

## SONUÇ BİLDİRGESİ

İlki geçtiğimiz yıl Sektörel Dernekler Federasyonu-SEDEFED ve TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu-REF'in işbirliğinde düzenlenen Rekabet Kongresi'nin ikincisi yine aynı kurumlar tarafından 8 Kasım 2006 Çarşamba günü yapılmıştır. I. Rekabet Kongresi'nin ardından yayınlanan sonuç bildirgesinden hareketle "Rekabet Gücü ve İnovasyon" olarak belirlenen II. Rekabet Kongresi'nde yapılan sunumlar ve tartışmalar sonucunda oluşan hususların kamuoyu ile paylaşılmasında yarar görülmüştür.

Kalkınma sürecinde sahip olunan sosyal ve ekonomik değerlerin ve dengelerin oturmuş olması, bir ülkenin siyasi hareketlilik ve/veya konjonktürel dalgalanmalardan etkilenme düzeyinin krizlere yol açmayacak bir yapıya kavuşmuş olması anlamını taşır. Rekabet gücü, bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetlerin dünya pazarlarındaki payı olarak değil, o ülkede sürdürülebilir büyümeyi sağlayacak olan kurumların, politikaların ve üretim faktörlerinin tümünü kapsayan üretkenlik olarak tanımlandığında, inovasyonun rekabet gücünü belirleyen bir unsur olarak öneminin özellikle işlenmesi gerekir. II. Rekabet Kongresi'yle, uzun soluklu bir süreç olan inovasyonun makro ve mikro politika düzeyinde incelenmesine katkıda bulunulması ve etkin çalışan bir ulusal inovasyon sisteminin sürdürülebilir özellikler taşıması için Türkiye'de paydaşlara düşen görevlerin tartışmaya açılması hedeflenmiştir.

Günümüzde, ekonomik ağırlık merkezinin değişmekte olması, OPEC'in güç kazanması, Orta Doğu'da yeni bir kimlik arayışının ortaya çıkması ve AB genişlemesiyle dünyada güç dengelerinin değişmekte, dolayısıyla düzensizliğin hüküm sürmekte olduğu göz önüne alındığında, oluşacak yeni düzende Türkiye'nin potansiyel rolünün ne olacağı ve potansiyelinin nasıl harekete geçirilebileceği önem kazanmaktadır. Bilgi teknolojilerinin, yeni malzeme ve nanoteknoloji ile genetik mühendisliğinin öne çıkmasıyla birlikte bir ülke için kritik önemde olan bazı sanayi dalları büyük değişikliklere uğrayabilir. Türkiye bu değişim kasırgasının farklı sanayilerin özelliklerini nasıl değiştireceğini anlamak, kısacası bilgi-yoğun ekonomiye geçiş yapmak zorundadır. Dünya çapında seçkin bir yer edinmek istiyorsa Türkiye, seksenlerin ortalarından itibaren sürdürmekte olduğu ekonomik modernizasyon çabalarına ek olarak, uzun dönem rekabet gücünü artırmalı, jeopolitik rolünü güçlendirmeli ve güven verici bir yatırım ortamının oluşturulması yolunda çabalarını artırmalıdır.

Türkiye'nin doğu ile batıyı olduğu kadar kuzey ile güneyi de birbirine bağlayan stratejik konumu, farklı kültürler arasında köprü olması ve gelişmekte olan sosyo-ekonomik altyapısıyla, dünya çapında önemli bir ekonomi olmak için en çok ihtiyaç duyduğu, Asya ülkelerinin yaşadığına benzer, on yıl sürecek bir ekonomik büyüme süreci yaşamasıdır. Bu süreçte Türkiye 2004 yılında 983 ABD Doları olan kişi başına ihracatını önemli miktarda artırabilmeli, Tayland ve ABD arasında bir yere ulaşmayı, yani toplamda 250 milyar dolar ihracatı hedeflemeli, sıkıntı yaratan dış ticaret açığını azaltabilmeli, Japonya'nın 70lerin başında, Güney Kore'ninse 70lerin sonunda gerçekleştirdiğine benzer bir Küresel Strateji geliştirebilmelidir. Türkiye'de birçok sektör ekonomik büyümenin lokomotifi olarak belirebilir. Bunlar arasında ekonomik etkisi ve rekabet gücü şu an için en yüksek olanlar turizm, yazılım, ilaç, el sanatları, kimya, giyim-ayakkabı, otomotiv, gıda-içecek, demir-çelik, gemi inşa ve cam olarak sıralanabilir. Türkiye'nin enerji altyapısı vizyonu dışa bağımlılığı azaltıcı, yenilenebilir ve çeşitlendirilmiş enerji kaynaklarını öne çıkaran ve dağıtılmış bir güç üretimi odaklı olmalıdır.

Bilgi ve Hizmetler alanında İstanbul'un bir *Mükemmeliyet Merkezi* olarak konumlandırılması yoluyla lokomotif sanayilerde, özellikle KOBİ'ler için, imalatın derecelendirilmesi stratejik sanayilere rekabet gücü katacaktır. Fakat öncelikle Türkiye'nin inovasyon kapasitesini önemli ölçüde geliştirmesi gerekmektedir: 1996–2005 döneminde USPTO-ABD Patent ve Ticari Marka Ofisi-'nin onayladığı tüm patentler içinde Türkiye'nin payı yalnızca %0,007'dir. Gelecekte Türkiye'nin bilgi yoğun hizmetlerde rekabetçi olması esastır. Bunun için inovasyon ve küreselleşme, hedeflenmiş *Büyüme Platformları* stratejisiyle teşvik edilebilir. Bir ülkenin tek bir şehrin üzerine inşa edilemeyeceği, Türkiye'de beş tane İstanbul daha yaratmak gereğine bağlı olarak, ülkenin ekonomik gücü dengeli bir şekilde dağıtılmalı. Bu strateji Türkiye'nin farklı bölgeleri, *Büyüme Platformları* olarak geliştirilerek uygulanabilir. Kuzey-Batı Anadolu'nun bilgi-yoğun hizmetler; Güney ve Kuzey Anadolu'nun bilgi-yoğun imalat; İç Anadolu'nun tarıma dayalı bilgi-yoğun imalat ve Doğu Anadolu'nun yerel beceri yoğun ürün ve hizmetlerde uzmanlaşması önerilmektedir.

Ülkelerin, şehirlerin veya firmaların içinde buldukları değişim süreci, politik yapılarıdaki değişimler, ekonomik, çevresel, sosyal ve teknolojik etkileşimler olarak beş ana başlık altında toplanabilir. Uzun vadeli gelecek tahminlerinin tarih boyunca genellikle yanlış sonuçlar verdiği göz önünde bulundurularak, inovasyon yaklaşımı doğru bir perspektifle adım adım doğru yönde ilerlenecek şekilde olmalıdır. Türkiye'nin fırsat penceresinde en önemli unsurların jeostratejik konumu ve genç nüfusu olduğu ancak gelecekte bilgi yoğun hizmet ve imalatın daha da önem kazanacağı göz önüne alındığında, bu son unsurun eğitimle güçlendirilmesi gerektiği açıktır.

İnovasyonun yeni ürün ve hizmet geliştirmekten ibaret olduğu yolundaki yanlış kanının aksine kârlılıkta en başarılı olan şirketler, iş modellerinde inovasyona diğerlerine göre çok daha fazla odaklanan şirketler olmaktadır. İş ve teknolojiyi kapsamlı şekilde bütünleştiren şirket yöneticileri, bütünleştirmeyi düşük düzeyde gerçekleştirenlere göre daha fazla müşteri memnuniyeti ve esneklik elde etmekte, bu da gelir ve kâr artışı sağlamaktadır. İnovasyona yönelik bir başka yanlış inanış da inovasyonun şirket içinde ve gizli yürütülmesi gerektiğidir. Ancak şirketler için şirket dışı da önemli bir inovasyon kaynağıdır. Şirket içinde inovasyon sorumluluğunun dağıtılması yolundaki bir başka kanı yapılan araştırmalar sonucunda yıkılmış, inovasyonu en tepeden koordine eden şirketlerin daha başarılı olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, inovasyon, OECD tarafından tanımlandığı gibi “yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet), veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır”. Yalnızca bir grup şirket çalışanını değil, şirketle bir şekilde ilişkide olan herkesi kapsadığı ve en üst düzeyde yer alan yönetici tarafından koordine edildiği sürece başarılı sonuçlara ulaşılabilir. İnovasyon okul öncesi dönemden emeklilik sonrasına kadar hayatın tüm kademelerinde bir kültür değişimini gerektirir. İnovasyonu bir hayat tarzı haline getirmek için, bireysel inisiyatifi merkeze taşıyacak bir ekosisteme ihtiyaç vardır. Yaratıcılık güdülerini aile ve okuldaki eğitim yaklaşımı ile körelmiş nesillerin ağırlıkta olduğu toplumların, refah için gerekli inovasyonu başarma şansları da düşük olacaktır. Başarısızlıktan ders çıkarıp başarı yolunda adımları güçlendiren bir yaklaşım yerine, hatayı cezalandıran ve cesaret kıran bir davranış modelinin egemen olması, girişimciliğin ve dolaylı olarak inovasyonun yeşermesinin önünde bir engel olarak karşımıza çıkacaktır.

Türkiye imalat sanayii inovasyon odaklı aşamaya geçiş için yeni bir atılım ihtiyacı içindedir. Türkiye imalat sanayiinin inovasyon açısından değerlendirilmesi çalışması firmalarımızda işbirlikleri oluşturma, Ar-Ge, yeni ürün geliştirme, kurumsal kaynak

planlaması gibi önemli eksikliklerin olduğunu göstermektedir. İşbirlikleri yalnızca firmalar arasında değil, sanayi ve üniversite arasında da güçlendirilmelidir. Bu yolda atılan adımlar olan Teknoparklar ve Sanayi Tezleri Projesi memnuniyet vericidir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın yeni projelerin geliştirilip hayata geçirilmesinin kolaylaştırılması için patent, üretim ve pazarlamaya yönelik finansal destekte bulunacak olması, son on yılda sadece 113 patent başvurusu yapmış olan Türkiye'nin bu sorununu aşmasında yararlı olacaktır. Ancak münferit çözümlerin ötesinde öncelikle ele alınması gereken konu, Türkiye imalat sanayiinde öngörülen atılım için mutabakatın oluşturulmasıdır.

Türkiye'de Ulusal İnovasyon Sisteminin daha etkin koordinasyonu sağlama yolunda geniş ve yaygın katılımı sürdürülen bir sivil girişim olan "Ulusal İnovasyon Girişimi"nin hazırladığı "İnovasyon Çerçeve Raporu"nun tamamlanması, firmaların inovasyon çabalarına destek olmak, dolayısıyla sanayinin rekabet gücünü artırma yolunda olumlu bir adımdır. Ancak kayıt dışı ekonominin kamu vicdanında açtığı yaranın ötesinde rekabetçiliğe olumsuz etkisi, Türkiye'nin en önemli sorununun istihdam sorunu olduğunun bilinmesine rağmen, Türkiye'nin istihdam üzerinde en yüksek vergi yükü olan ülkelerden birisi olması olgusu ve yüksek enerji ve diğer girdi maliyetleri sanayinin rekabet gücünü azaltan en önemli başlıklar olarak hala çözüm beklemektedir.