

Ayşegül Taşöz Düşündere¹*Politika Analisti**Bölge Çalışmaları Programı
İnovasyon Çalışmaları Programı*

İHRACATI, ÜLKELER DEĞİL; YENİLİKÇİ FİRMALAR GERÇEKLEŞTİRİYOR: SİTELER VE İNEGÖL KARŞILAŞTIRMASI²

1980 yılında dünyanın en büyük 25'inci ekonomisi olan Türkiye, hızlı büyüme performansı ile 2000'lerin başından itibaren dünyadaki en büyük ilk 20 ekonomisi arasında yer almaya başlamıştır. Türkiye'nin bu yükselişinde ihracat, önemli bir itekleyici güç konumundadır. Keza Türkiye, 36 yılda küresel listelerde ekonomik büyüklük açısından 8 sıra yükselirken ihracat performansında 26 basamak yükselerek kayda değer bir sıçrama gerçekleştirmiştir. Diğer yandan 2016 yılı sonu itibari ile dünyanın en büyük 17'nci ekonomisi olan Türkiye, küresel ihracat büyüklüğü sıralamasında 190 milyar dolar değerindeki mal ve hizmet ihracatı ile ekonomisinin boyutuna göre daha gerilerde, 30'uncu sırada kalmaktadır.³

Türkiye'nin uzun vadedeki ihracat performansı, farklı dinamiklere sahip küresel ve yerel faktörlerden etkilenebilmektedir. Bu yazıda, Türkiye'nin ihracat performansı, firmaların yenilikçilik (inovasyon) davranışlarını öne çıkaran bir örnek etrafında değerlendirilecektir. İnovasyonun sadece ileri teknoloji özelinde gerçekleşmek zorunda olmadığına altı çizilerek, bu bulgu, düşük teknolojili bir sektör olan mobilya imalatı özelinde, Ankara Siteler ve Bursa İnegöl'deki kümelenmeler karşılaştırılarak somutlaştırılacaktır.

¹ <http://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1335/Aysegul+Tasoz+Dusundere>

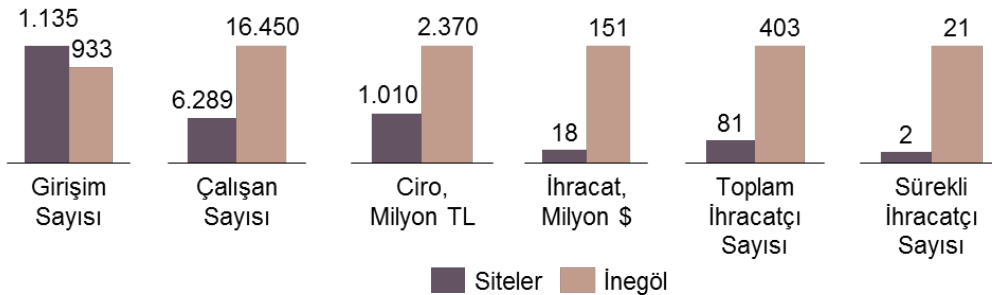
² Bu çalışmada yer alan Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi verileri aracılığıyla gerçekleştirilen analizler, Ankara Ticaret Odası'nın desteğiyle sürdürülmekte olan "Ankara 2023 Yol Haritası: İhracatla Dönüşüm" çalışması kapsamında hazırlanmış olup, proje ekibinde yer alan Seçil Gülbudak Dil ve Taylan Kurt'a katkılarından dolayı teşekkür ederim.

³ 2016 yılı için Dünya Bankası'nda hem ihracat hem GSYH verileri mevcut 170 ülke arasında sıralama gerçekleştirilmiştir. Verileri mevcut 170 ülke, toplam dünya ekonomisinin yüzde 97,41'ini oluşturmaktadır. 1980 yılında verileri mevcut 129 ülke için sıralama gerçekleştirilmiştir, bu ülkeler, toplam dünya ekonomisinin yüzde 94,83'ünü oluşturmaktadır.

İhracatı, ülkeler değil firmalar gerçekleştirir; Türkiye ise 2023 ihracat hedefine ulaşmak için sınırlı sayıda firmaya bel bağlamış durumdadır. 2016 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren 1 milyon 200 bin firmadan⁴ 64 bin 574’ü, yani sadece yüzde 5’i ihracatçıdır. 2006’da ihracatçı sayısı 40 bin 810 iken, son 10 yılda hızlı bir artış ile mevcut ihracatçıların yarısı kadar yeni ihracatçı ekonomiye dâhil olmuştur. Ancak gelinen son nokta itibari ile 64 bin ihracatçı, sınırlı bir potansiyel sunmaktadır. Örneğin, Türkiye’nin ulaşmak istediği ihracat miktarına yakın miktarı yani yaklaşık 500 milyar doları 195 bin ihracatçı ile yakalayan İtalya, Türkiye’nin ulaşması gereken hedefe olan uzaklığı gözler önüne sermektedir.⁵ Bir başka açıdan bakılacak olursa Türkiye’nin 2023 ihracat hedefine ulaşabilmesi için ihracatçı sayısını üç katına çıkarması gerekmektedir.

Bu çalışmada, mobilya imalatında önemli üretim merkezlerinden Ankara’nın Altındağ (Siteler) ilçesi ile Bursa’nın İnegöl ilçesi, firma bazında karşılaştırılmıştır.⁶ Ankara’nın Altındağ İlçesinde yer alan Siteler, Türkiye’de, uzun dönem mobilya sektörünün lokomotifi olarak kabul edilmiştir.⁷ Bu bulgu, sektörün mevcut büyüklüğü incelendiğinde de doğrulanmaktadır. Mobilya imalatında Türkiye genelinde 12 bin firma faaliyet gösterirken bunlardan 1135’i, yüzde 9’u, Ankara Siteler’de bulunmaktadır. Siteler’in en yakın rakibi Bursa İnegöl ise 933 firma ile Türkiye genelindeki mobilya firmalarının yüzde 8’ine ev sahipliği yapmaktadır. Her ne kadar Siteler ve İnegöl’de birbirlerine yakın sayıda firma faaliyet gösterse de ciro, çalışan sayısı ve ihracat açısından Siteler, en yakın rakibi olan İnegöl’ün oldukça gerisinde kalmaktadır. Siteler’de firma başına çalışan sayısı 6 iken İnegöl’de bir firmada ortalama 18 kişi çalışmaktadır. Siteler’in 2 katı ciroya sahip İnegöl, ihracat miktarı açısından Siteler’i neredeyse ona katlamaktadır. Ayrıca İnegöl’de, toplam 403 firma mobilya ihraç ederken, Siteler’de bu rakam sadece 81’dir. On yıl üst üste mal ihraç edebilen sürekli ihracatçı sayısı ise Siteler’de 2, İnegöl’de 21’dir.

Şekil 1 Mobilya imalatında Siteler ve İnegöl’ün büyüklük karşılaştırması, 2016



Kaynak: GBS, TEPAV hesaplamaları

İnovasyon ölçülmesi zor bir kavram olsa da firmaların yenilikçilik düzeylerini analiz etmek için fikri mülkiyet başvuruları, literatürde önemli bir gösterge olarak değerlendirilmektedir.⁸ Siteler ve İnegöl’deki mobilya imalatçıların fikri mülkiyet

⁴ Girişim, bir veya birden fazla yerde, bir veya birden fazla faaliyet gerçekleştirebilir. Bir girişim yasal birime ya da yasal birimlerin birleşimine karşılık gelmektedir. Yazı genelinde “firma” terimi, girişim kavramına eş değer olarak kullanılmıştır.

⁵ Istituto Nazionale di Statistica, Alibaba.com

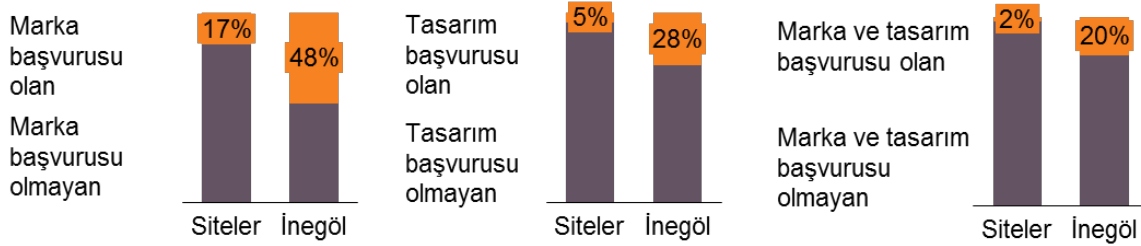
⁶ Siteler’in performansını analiz etmek için Altındağ ilçesinin verileri baz alınmıştır.

⁷ Ankara Kalkına Ajansı. (2012). Siteler, Mobilya ve Ankara.

⁸ OECD. (1994). The Measurement of Scientific and Technological Activities Using Patent Data as Scientific and Technology Indicators: Patent Manual 1994

başvuruları, bu çalışmada karşılaştırılmıştır. Bu kıyas sonucunda markalaşma, İnegöl mobilyacılarını Siteler'deki rakiplerinden ayıran ortak özellik olarak öne çıkmıştır. Marka, bir teşebbüsün mallarının veya hizmetlerinin diğer teşebbüslerin mallarından veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlayabilecek her türlü işarettir.⁹ Markaların tescili zorunlu olmamakla birlikte hakların korunması için tescil, en önemli araç olarak tanımlanmıştır. İnegöl'de mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 48'i, 2010-2016 döneminde en azından bir adet marka başvurusunda bulunmuştur. Bu oran, Siteler'de yüzde 17'dir. Tasarım açısından İnegöl'de başvurusu bulunan firmaların oranı yüzde 28 iken Ankara'da bu oran yüzde 5'tir. Ayrıca, İnegöl'deki firmaların yüzde 20'sinin hem marka hem de tasarım başvurusu varken bu oranın Ankara'da yüzde 2'ye düştüğü görülmektedir.

Şekil 2 Siteler ve İnegöl'deki mobilya imalatçılarının fikri mülkiyet haklarına başvuru durumlarına göre dağılımı, 2016



Kaynak: GBS, TEPAV hesaplamaları

Not: Marka ve tasarım başvuruları olan ve olmayan girişimlerin ayrımında, 2010-2016 yılları arasındaki toplam başvuru adedi baz alınmıştır.

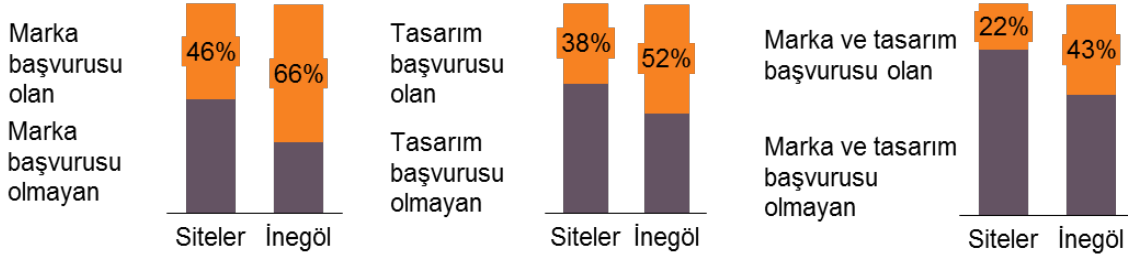
Siteler ve İnegöl'deki mobilya ihracatçılarının yenilikçilik durumlarına göre ihracat performansları karşılaştırıldığında da ihracatın yarısını yenilikçi firmaların gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Şekil 3'te Siteler ve İnegöl'deki mobilya ihracatının, ihracatı gerçekleştiren firmanın yenilikçilik düzeyine göre dağılımı paylaşılmıştır. Buna göre, İnegöl'deki mobilya ihracatının yüzde 66'sını marka başvurusu olan firmaların gerçekleştirdiği görülmektedir. Siteler'de ise bu oran yüzde 46'dır. Tasarım ve marka-tasarım ikili başvurularında bu oranlar gerilese de, iki ilçede de ihracatın büyük kısmını, fikri mülkiyet haklarına başvuran firmalar, ağırlıklı da marka başvurusunda bulunan firmalar gerçekleştirmiştir. Bu durum, özellikle geleneksel sektörlerde marka ve tasarım gibi yenilikçi faaliyetlerin ihracattaki önemine işaret etmektedir. Başka ülkelerde de marka tescilinin yoğun olduğu sektörler arasında yer alan mobilya sektörü,¹⁰ inovasyonun sadece ileri teknoloji alanında gerçekleşmek zorunda olmadığını, milyar dolar değerinde marka değerine sahip olunmasa da düşük teknoloji sektörlerinde de markanın ihracat için ne derece önemli olduğuna işaret etmektedir.

OECD. (2009). Innovation in Firms: A Microeconomic Perspective

⁹ Türk Patent Enstitüsü. (2017). Marka Başvuru Kılavuzu. Haziran 2017.

¹⁰ U.S. Patent and Trademark Office. (2016). Intellectual Property and the U.S. Economy: 2016 Update.

Şekil 3 Siteler ve İnegöl'deki mobilya ihracatının ihracatı gerçekleştiren firmanın yenilikçilik düzeyine göre dağılımı, %, 2016



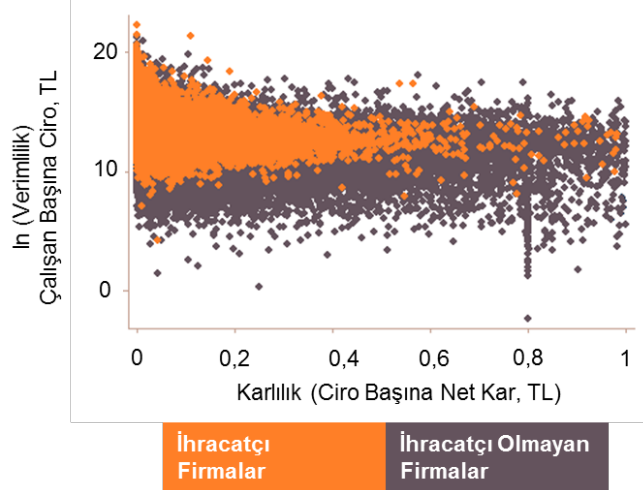
Kaynak: GBS, TEPAV hesaplamaları

Not: Marka ve tasarım başvuruları olan ve olmayan girişimlerin ayrımında, 2010-2016 yılları arasındaki toplam başvuru adedi baz alınmıştır.

Yürütülen çalışmada, düşük teknoloji bir sektörde, inovasyon faaliyetleri ve ihracat arasında güçlü bir ilişki olduğu teyit edilmiştir. Ancak ihracatçı firmayı, ihracatçı olmayan firmadan ayıran birçok etkenin mevcut olduğu unutulmamalıdır. Örneğin verimlilik farkı, bu etkenlere verilebilecek örneklerden başlıcalarındandır.

Yandaki grafikte¹¹ Türkiye'deki 1 milyon 200 bin firmanın karlılık ve verimlilik düzeyleri kıyaslanmıştır. Her bir noktanın bir firmayı temsil ettiği bu grafikte, ihracatçı firmalar turuncu, ihracatçı olmayan firmalar ise mor renktedir. Görselden de anlaşılacağı üzere, Türkiye'de farklı verimlilik ve farklı karlılık düzeylerinde firmalar mevcuttur. İlginç olan şey ise neredeyse tüm turuncu noktaların belli bir verimlilik seviyesinin üzerinde yer almasıdır. Bir başka deyişle ihracatçı firmalar, belli bir verimlilik eşik değerinin üzerinde faaliyet göstermektedir. Literatürde, ihracatçı olabilmek için belirli bir verimlilik sınırının geçilmesi gerektiğine sıklıkla değinilmektedir. Türkiye'de de aynı kuralın geçerli olduğu tespit edilmiştir. Bu örneğin de gösterdiği üzere, ihracat stratejilerinin başta yenilik olmak üzere verimlilik gibi birçok strateji ile bütünleşmesi gerektiği unutulmamalıdır.

Şekil 4 Firmaların verimlilikleri, karlılıkları ve ihracatçı olmaları arasındaki ilişki, 2016



Kaynak: GBS, TEPAV hesaplamaları

SONUÇLAR

Uzun yıllar Türkiye'de mobilya imalatında önde gelen üretim merkezi olan Ankara'daki Siteler'in firma sayısı açısından önemini koruduğu ancak ciro, çalışan sayısı ve ihracat açısından en yakın rakibi olan Bursa'daki İnegöl'ün oldukça gerisinde kaldığı görülmektedir. Bu çalışmada, ülkemizin mobilya üretiminde ve ihracatında önem taşıyan Siteler ile İnegöl birbirleriyle karşılaştırılmıştır. Çalışma sonuçları, İnegöl'deki firmaların neredeyse yarısının markalaşma faaliyetleri yürüttüğüne işaret etmiştir. Siteler'de ise

¹¹ Aykırı değerler, analize dâhil edilmemiştir.

yenilikçilik faaliyetleri yürüten firma sayısının çok daha az olduğu görülmektedir. Ayrıca, markalaşmanın ve fikri mülkiyet hakları ile ilgili olarak atılan adımların; mobilya sektöründeki firmaların hem üretim hem de ihracat performansında önemli rol oynadığı tespit edilmiştir. Öyle ki Siteler'deki firmaların sadece yüzde 17'sinin marka başvurusu varken bu firmaların Siteler'in ihracatının yüzde 48'ini gerçekleştirdiği görülmüştür. İnegöl'ün ihracatının ise yüzde 66'sını marka başvurusu olan firmalar gerçekleştirmiştir. Özetle, Siteler-İnegöl karşılaştırması, ihracatın tetikleyici gücü olan inovasyonun her zaman yeni, ileri bir teknoloji olmak zorunda olmadığına; geleneksel sektörlerde de yenilikçiliğin markalaşmanın önemli olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte, ihracatçı firmayı, ihracatçı olmayan firmadan ayıran birçok etkenin mevcut olduğu unutulmamalıdır.

Türkiye'nin 500 milyar dolar olan 2023 ihracat hedefine ulaşması için ihracat performansı, benzer miktarlarda ihracat gerçekleştiren İtalya ile kıyaslanmıştır. Bu karşılaştırma neticesinde, Türkiye'nin ihracatçı sayısını en az 3 katına çıkarması gerektiği görülmüştür. İhracatçı firma havuzunun genişletilmesine ihtiyaç duyulan bu günlerde, ihracatı gerçekleştiren şirketlerin sahip olduğu vasıfları daha yakından incelemek önemli bir bilgi havuzu sunmaktadır. Yürütülen çalışmada, geleneksel sektörlerden mobilya imalatında, markalaşmanın ihracat imkânını artırdığı tespit edilmiştir. Bu tespiti takiben Türkiye'nin ihracat performansını geliştirmek, yeni ihracatçıları ekonomiye dâhil etmek için başta yenilik olmak üzere verimlilik gibi birçok stratejinin yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir.