyon ya da gevşek bir kamu maliyesi söz konusudur (Lopez-Claros ve Mata, 2010: 16–17).

Toplumsal açıdan bu aşamada; suç, suça meyil ve yolsuzluk oranlarının yüksek olduğu görülür. Ekonomik anlamda büyük bir belirsizliğe sahip olmakla birlikte siyasal anlamda da belli bir istikrar söz konusu değildir.

Porter (1990) yukarıda var olan açıklamaya paralel olarak bu tip ülkelerde teknolojik kaynakların diğer ülkelerden tahsis edildiğini, ülke firmalarının çoğu ile devlet teşebbüslerinin bu kaynakları üretmediğini ileri sürmüştür. Yerli olan firmalarda ise kullanıcılarla doğrudan bir ilişkinin nadir olduğunu ve yabancı pazarlara yabancı firmalar sayesinde ulaşıldığını söylemiştir. Porter bu aşamada ekonomilerin savunmasız olduğunu, dış şoklar, döviz kuru dalgalanmaları ya da dünyadaki ekonomik döngülerden çabuk etkileneceğini belirtirken, tüm gelişmekte olan ülkelerin çoğu ve gelişmemiş ülkeleri bu aşamada sınıflandırmıştır (Porter, 1990: 547-548).

Şekil 1: Faktör Güdümlü Ekonomi



Kaynak: Porter, 1990: 547¹

¹ Güdümlü ekonomiler için verilen şekillerde yer alan dört madde: Firma stratejisi, yapısı ve rekabet talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler, faktör koşullarından oluşmaktadır.

Şekil 1’de grldği gibi faktör güdümlü lkelerin tek avantajı temel kaynaklarıdır nk işgücü yeteneği yoktur ve teknolojik anlamda bir gelişme gösterememiŐlerdir. Bu aşamada olan lkelerin bu durumdan kurtulması için politikalarının odak noktasında: Modern piyasaların kurulması ve geliştirilmesi gerektiği yer almalıdır. Eğer politikalar makroekonomik yapıda istikrar, sağlık, ana eğitim ve kurumlarla altyapının geliştirilmesi üzerine olmazsa bu aşamadan uzun yıllar kurtulamayacaklardır.

3.1.2. Yatırım/Verimlilik Güdümlü Ekonomiler

Bu aşamada olan lkeler kalkınma yolunda hareket eden verimlilik odaklı lkeler olarak adlandırılır. Burada özellikle yüksek eğitim, iyi iŐleyen işgücü piyasası ve büyük i ve dış pazarlar önemlidir. Yatırım/Verimlilik güdümlü ekonomilerde kalkıŐ noktası olarak yükseköğretim ve eğitim, ürünler piyasası etkinliği, iş gücü piyasa verimliliği finansal piyasa geliŐmiŐlięi, teknolojik hazırlık, pazar byklği sıralanabilir (Annoni ve Kozovska, 2010: 8).

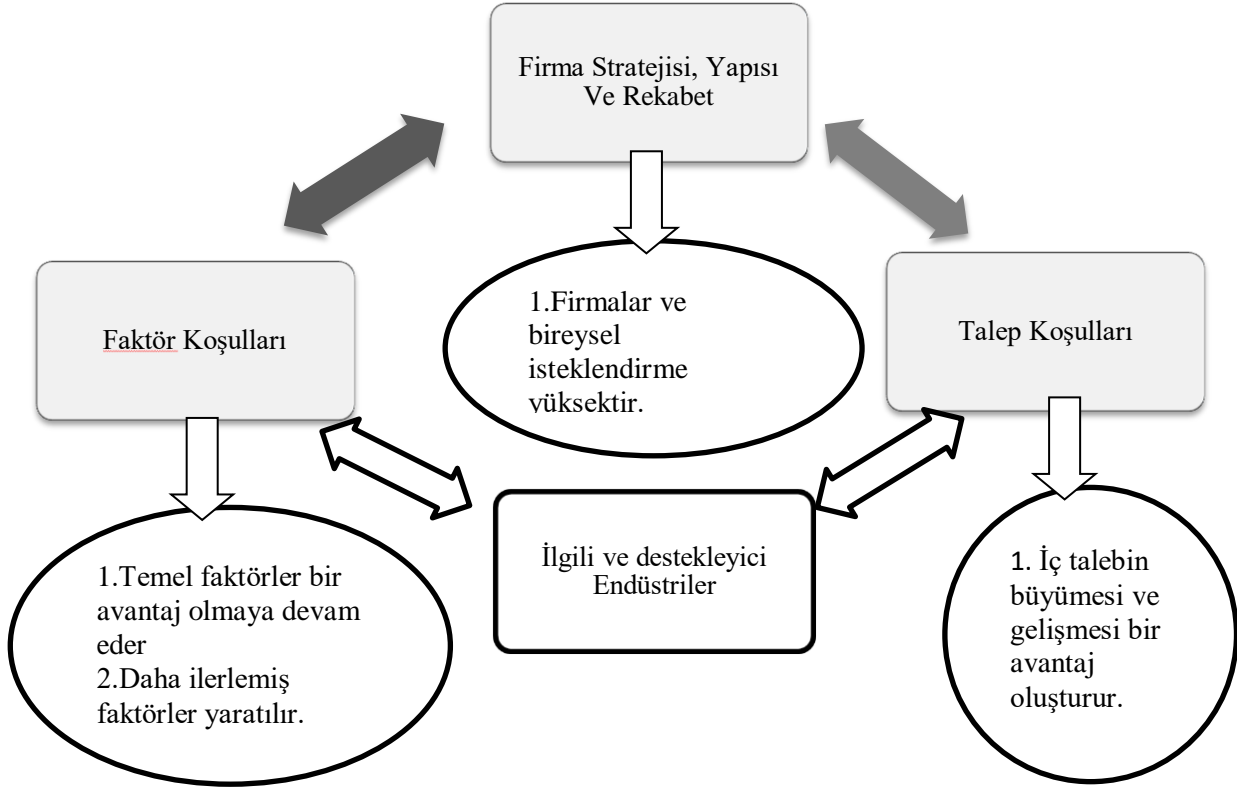
Yatırım/Verimlilik güdümlü aşamada ekonominin alt yapısını modernize etmeyi amaçlayan ağır ve yoğun yatırımlar gerçekleşir. Burada geliŐtirilen veya keŐfedilen; süreç ve teknolojinin yanı sıra, başka yerlerden transfer edilen teknolojilerden bahsedilir. Bu aşamada amaç verimlilik artıŐı ile buna bağlı faktörleri yükseltmektir. Bu amaca eğitimi ve ğretimi geliştirme de dhil edilebilir, nk eğitim ve öğretimle yetenekli iŐçi havuzu oluŐturulabilir. GeliŐtirilen yetenekli işçiler sayesinde ithal edilen teknolojiler geliŐtirilebilir ve yerel koŐullara uyarlanabilir. Kaynakların daha verimli kullanılması aracılığıyla zenginlik yaratmak da ekonomideki kaynakların çeŐitlenmesine sebep olur ve böylece ticari anlamda iniŐ-çıkıŐlara daha dirençli bir ekonomi ortaya çıkar (Lopez-Claros and Mata, 2010: 17).

Bu seviyede çalıŐan ekonomiler için maliyet faktörleri hala önemlidir. Ekonomi, küresel konjonktürdeki deęiŐimlerden ya da döviz kurundaki dalgalanmalardan etkilenir. Bu aşamada işgücü maliyetlerinin ve iş gücü ücretlerinin sürekli bir artış göstermesiyle politikaların odak noktası, biraz daha geliŐtirilmiŐtir. Makro istikrar bakımından gelişme hala önemliyken, orta vadeli bir çerçevede formüle edilen politikaların daha yapısal reformlar hedefleyen politikalarla desteklenmiŐ olması gerekir. Burada lkelerin mali açıdan istikrarı üzerine odaklanılabilir ve sosyal güvenlik sistemini daha sağlam bir mali temel oluŐturmak için emeklilik reformu gerçekleŐtirilebilir (Lopez-Claros and Mata, 2010: 17).

Şekil 2’de görüleceği gibi bu aŐamanın rekabet avantajları özetlenirse: Faktör koşulları iyileŐtirilmiŐ ve de firma stratejisi, yapısı ve rekabeti geliŐtirilmiŐtir. Burada faktör güdümlü ekonomi Őeklinde yer alan bölge, faktör koŐullarına göre biraz daha koyu renkte verilmiştir, nk burada ülkenin kaynakları muhafaza edilirken diğer yandan geliŐtirilmiŐtir ve yeni kaynaklar yaratılmıŐtir. Bu duruma ek olarak, firma yapısı ve rekabet alanında rekabetin yoęunlaŐtıęını ve istekleri (zevkleri gelişmiş) ilerlemiŐ Őirketler ve bireyler grlmektedir: Burada da (Firma yapısı) rengin koyulaŐmaya (gelişme anlamında kullanılmaktadır) baŐladıęı grlmektedir. Son olarak talep koŐullarında iç talebin bydği ve geliŐtięi görülür yani Şekil 2’de geliŐen bölgelerin renkleri giderek koyulaŐtıęı anlaşılmaktadır.

Bu maddeler eğer beyaz kutu içinde yer verilmiŐse: Gelişmemiş; Beyazın siyaha doğru koyulaŐtıęı kutular içinde verilmiŐse: GeliŐmeye baŐladıęı/geliŐtięi (KoyulaŐma artıkça gelişme artmaktadır). Siyah kutu içinde verilmiŐse: Son derece gelişmiş olduğunu göstermektedir.

şekil 2: Yatırım ve Verimlilik Güdümlü Ekonomi



Kaynak: Porter, 1990: 550.

Yukarıda verilen göstergelere ayak uyduran toplumlar bir sonraki aşamaya geçmek için sağlam temeller oluşturmuş olur, yatırım/verimlilik güdümlü aşamada olan lkeler uygulayacağı politikaları belirlerken bulunduğu aşamayı çok iyi analiz etmesi gerekir.

3.1.3. İnovasyon güdümlü ekonomiler

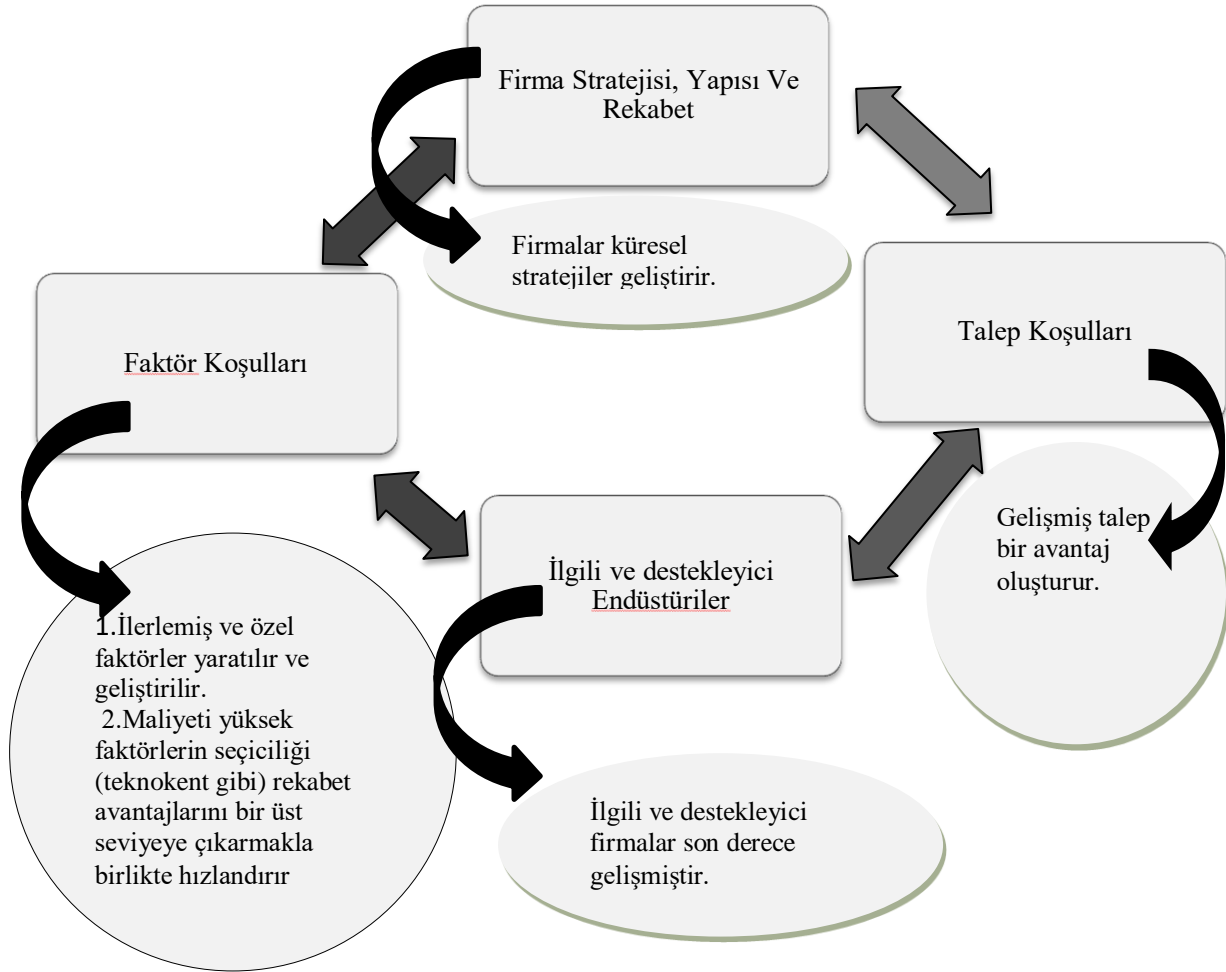
Bu aşamada ülkelerdeki tüketiciler daha yüksek bir kişi başi gelire sahiptirler. İnovasyon güdümlü lkeler öğrenim seviyesi bakımından, Yatırım/Verimlilik ve Faktör güdümlü ülkelerden çok daha yüksektir. Ayrıca tüketiciler zevkleri, diğer aşamada olan ülkelere göre olağan üstü artmıştır. Bu olgular yenilik ve gelişme için bir talep oluşturur. Bu aşamada var olan teknolojiler geliştirilmeye devam edilirken yenileri de icat edilir. Uygun talep koşulları, tedarikçi taban, uzman faktörler ve ülkedeki var olan endüstriler; yenilik ve yeniliğin gelişimini sürdürmek için teşvik edilir ve desteklenir (Lopez-Claros ve Mata, 2010: 17).

Kalkınma düzeyi bakımından bu aşama, lkelerin gelebileceği en st düzeydir. Burada geliştirilmiş süreçler kullanılarak yeni ürünler geliştirilebilir ve iş gücünün inovasyon yeteneği kullanılabilir (Annoni ve Kozovska, 2010: 8).

Bu aşama da talep için uygun bir ortam sağlanır; uygun ortam sonucunda oluşan talebi karşılayan bir taban vardır. Bu taban ülkelerdeki endüstrilerin varlığını koruyan ve endüstrilerin inovasyon yapmasını sağlayan bir ekonomik ortam oluşturur. İnovasyon güdümlü ekonomide ki firmalar, hlihazırda var olan pazarlar yanında kendi pazarlarını da yaratırlar. Bu firmalar sadece girdi kaynakları ve piyasa satışlarıyla değil, aynı zamanda; işgücü arzu, finansman kaynakları ve üretim yeri kaynakları açısından önemli bir yatırımcı potansiyeli sahiptir ve küresel çapta önemli bir oyuncu durumundadır. Bu aşamada devletin rolü diğer aşamalara göre biraz daha sınırlıdır (Işık ve Kılınc, 2012: 35).

Porter (1990) bu aşamayı endüstrilerin birçok alana dağıldığı bir alan olarak tanımlamıştır. Şekil 3'te görüleceği üzere göstergeler: İç rekabetin canlandırıcı rolünden, arzulan duruma ulaşmada kolaylık, en üst düzey eğitim seviyesi ve artan kişisel gelirden dolayı tüketici talepleri yüksek derecede artmasına kadar iş gücü veya etkileşim gibi birçok unsur en üst düzeydedir. Artan rekabet koşulları firmaların rekabet gücünü artırmıştır ve bu aşamada kümelenme, endüstrilerin en üst düzeye çıkması için önemli bir rol teşkil etmektedir. İnovasyon güdümlü ekonomi safhasında yeni endüstriler ve rekabet alanları ortaya çıkar.

Şekil 3: İnovasyon Güdümlü Ekonomi



Kaynak: Porter, 1990: 553.

Düşük maliyetli faktörler yerine ileri ürün ve süreç teknoloji gibi yüksek maliyetli faktörler inovasyonu hem teşvik eder hem de gelecek dönemlerde inovasyon yapmayı kolaylaştırır. Nedir bu seçici davranacağımız yüksek maliyetli faktörler? Bu sorunun cevabı: Kurulu olan üniversitelerin geliştirilmesi, araştırma tesisleri ve altyapının büyümesi gibi (Porter, 1990: 554).

Buradaki firmalar açısından faktör maliyetleri olabildiğince azalmış ve ülkedeki firmaların çoğu dünya çapında rekabet edebilecek bir konuma gelmiştir. Bu aşamada ülkeler yenilik yaratma anlamında en üst düzeye çıkmıştır ve sonuç olarak dışa bağımlılık neredeyse sıfır noktasına gelmiştir. Firmaların uluslararası bağlamda bir ağı ve şebekeleşmesi söz konusudur.

Son olarak Porter 1990'da yayınlamış olduğu 'The Competitive Advantage Of Nations' adlı kitabında ekonominin kalkınma safhalarına dördüncü olarak gerileme safhası eklemiştir. Bu safhanın adı zenginlik güdümlü safhadır. Zenginlik güdümlü safhanın oluşmasındaki sebeplerden bazıları:

Ulusun çalışmak için bir sebep bulamaması, şirketlerin motivasyonunu kaybetmesi ve son olarak işçilerin çalışmaması. Bu çalışmada dördüncü aşamaya yer verilmemiştir.

4. G20 ÜLKELERİ VE İNOVASYON GÖSTERGELERİ

Bu bölümde G20 topluluğuna üye olan ülkelerin, inovasyon performansları incelenecektir. Bu performans incelenirken küresel rekabet raporu verileri temel alınacaktır.

4.1. G20 Ülkeleri

Bretton Woods kurumsal anlayışı bağlamında, 1999 yılındaki Köln Zirvesi'nde, sistem açısından önemli olan ülkelerle yeni bir danışma grubu oluşturulmasına karar verilmiş ve bunun ardından, G8 Maliye Bakanlarının 1999'daki Washington toplantısında, küresel sistem için önemli ülkelerden oluşan 20'ler Grubu (G20) resmen kurulmuştur. G20 ilk başta çeşitli bakanlıklar düzeyinde toplantılar düzenlemiştir. Kasım 2008'den itibaren aynı G-8'de olduğu gibi yılın belirli zamanlarında devlet başkanlığı düzeyinde toplanmaya başlamışlardır (TCMB, 2015: 2). Kasım 2015'de ise dönem başkanlığını Türkiye adına Ahmet Davutoğlu üstlenmiştir.

G20 üyeleri: Arjantin, Fransa, Almanya, İtalya, Türkiye, Brezilya, Kanada, Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Meksika, Güney Kore, Rusya, İngiltere, Avrupa birliği, Güney Afrika, Suudi Arabistan, Japonya, Endonezya ve Hindistan'dan oluşmaktadır (<https://g20.org/about-g20/g20-members/>).²

4.2. Küresel Rekabet Raporu (GCR)

Bu başlık altında G20 ülkelerinin; inovasyon verileri işığında, gelişmişliği incelenecektir. Bu veriler incelenirken küresel rekabet raporu temel alınacaktır. Küresel rekabetçilik endeksi yıllar boyunca birçok ülkenin politika yapıcıları tarafından önemli bir araç olarak kullanılmıştır. 2005 yılında ilk yayınlanmasından bu yana, küresel rekabet endeksi, Dünya ekonomik forumu tarafından tanımlanan küresel rekabet gücünün en önemli değerlendirmelerinden biri olarak kabul haline gelmiştir. Aşağıda yer verilen şekilde küresel rekabet endeksi alt göstergeleri; temel gereksinimler, verimlilik artırıcılar, inovasyon ve gelişmişlikten oluşmaktadır. Bu tablolarda endeks oranları (1-7) bir gelişmişlik göstergesi olarak değerlendirilecektir. Bu oranlarının değeri 7'ye yaklaşması sonucu, ülkelerin gösterge bakımından konumu ideale yakın olduğu, 1'e yaklaşması ise idealden uzaklaşması anlamına geldiğini göstermektedir.

Aşağıda verilen şekil 4'teki başlıklar; faktör güdümlü, yatırım/verimlilik güdümlü ve inovasyon güdümlü ülkeler için temel göstergelerdir. Bu göstergelerde bir ülke faktör güdümlü ise ilk önce temel gereksinimlerini geliştirmesi gerekir, böylece verimlilik/yatırım güdümlü ekonomi seviyesine

² G20 sürecinde ortaya çıkan zorluklardan biri Avrupa bölgesinin temsili olmuştur. İlk başta, mevcut durumda G7 üyesi olan, dört Avrupa ülkesinin G20 içinde yer alması planlanmıştır. G20'ye Avrupa ülkelerini eklemenin, diğer başka bölgelerin üye sayısının azalmasına yol açacağı tespitiyle, G7 ülkeleri, Avrupa birliğini bir üye olarak davet etmeye karar vermişlerdir. Böylece Avrupa Bölgesi'nde olup ekonomisi güçlü olan ülkelerin toplu olarak temsili sağlanmıştır. Toplantılara Avrupa birliği dönem başkanı ülke ve Avrupa birliği merkez bankası başkanlarının katılması kararlaştırılmıştır (TCMB 2015).

Güney Afrika'nın seçilmesi sadece Afrika kıtasının temsili ve sistemik öneminden kaynaklanır.

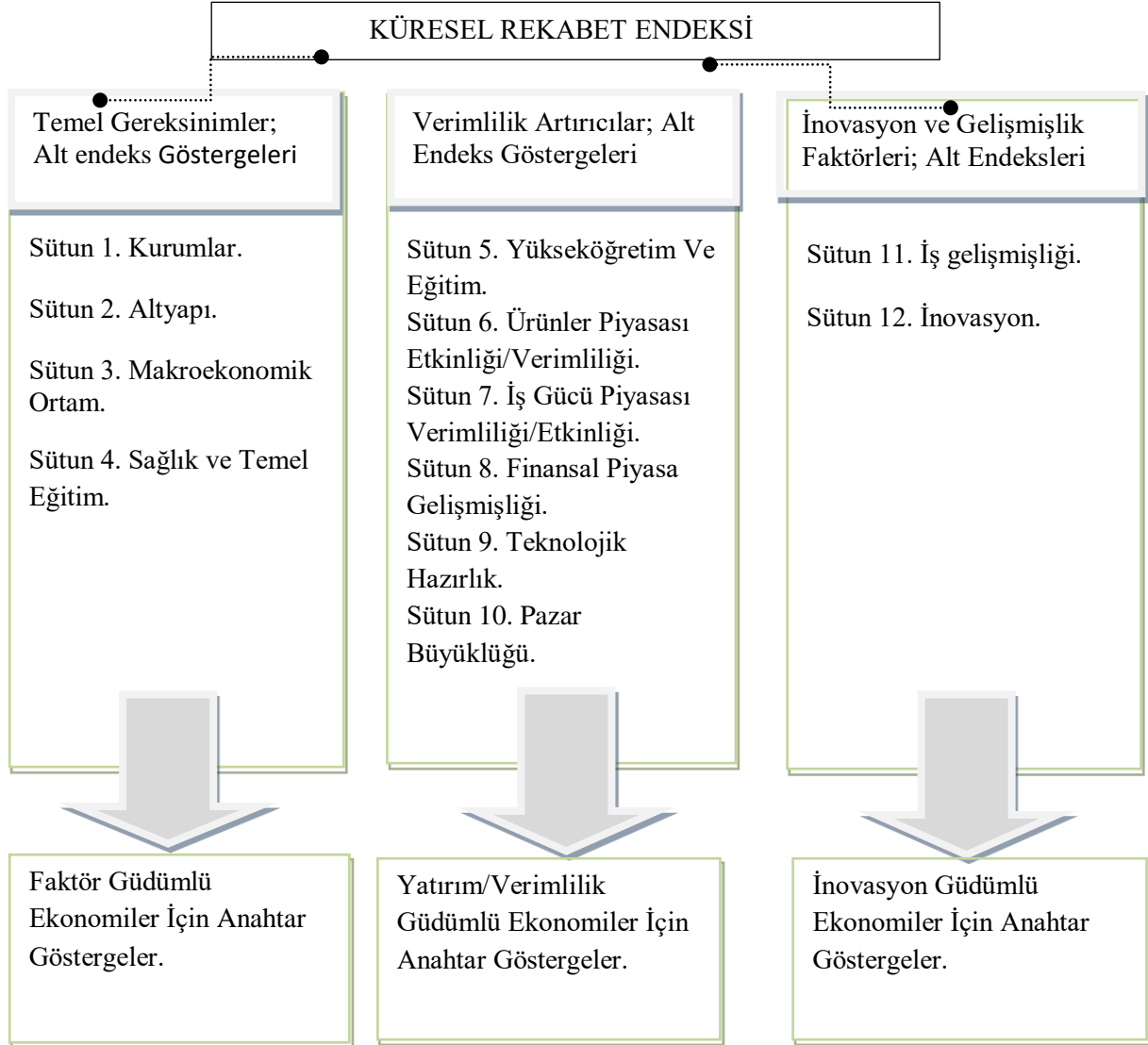
G20: 19 ülke bir bölgesel temsilci ve 4 kuruluş üyesinden oluşmaktadır.

Dört kuruluş üyesi:

- 1- Uluslararası Para Ve Finans Komitesi (IMFC).
- 2- Uluslararası Para Fonu (IMF)
- 3- Ekonomik Kalkınma Ve İş Birliği Örgütü (OECD)
- 4- Dünya Bankası (WB)

ulaşabilir. Kısaca bu güdümlü ölkelerin bağlantılı olduğu göstergeler; faktör güdümlü ölkeler; temel gereksinimler, yatırım/verimlilik güdümlü ölkeler; verimlilik artırıcı ve inovasyon güdümlü ölkeler; inovasyon ve gelişmişlik faktörleri şeklindedir. Her yıl yenisi düzenlenen küresel rekabet endeksi raporunda ölkeler kalkınma düzeylerine göre üç gruba ayrılmıştır.

Şekil 4: Küresel Rekabet Endeksi



Kaynak: WEF, 2017: 9.

Bu çalışmanın kalkınma bölümünde detaylı olarak özellikleri verilen kalkınmanın üç safhası, ölkeler üzerinde rakamsal olarak değerlendirilecek ve incelenecektir.

Aşağıda yer alan Tablo 1’de G20 ölkelerinin temel gereksinim alt göstergeleri bakımından sıralaması ve endeks değerleri yer almaktadır.

Tablo 1: Temel Gereksinimler Bakımından G20 Ülkeleri

Ülke/ekonomi	Temel Gereksinimler		Alt Göstergeler							
	Sıra	E.D	1.Kurumlar		2.Alt Yapı		3. Makroekonomik çevre		4.Sağlık ve Temel Eğitim	
1-Almanya	10	5,94	22	5,16	8	6,06	15	6,03	14	6,5
2-Avustralya	15	5,81	19	5,32	17	5,65	23	5,89	10	6,56
3-Kanada	17	5,72	18	5,37	15	5,7	41	5,22	9	6,58
4-Güney Kore	19	5,71	63	4,02	10	5,96	3	6,58	29	6,28
5-Japonya	22	5,62	16	5,45	5	6,29	104	4,1	5	6,64
6-İngiltere	23	5,61	14	5,55	9	6,04	85	4,4	17	6,45
7-Fransa	25	5,54	29	4,9	7	6,12	67	4,73	19	6,43
8-ABD	27	5,43	27	4,96	11	5,94	71	4,62	39	6,18
9-Çin	30	5,34	45	4,3	42	4,71	8	6,19	41	6,17
10-AB	31	5,22	49	4,53	38	4,94	47	5,16	32	6,26
11-Suudi Arabistan	32	5,21	24	5,1	31	5,07	68	4,71	51	5,98
12-İtalya	47	4,86	103	3,47	25	5,4	98	4,19	23	6,39
13-Endonezya	52	4,78	56	4,1	60	4,24	30	5,51	100	5,28
14-Türkiye	56	4,7	74	3,85	48	4,42	54	4,95	79	5,59
15-Rusya	59	4,68	88	3,63	35	4,87	91	4,3	62	5,92
16-Hindistan	63	4,62	42	4,36	678	4,03	75	4,55	85	5,54
17-Meksika	71	4,56	116	3,3	57	4,26	51	4,98	74	5,68
18-Güney Afrika	84	4,37	40	4,46	64	4,18	79	4,52	123	4,3
19-Brezilya	103	4	120	3,24	72	3,98	126	4,49	99	5,3
20-Arjantin	110	3,89	130	3,04	85	3,66	130	2,95	63	5,91

Kaynak: WEF, 2017: 46-47.

Yukarıdaki Tablo 1’de; ülkelerin temel gereksinimleri, kurumlar, altyapısı, makroekonomik çevre, sağlık ve temel eğitim yapısının rakamsal değerleri bulunmaktadır. Bu değerler ülkelerin temel gereksinim seviyelerini göstermektedir. Kurumlar göstergeleri bakımından önde olan ülkeler; Almanya, Avustralya, Japonya, İngiltere, Kanada’dır. Altyapı göstergeleri bakımından önde olan ülkeler; Almanya, Fransa, Japonya, İngiltere, Güney Kore, ABD ve Kanada’dır. Makroekonomik çevre bakımından önde olan ülkeler; Çin, Güney Kore, ABD. Sağlık ve temel eğitim bakımından önde olan ülkeler ise; Japonya, Avustralya, Almanya ve Kanada’dır. G20 ülkeleri arasında Türkiye, kurumlar, sağlık ve temel eğitim göstergeleri bakımından geride olduğu görülmekle birlikte temel gereksinimler açısında G20 ülkelerinin ortalamasını yakalayamamıştır.

Verimlilik artırıcıların alt göstergelerinin yer aldığı Tablo 2’de, G20 ülkelerinin sıra ve endeks değerlerine yer verilmiştir. Burada alt göstergeler bakımından ülkelerin sıralaması yapılmıştır.

Tablo 2: Verimlilik Artırıcıları ve Göstergeleri, G20 Ülkeleri

Ülke/ekonomi	Verimlilik Artırıcılar		Yüksek öğrenim ve eğitim		Ürünler Piyasası Etkinliği/Verimliliği		İş Gücü Piyasası Etkinliği/Verimliliği		Finansal Piyasa Gelişmişliği		Teknolojik Hazırlık.		Pazar Büyüklüğü	
	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D
1-ABD	1	5,85	8	5,91	14	5,21	4	5,48	3	5,56	14	6,02	2	6,9
2-İngiltere	5	5,55	20	5,54	9	5,34	5	5,46	16	4,93	3	6,33	9	5,72
3-Kanada	6	5,42	19	5,54	17	5,1	8	5,34	7	5,3	21	5,79	15	5,42
4-Almanya	7	5,4	16	5,63	23	4,97	22	4,8	20	4,88	10	6,11	5	5,99
5-Japonya	10	5,37	23	5,38	16	5,2	19	4,85	17	4,91	19	5,81	4	6,06
6-Avustralya	13	5,27	9	5,91	27	4,82	28	4,69	6	5,42	24	5,66	22	5,1
7-Fransa	19	5,14	21	5,46	31	4,71	51	4,42	31	4,6	17	5,92	7	5,74
8-Güney Kore	26	4,88	25	5,32	24	4,93	77	4,14	80	3,86	28	5,54	13	5,51
9-Çin	30	4,79	54	4,64	56	4,43	39	4,53	56	4,16	74	3,96	1	7,00
10-AB	36	4,68	33	5,19	39	4,67	53	4,44	55	4,21	28	5,44	60	4,08
11-Suudi Arabistan	33	4,74	46	4,8	41	4,64	65	4,3	47	4,23	41	5,01	14	5,44
12-Güney Afrika	35	4,62	77	4,22	28	4,77	97	3,94	11	5,19	49	4,7	30	4,89
13-Rusya	38	4,56	32	5,09	87	4,19	49	4,43	108	3,43	62	4,3	6	5,9
14-İtalya	43	4,43	43	4,9	67	4,34	119	3,64	122	3,11	40	5,03	12	5,58
15-Meksika	45	4,41	82	4,12	70	4,33	105	3,85	35	4,54	73	3,97	11	5,64
16-Hindistan	46	4,41	81	4,12	60	4,39	84	4,1	38	4,41	110	2,99	3	6,43
17-Endonezya	49	4,38	63	4,5	58	4,4	108	3,8	42	4,33	91	3,54	10	5,71
18-Türkiye	53	4,32	50	4,69	52	4,47	126	3,39	82	3,82	67	4,16	17	5,38
19-Brezilya	61	4,2	84	4,11	128	3,7	117	3,57	93	3,63	59	4,37	8	5,73
20-Arjantin	82	3,92	40	4,96	135	3,26	130	3,3	127	2,98	69	4,08	28	4,93

Kaynak: WEF, 2017: 48-49.

Tablo 2’de yükseköğretim ve eğitim açısından; ABD, Avustralya, Japonya, İngiltere, Fransa ve Almanya, ürünler piyasası etkinliği bakımından; ABD, Japonya, İngiltere ve Kanada’dır ön sırada yer almaktadır. İş gücü piyasası etkinliği bakımından; ABD, İngiltere, Kanada, Almanya ve Japonya’dır. Finansal piyasaların gelişmişliği bakımından; ABD, Avustralya, Güney Afrika, Kanada, İngiltere ve Japonya’dır. Teknolojik hazırlık bakımından; İngiltere, Almanya, ABD ve Japonya’dır. Pazar büyüklüğü bakımından ise; ABD, Japonya, Hindistan, Almanya, Çin, İngiltere önde gelen ülkeler konumundadır. Yukarıda yer alan göstergelerde genel itibariyle egemen olan ülkeler; ABD, Hollanda, İngiltere, Japonya, Kanada, Finlandiya, Avustralya, İşveç ve Danimarka’dır. Türkiye ise İtalya ve Arjantin ile birlikte iş gücü verimliliği bakımından son sıraları paylaşmaktadır. Genel itibari ile Türkiye G20 ülkelerinin; verimlilik artırıcı göstergeleri bakımından ortalamanın altında kalmıştır. Türkiye’nin pazar büyüklüğü ilerleyen dönemler açısından elindeki en büyük kozu olacağı görünmektedir. İş gücü verimliliği bakımından genç nüfusun verimli ve etkin kullanılmadığı anlaşılmaktadır.

Aşağıda yer alan Tabloda G20 ülkelerinin inovasyon göstergeleri bakımından sıralaması yer almaktadır.

Tablo 3: İnovasyon Göstergeleri, Endeks Değerleri ve G20 Ülkeleri

Ülke/ekonomi	İnovasyon Alt Göstergeleri ve Endeks Değerleri													
	İnovasyon kapasitesi		Bilimsel araştırma kurumlarının kalitesi		şirketlerin Ar-Ge harcaması		Ar-Ge'de üniversite ve sanayi iş birliği		Hükümetlerin İleri teknolojik ürünleri tedariki		Bilim adamları ve mühendislerin durumu		Milyon nüfus /uygulama başına düşen uluslararası patent sayısı	
	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D	Sıra	E.D
1-ABD	2	5,9	5	6,0	2	5,7	4	5,6	11	4,4	2	5,5	10	174,9
2-Almanya	5	5,7	11	5,8	5	5,6	8	5,4	6	4,5	16	5,0	7	219,1
3-Fransa	8	5,4	9	5,8	9	5,2	32	4,3	24	3,8	26	4,7	14	122,9
4-İngiltere	9	5,4	2	6,3	17	4,9	6	5,5	30	3,8	19	4,9	18	94,5
5-Japonya	21	5,1	13	5,7	4	5,6	18	4,8	16	4,0	3	5,5	1	335,4
6-Avustralya	22	5,1	12	5,7	24	4,5	33	4,3	63	3,3	17	5,0	22	76,2
7-Güney Afrika	25	5,0	29	4,9	30	4,2	27	4,4	99	2,9	112	3,4	47	6,5
8-Kanada	26	5,0	17	5,6	29	4,2	23	4,6	67	3,3	6	5,4	19	90,1
9-Güney Kore	30	4,8	34	4,6	23	4,5	29	4,4	37	3,7	39	4,4	6	233,2
10-AB	45	4,67	35	4,77	46	4,01	50	4,03	72	3,23	50	4,37	26	75,4
11-Endonezya	32	4,7	41	4,4	26	4,4	28	4,4	12	4,3	38	4,5	99	0,1
12-İtalya	33	4,7	32	4,7	35	3,9	45	3,7	89	3,0	31	4,7	24	56,6
13-Hindistan	39	4,6	36	4,6	28	4,3	24	4,5	7	4,5	36	4,6	64	1,6
14-Çin	45	4,4	40	4,5	25	4,4	30	4,3	10	4,4	30	4,7	33	15,2
15-Meksika	67	4,1	44	4,3	76	3,2	52	3,6	88	3,0	55	4,1	60	2,0
16-Suudi Arabistan	72	4,1	58	4,0	48	3,5	56	3,5	13	4,3	33	4,7	48	6,2
17-Arjantin	74	4,1	33	4,6	91	3,0	71	3,4	122	2,6	94	3,7	71	1,2
18-Türkiye	75	4,1	103	3,3	70	3,3	63	3,5	62	3,4	49	4,3	42	9,2
19-Rusya	78	4,0	46	4,2	66	3,3	46	3,7	68	3,3	58	4,1	43	8,1
20-Brezilya	92	3,9	86	3,6	74	3,2	90	3,2	112	2,7	111	3,4	51	3,5

Kaynak: WEF, 2017: 93-369.

G20 ülkeleri içerisinde inovasyon güdümlü ülkeler gelişmişliğin son safhası olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca inovasyon göstergeleri bakımından yukarı sıralarda yer alan ülkeler dünyanın gelişmiş/kalkınmış ülkeleridir. Göstergeler itibariyle; iktisadi bakış açısıyla, kalkınma ve inovasyon arasında bir ilişki olduğu söylenebilir.³

Türkiye'nin göstergeler bakımından, şirketlerin yapmış olduğu Ar-Ge harcamaları, G20 ortalamasının gerisinde olduğu görülmektedir. Türkiye'deki şirketlerin Ar-Ge faaliyetleri bakımından daha bilinçli olması gerekmektedir. Ayrıca Türkiye için geliştirilmesi gereken diğer bir husus ise araştırma ve geliştirmede, sanayi ve üniversite iş birliğidir. Türkiye, geçen

³ Oğuztürk vd. (2017) kalkınma ve inovasyon arasında bir ilişki olup olmadığını anlamaya yönelik yaptığı çalışmasında; *GSYİH ile marka, tasarım, fayda ve Ar-Ge arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğunu ortaya koymuştur.*

yıllarda yayınlanmış olan küresel rekabet raporlarında⁴ yer alan verilerle kıyaslandığında, bu alanda bir gelişme gösterdiği görülmektedir; fakat bu gelişme, günümüzde ileri teknolojiye sahip ülkelerinin konumları bakımından yetersizdir.

Tablo 4'te AB hariç tüm G20 ülkelerine yer verilmiştir. Tablo 4a'da yer almayan diğer AB ülkeleri tablo 4b'de verilmiştir.

Tablo 4a: İnsani Gelişme Raporu: G20 Ülkeleri

Ülke/ekonomi	Sıra	Çok Yüksek İG Endeksi	Yüksek İG Endeksi	Orta İG Endeksi
1-Avustralya	2	0,939		
2-Almanya	4	0,926		
3-Kanada	10	0,920		
4-ABD	11	0,920		
5-İngiltere	16	0,909		
6-Japonya	17	0,903		
7-Güney Kore	18	0,901		
8-Fransa	21	0,897		
9-İtalya	26	0,887		
10-Suudi Arabistan	38	0,847		
11-Arjantin	45	0,827		
12-Rusya	49	0,804		
13-Türkiye	71		0,767	
14-Meksika	77		0,762	
15-Brezilya	79		0,754	
16-Çin	90		0,738	
17-Endonezya	113			0,689
18-Güney Afrika	119			0,666
19-Hindistan	131			0,624

Tablo 4b: İnsani Gelişme Raporu: Diğer Avrupa Birliği Ülkeleri

Ülke/ekonomi	Çok Yüksek İG Endeksi	Yüksek İG Endeksi	Orta İG Endeksi
Avusturya	0,893		
Belçika	0,896		
Bulgaristan		0,794	
Çek Cumhuriyeti	0,878		
Danimarka	0,925		
Estonya	0,865		
Finlandiya	0,895		
Hırvatistan	0,827		
Hollanda	0,924		
İrlanda	0,923		

⁴ “<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>” geçmiş yıl göstergelerine bu siteden ulaşılabilir.

İspanya	0,884		
İsveç	0,913		
Letonya	0,830		
Litvanya	0,848		
Lüksemburg	0,898		
Macaristan	0,836		
Malta	0,856		
Polonya	0,855		
Portekiz	0,843		
Romanya	0,802		
Slovakya	0,845		
Slovenya	0,890		
Yunanistan	0,866		

Kaynak: UNDP: 2017, 211-222

İnsani Gelişme Endeksi (İGE), insani gelişmenin üç temel boyutunu birleştirir. Doğuşta beklenen yaşam süresi, uzun ve sağlıklı bir yaşam sürebilmeyi yansıtır. Ortalama öğrenim süresi ve beklenen öğrenim süresi, bilgi edinebilmeyi yansıtır. Ayrıca kişi başi gayrisafi milli gelir, insani yaşam standardının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Yukarıda yer alan Tablo 4a-b'de G20 ölkelerinin insani gelişmişlik indeks puanları yer almaktadır. Buradaki göstergelerle amaçlanan durum; faktör, yatırım/verimlilik ve inovasyon güdümlü ölkelerle, insani gelişme sınıfları arasında bir paralellik olup olmadığını anlamaktır. İGE açısından üst sıralarda yer alan ölkelerinin, aynı zamanda inovasyon güdümlü ölkeler sınıfında olup olmadığını anlamak için ilk önce ölkelerin hangi safhada olduğunu bilmek gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda Tablo 5'te G20 ölkeleri, kalkınmanın üç safhasına göre gruplandırılmıştır.

Tablo 5: Kalkınmanın 3 Safhasına Göre Gruplandırılmış G-20 Ülkeleri

1. Aşama: Faktör Gündümlü Ekonomiler	1. Aşamadan 2. Aşamaya Geçiş Evresinde Olan Ülkeler	2. Aşama: Yatırım/Verimlilik Gündümlü Ekonomiler	2. Aşamadan 3. Aşamaya Geçiş Evresinde Olan Ülkeler	3. Aşama: İnovasyon Gündümlü Ülkeler
Hindistan 1(1617,3 \$) 2(?)		Çin 1(7989,7\$) 2(%2.067)	Arjantin 1(13588,8\$) 2(%0.630)	Avustralya 1(50961.9\$) 2(%2.105)
		Endonezya 1(3362,4\$) 2(?)	Litvanya 14210,3\$	Belçika (40106,6\$)
		Romanya 8906,3\$	Macaristan 12239,9\$	Avusturya (43724\$)
		Güney Afrika 1(5694,6\$) 2(%0.726)	Meksika 1(9009,3\$) 2(%0.534)	Kanada 1(43332,0\$) 2(%1.672)
		Bulgaristan 6831,7\$	Polonya 12495,3\$	Güney Kıbrıs Rum Cumhuriyeti 22587,5\$
		Brezilya 1 (8670,0\$) 2(?)	Türkiye 1(9437,4\$) 2(%0.882)	Çek Cumhuriyeti 17256,9\$
			Letonya 13618,6\$	Danimarka 52114,2\$
			Hırvatistan 11572,9\$	Finlandiya 41974,0\$
			Suudi Arabistan 1(20812,6\$) 2(?)	Estonya 17228,1
			Slovakya 15991,7\$	Fransa 1(37675,0\$) 2(%2.217)
			Rusya 1(9054,9\$) 2(%1.099)	Almanya 1(40996,5\$) 2(%2.927)
				Yunanistan 18064,3\$
				İrlanda 51350,7\$
				İtalya 1(29866,6\$) 2(%1.330)
				Japonya 1(32485,5\$) 2(%3.286)
				Güney Kore 1(27195,2\$) 2(%4,232)
				Lüksemburg 101994,1\$
				Malta 22734,2\$
				Hollanda 43603,1\$
				Portekiz 19121,6\$
				Slovenya 20732,5\$
				İspanya 25864,7\$
				İsveç 49866,3\$
				İngiltere 1(43770,7\$) 2(%1.701)
				ABD 1(55805,2\$) 2(%2.887)

Kaynak: WEF, 2017: 38.

Tablo 5'te G20 lkeleri kalkınmanın  safhasına göre sınıflandırılmıştır. Siyah renkte olan kutular G20 ülkelerini; geri kalanlarda, G20 içinde ülke olarak değil Avrupa birliği olarak temsil edilen kısmını oluşturmaktadır. lke isimlerinin hemen altında "1" kişi başına düşen geliri yansıtmaktadır. "2" ise Ar-Ge'nin GSMH'ye oranını göstermektedir.

Yukarda yer verilen Tablo 5'te inovasyon güdümlü yirmi altı lke; Avustralya, Avusturya, Belçika, Kanada, Güney Kıbrıs Rum Cumhuriyeti, ek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Estonya, Fransa, Almanya, Yunanistan, İrlanda, İrlanda, İtalya, Japonya, Güney Kore, Lüksemburg, Malta, Hollanda, Portekiz, Slovenya, İspanya, İsveç, İngiltere ve ABD'dir. İnovasyon güdümlü lkelerin kişi başına düşen gelirleri, 17228,1 ile 101994,1 Dolar arasında değişmektedir. Bu aşamada en yüksek kişi başi gelire sahip Lüksemburg, en düşüğü ise Estonya'dır. Bu bağlamda, inovasyon güdümlü olan ülkelerde, kişi başına düşen gelirin yüksek olduğu grlmektedir.

İnovasyon güdümlü ekonomilerin Ar-Ge için ayırdıkları gelir, diğer ülkelere kıyasla daha fazladır. Burada gelişmiş lkelerin; bazı istisnalar ve diğer dışsal etkenler dışında, Ar-Ge oranı oldukça yüksektir. Tablo 5'te de görüleceği üzere inovasyon güdümlü lkelerin hepsi aynı zamanda çok yüksek insani gelişme endeksine sahiptir. Sonuç olarak inovasyon güdümlü lkelerle çok yüksek insani gelişme endeksine sahip olan lkeler arasında bir paralellik söz konusudur.

Yukarıdaki Tablo 5'te yer alan toplam 43 ülke içinde; 26 ülkenin inovasyon güdümlü ülke olduğu grlmektedir. Türkiye ise bunların arkasında geçiş safhasındadır.

5. SONUÇ

Bu çalışmanın temel amacı, kalkınma ve inovasyon verileri işığında G20 lkelerinin durumunu incelemeye çalışmaktır. Bu bağlamda inovasyon ve gelişmişlik bakımından G20 lkelerinin durumları WEF raporu çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda kişi başi geliri yüksek olan lkelerin hemen hepsi inovasyon güdümlü lkeler olduğu anlaşılmıştır. Bu durum ise inovasyonun, günümüz dünyasında farkındalığı olan ve olunması gereken en önemli konulardan birisi olduğunu göstermiştir.

Dünya ekonomileri, 1970'li yıllara kadar kalkınmanın odak noktasına, uluslararası ticareti oturmuş ve bu sreye kadarda bu yönde politika izlemişti, fakat 1970'li yıllardan itibaren kalkınmanın anahtarının uluslararası ticaret olmadığı anlaşılmaya başlanmıştır. 1970'li yılların akabinde inovasyon, kalkınmanın temel belirleyicisi olurken dünya politikaları da bu yönde şekillenmeye başlamıştır.

G20 lkeleri, kalkınma açısından  aşamada ele alınmıştır. Bunlar; faktör, verimlilik/yatırım ve inovasyon güdümlü aşamalardır. Bu aşamaların hepsi G20 lkelerinin konularının belirleyen alt göstergeler içermektedir. Kısaca G20 lkelerinin gelişmişlik ltleri inovasyonun alt göstergeleri bakımından incelenmiştir. Bu aşamaların ilki olan faktör güdümlü ekonomiler; vasıfsız işgücü, tarımsal ürünlerin ekonomiye hâkim olduğu ve istikrarın olmadığı lkeler yer almaktadır. Burada makroekonomik anlamda lkeler zayıf olmakla birlikte, ülkelerde suç oranı da yüksektir. İkinici aşamada (yatırım/verimlilik güdümlü ekonomiler) olan lkeler için birinci aşamaya göre alt yapı geliştirme faaliyetleri hız kazanmıştır ve teknolojik faaliyetler artmıştır. Sanayileşmenin geliştiği bu aşama ekonomi dış şoklara karşı hala savunmasız durumdadır. nc Aşama (inovasyon güdümlü ekonomiler), ülkelerde kişi başi gelir artışı ve gelişmiş bir talep vardır. Firmalar artık küresel boyutta rekabet edebilir konumdadır. İşgücü bakımından gelişmiş ve inovasyon yeteneğini kullanabilen bir topluma sahiptir.

Kalkınma ve inovasyon göstergeleri bakımından G20 ve AB lkeleri: Ar-Ge, kurumlar, alt yapı, sağlık, işgücü, piyasa verimliliği, yüksek öğrenim vb. alanlarda; ABD, Almanya, Finlandiya, Hollanda, İngiltere, Japonya, Fransa, Kanada, İsveç, Lüksemburg, Danimarka, Belçika ve Güney Kore gibi lkeler yüksek oranda gelişme göstermiştir. Bu lkeler inovasyon güdümlü lkeler sınıfında yer almaktadır. Türkiye bu göstergeler bakımından istenilen seviyeye ulaşamamış ve G20 lke

ortalamasının altında kalmıştır. Türkiye aşama olarak; inovasyon güdümlü ekonomilere geçiş safhasında yer almaktadır.

Bu çalışmada yer alan göstergeler işığında inovasyon güdümlü bir toplum olmak için neler yapılması gerektiğine dair řu önerilerde bulunulabilir.

- Kalkınma ve inovasyon göstergeleri bakımından G20 lkeleri; ABD, Almanya, İngiltere, Japonya, Fransa, Kanada, Avusturalya ve Güney Kore gibi lkeler yüksek oranda gelişme göstermiştir. Bu lkeler inovasyon güdümlü lkeler sınıfında yer almaktadır. Bu çalışmada yer alan göstergeler işığında inovasyon güdümlü bir toplum olmak için neler yapılması gerektiğine dair genel önermelerin dışında řu önerilerde bulunulabilir.
- Ar-Ge harcamalarının GSMH'ya oranının artırılması gerekmektedir. İnovasyon güdümlü ülkelerde bu oran, 1.2 ile 4.36 arasındadır Türkiye'de firmaların Ar-Ge harcaması oldukça sınırlıdır. Bunun için olağan teşviklerin yanı sıra Ar-Ge harcaması yapan ve ürün geliştiren firmalar gerektiğinde halka tanıtılmalı ve milli firma bilinci oluşturulmalı. Firmaların Ar-Ge yaparak ülkeye sağlayacağı yararları ülke örnekleri ve tecrübeleri ile anlatılmalıdır.
- Kaliteli bilimsel araştırma kurumlarının sayısı artırılmalıdır.
- Üniversiteler, firmalar ve sanayiler arası iş birliği artırılmalıdır. Bunun için sanayileri niversiteye bağlayacak köprüler oluşturulmalıdır. Örneğin; mühendislik fakülteleri ve organize sanayilerin birlikte çalışması teşvik edilmelidir.
- Rekabet teşvik edilmeli ve piyasaya sürülen yeni ürünlerin riski paylaşılmalıdır. Kısaca retici cesaretlendirilmelidir.
- Araştırma faaliyetleri yürüten kişi veya kuruluşların çalışmaların niteliklerinin artırılması için inovasyon güdümlü ülkelerde uygulanan politikaların izlenmesi ve ülkeye göre uyarlanması gerekmektedir.
- İnovasyon kavramı ilk ve orta ğretim düzeyinden başlayarak bir ders olarak işlenmelidir. Bu sayede inovasyonun önemi ve anlamını kavrayan daha bilinçli bir kuşak oluşturulmalıdır.
- Toplumların inovasyon konusunda atılım yapması için kurumlar, alt yapı ve sağlık gibi temel gereksinimlerini geliştirmeleri gerekmektedir. Bunun için devlet kurumlarında çalışanlarının nitelik olarak gelişimin sağlanması yönünde adımlar atılmalıdır.
- İş gücü piyasası bakımından; işçilerin uzmanlaşması teşvik edilmeli, kalifiye işçi sayısı artırmak için programlar düzenlenmeli ve şirketler bu anlamda bilinçlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- ADIGÜZEL, B. (2012). *İnovasyon ve İnovasyon Yönetimi: Steve Jobs rneği*, Ankara, T.C.Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı; Yönetim Organizasyon Bilim Dalı ,Yüksek Lisans Tezi .
- AOKI, M. and YOSHIKAWA, H., (2002), *Demand Saturation-Creation And Economic Growth*,Journal Of Economic Behaviour & Organization, Vol. 48, Elsevier. ss. 127-154
- ANNONI, P. and KOZOVSKA, K. (2010). *Eu Regional Competitiveness Index*, Luxembourg: Publications Office Of The European Union, Printed İn Italy.
- AYHAN, A., (1999), *Yenilik*, Gebze İleri Teknoloji Enstists Rektörlüğü, Yayın No: 5 Kocaeli, Gebze
- BTSO (Bursa Ticaret ve Sanayi Odası)., (2007), *İnovasyon Nedir şirketlere Ne Getirir*, (<http://www.btso.org.tr/documents/publication/18.pdf>).
- DİNLER, Z., (2007), *İktisada Giriş*, Bursa, Ekin Kitabevi Yayınları
- ELÇİ, ř., KARATAYLI, S. ve KARAATA, S. (2008). *Bölgesel İnovasyon Merkezleri: Türkiye İçin Bir Model nerisi*, İstanbul,TÜSİAD.

- ELÇİ, Ő. (2007), *İnovasyon 'Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı'*, 2. Baskı, İstanbul, Tecnopolisgrup.
- GÖKÇE, S. G., (2010), *İnovasyon Kavramı ve İnovasyonun Önemi*, Malatya, Fırat Kalkınma Ajansı, ss. 1-5
- GÖKER, Ő. (2009). *Őirketlerde İnovasyon Stratejisinin Önemi ve Türkiyenin İnovasyon Kapasitesinin Analizi*, Kütahya, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- GÖNEL, D. F. (2010). *Kalkınma Ekonomisi*, Elif Yayın Evi 1. Baskı. Ankara.
- GREENHALGH, C. and ROGERS, M., (2010), *Innovation, Intellectual Property And Economic Growth*, New Jersey, Princeton University Press.
- GÜNAY, Ö., (2007), *Yenilik Engellerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- HAN, E. ve KAYA, A.A., (2008), *Kalkınma Ekonomisi;Teori Ve Politika*, Ankara, nobel Yayın Dağıtım 6. Baskı.
- İŐIK, N. ve KILINÇ, E. C. (2012), *İnovasyon-Güdümlü Kalkınma: Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme*, Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi-Cilt 1, Sayı 1, ss. 31–68.
- KIRIM, A., (2005), *Karlı Reçetenin Büyümesi İnnovasyon*, 1. Baskı., İstanbul, Fed Yayınları.
- LOPEZ-CLAROS, A. and MATA, N. Y., (2009-2010). *The Innovation for Development Report 2009–2010: Strengthening Innovation for the Prosperity of Nations*, Newyork, (ss:1-50) Printed By: Palgrave Macmillan, Editör: Lopez-Claros,A.
- OAKLEY, P. and GARFORTH, C., (1985), *Guide To Extension Training, FAO Training Series*, Rome, Italy, No: 11, FAO.
- OĞUZTÜRK, B. S., ÖZBAY, F., & PEHLİVAN, C. (2017). Güney Kore'nin Büyüme Sürecinde İnovasyonun Rolü: Ekonometrik Bir Analiz 1984-2015. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi Dergisi, C.22, S.4, s.1203-1222.
- OSLO KILAVUZU, (2005). *Yenilik Verilerinin Toplanması Ve Yorumlanması için İlkeler*, OECD ve Eurostat Yayını, Çeviri: Tübitak, 3.Baskı.
- ÖZBEK, H. ve ATİK H. (2013), *İnovasyon Göstergeleri Bakımından Türkiye Ve Avrupa Birliği Ülkeleri Arasındanki Yeri; İstatiksel Bir Analiz*, Erciyes Üniversitesi İibf Fakültesi Dergisi, ss. 193_210.
- PORTER, M. (1990). *The Competitive Advantage Of Nations*, New York: The Free Press.
- SU, K. T. (2003). *Rekabet Hukukunda Teşebbüslerin Hâkim Durumunun Belirlenmesinde Pazar Gücünün Ölçülmesi*, Ankara, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri, Serisi No: 12.
- TCMB (2015). G20 Platformu ve 2015 Türkiye Dönem Başkanlığı, ISBN: 978-605-4911-41-7 Ankara.
- TUNÇ, H. (2008). *Bir Yenilik Göstergesi Olarak Patenet Ve Türkiye Patenet Performansı*, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- TURANLI, R. ve SARIDOĞAN, E., (2010) *Bilim-Teknoloji-Inovasyon Temelli Ekonomi Ve Toplum*, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası yayınları.
- TÜYLÜOĞLU, Ő. ve SARAÇ Ő., (2012), *Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkelerde İnovasyonun Belirleyicileri Ve Ampirik Bir Analiz*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi, 7(1):39-74.
- ÜNLÜKAPLAN, İ., (2009), *Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerde İktisadi Kalkınma, Rekabetçilik Ve İnovasyon İlişkilerinin Kanonik Korelasyon Analizi İle Belirlenmesi*, Maliye Dergisi, Sayı 157, ss. 235-250.

YAVUZ, ., (2010), *İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir alışma*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga, İ.İ.B.F, İşletme Bölümü, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi (5:2):143-173.

<https://data.oecd.org/rd/gross-domestic-spending-on-r-d.htm>, (08.10.2015),

<http://www.dbe.com.tr/tr-TR/Content/Default.aspx?SectionID=220>, (16.11.2014).

<https://g20.org/about-g20/g20-members/>, (14.07.2015).

UNDP, (2017), http://hdr.undp.org/sites/default/files/2016_human_development_report.pdf

WEF (2017), *The Global Competitiveness Report 2016-2017*. (Küresel Rekabet Raporu):
<https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2016-2017-1>)

WEF (2016), *The Global Competitiveness Report 2015-2016*, <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>