

Politik Bilim

Şimdi Moda Bu!

Aykut Göker

<http://www.inovasyon.org>; hagoker@ttmail.com

Sanayimizde ‘moda olarak kalan’ davranışları, sanayiden gelen yetkin bir isim olarak ilk dile getiren Jan Nahum’dur. Konumuza girmeden kaydetmekte yarar var...

Batı’da ortaya çıkan yeni akımlara, ‘demek, şimdi Batı’da moda bu’ anlayışıyla yaklaşip o akıma uymanın ya da uymuş gözükmenin şart olduğunu düşünenlere sıkça rastlamışızdır. ‘Modaya uyma’ meselesi, elbette giyim-kuşamla sınırlı değil. ‘Medya’da hemen her gün çok daha farklı alanlarda, ‘moda olan’ terimiyle soralım, ‘in/out’ listelerine rastlamıyor muyuz?

Batı’da ortaya çıkan yeni fikir akımlarının ya da yükselen yeni değerlerin de ülkemizde üzerinde hiç kafa yormadan bazı çevrelerce benimsenivermesi de galiba buna benzer bir moda anlayışının ürünü olsa gerek... 60’lı, 70’li yıllarda sol cenahta yer alan pek çok entelektüelin 80’li yıllarda yaşananlardan, özellikle Sovyet sisteminin çökmesinden sonra cenah değiştirevermelerini ve günümüz Türkiye’inde, Siyasî İslâm yandaşlığına entelektüel bir kılıf biçmeye varan savrulmalarını gördükçe, onların geçmişte solda görünmelerinin de, solculuğu o dönemin bir modası olarak algılamalarının sonucu olduğunu düşünmüşümdür.

Neyse, asıl söyleyeceğim o değil; bu ‘modaya uyma’ anlayışının bizim pek çok sanayicimiz, onların bazı teknokratları ve sanayi meselesi ile uğraşan pek çok bürokrat için de geçerli olduğudur. Örneğin 90’lı yıllarda, geçen haftaki yazımda sözünü ettiğim kadrolar sanayi kuruluşlarını ARGE’ye, yenilikçiliğe teşvik etme seferberliği ilân ettiklerinde önce kuşkuyla karşılanmış; ‘sen benim teknolojiyi nereden alacağıma ne karışyorsun’ gibi tepkilerle karşılaşmışlardı. Sonra dönüp bir de baktılar ki, ortalığı ‘yenilikçilik / inovasyon’ söylemi kaplamış; sanayide, üniversitede, bürokraside, herkesin dilinde bu...

Bugün de, dünya pazarlarında rekabet üstünlüğü kazanmak için ARGE’de ve yeni ürün geliştirmede yetkinleşmek gerektiğine karşı çıkan tek bir sanayici bulamazsınız. Bütün işadamları örgütleri de söylem düzeyinde yenilikçiliği, ARGE’ye yönelmeyi savunurlar; uygulanması gereken destek politikaları konusunda uzmanlarına raporlar hazırlatırlar. Dahası, sanayicilerimiz yenilikçiliği, ARGE yapmayı özendirmek için iyi niyetle ortaya konan bütün destek araçlarından, kolaylıklardan yararlanıyor görünümündedirler. 1990’ların ilk yarısından bu yana bu ülkede ARGE ve yenilik desteği verildiği, zaman içinde çeşitli adlar altında ve farklı kuruluşlarca verilen pek çok destek programının da bunlara eklendiği biliniyor.

2002’den bu yana kurulan teknoloji geliştirme bölgelerinin sayısı 49’u buldu. Bunlardan 34’ü faaliyettedir; diğerlerinin altyapı çalışmaları devam ediyor. 34 bölgedeki firma sayısı 2114’e ulaşmıştır. Bu firmalar, bu bölgelerde yer aldıkları için kendilerine sağlanan vergi muafiyetlerinden, fizikî kolaylıklardan yararlanıyorlar.

2012 Temmuz sonu verilerine göre, ülkemizde kurulan ve faal durumda bulunan ARGE Merkezi sayısı da 129’dur ve bu merkezlerde çalışan ARGE personeli sayısı 15.000 civarındadır. Bu merkezleri kuran firmalar da çeşitli vergi muafiyetlerinden yararlanıyorlar.

Peki, sonuç nedir? Sanayimizin bunca desteğe ve işadamları örgütlerinin önde gelen temsilcilerinin yenilikçiliği bu denli savunuyor olmalarına; iş dünyasının yenilikçiliği olmazsa olmaz bir yaşam biçimi olarak benimsemiş gözükmesine rağmen, bugüne dek dünya çapında tanınan, özgün tek bir ürün markası ortaya konamamasını; özgün ürün geliştirmede ciddiye alınabilecek herhangi bir yetenek düzeyine ulaşamamasını nasıl açıklayacağız?

Ya peki, sözü edilen destek programlarını bugün yürüten, teknoloji bölgeleri ve benzeri yapıların kurulmasına önyak olan devlet katındaki kadroların, kamu kaynaklarından yapılan bütün bu destek harcamalarının sonucunda hangi ekonomik ve toplumsal faydanın yaratılabildiğini hiç sorgulamadan yollarına devam etmelerine ne demeli?

Bu 'batmayan yenilik modasına' uymuş gözükerek daha ne kadar vaziyeti idare edeceksiniz?

CBT. 08 Şubat 2013