

KÜRESEL REKABET İÇİN VİZYON DEĞİŞİMİ



*Prof. Dr. Orhan Alankuş
Okan Üniversitesi, Araştırma ve
Proje Geliştirme Direktörü
İstanbul*

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası ciro büyüklükleri itibarı ile Bursa'nın 250 büyük firma araştırmasını tamamlamıştır. Bu çalışma sektörlerin gösterdikleri gelişimin incelenmesi açısından son derece önemlidir. Bu tablolar Otomotiv Sektörü, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Sektörü ve Makine Sektöründe ciro açısından önemli büyümeler olduğunu göstermektedir. Fakat karlılık olarak bakıldığında büyüme ciro ile aynı oranda değildir. Bu da rekabet edebilirlik ve inovasyona verilen önem açısından bazı risk ve tehlikelere dikkat çekmektedir. Bir diğer önemli konu da bu rakamlara sadece kendi içinde değil, küresel açıdan karşılaştırılmalı olarak bakılması gerekliliğidir. Bu sektörler kendi içinde gelişmiş olabilir. Fakat küresel aktörler çok daha hızlı gelişmiştir ve ilgi sektörler karşılaştırmalı olarak geride kalmış olabilirler.

Öncelikle sektörlerimizi ciro büyüklüğü açısından küresel bazı firmalar ile karşılaştıralım. 2012 yılında gıda sektöründeki Fransız firması Danone'nin cirosu 24,5 Milyar € (Yaklaşık 72 milyar TL) dir. Bu 34 firmadan oluşan Bursa'nın Gıda Tarım ve Hayvancılık Sektörü toplam cirosunun

yaklaşık 10 katıdır. Daha büyük ve ana konusu gıda olan Nestle'ye bakıldığında ise aradaki fark çok daha büyük boyutlara ulaşmaktadır. Bu firmalar cirolarının yaklaşık % 1,5 oranındaki bir kısmını da ARGE harcamalarına ayırmaktadır. JRC 2013 Avrupa Birliği ARGE Harcamaları Sıralaması Raporunda Nestle 1,36 milyar € luk bir ARGE harcaması ile Bursa'nın ilgi sektörü cirosunun yarısına yakını bir değere ulaşmaktadır.

Bursa'nın lokomotif sektörü Otomotiv'e baktığımız zaman da benzeri durumlar görülmektedir. Yamaha Motor'un 2012 yılı cirosu 70 firmanın toplam 2013 yılı cirosundan daha fazladır. Peugeot'nun 2012 yılı cirosu 55,5 milyar € ile Bursa'nın toplam otomotiv sektörü cirosunun yaklaşık 6 katıdır. Otomotiv sektöründe ARGE harcamaları da çok önemli boyutlardadır. Otomotiv firmaları cirolarının yaklaşık % 5 ini ARGE çalışmaları için harcamaktadır. Volkswagen 2012 ARGE harcaması tüm Türkiye'nin 2019 için konmuş toplam ARGE harcaması hedefinden daha fazladır.

Bu karşılaştırmalar çok daha genişletilebilir, fakat ilk dikkat çekilecek nokta şirket ve sektör boyutlarının ve karlılıklarının küresel rekabet açısından çok küçük olmasıdır. Bu boyut sürdürükçe küresel rekabete girmek çok zor olacaktır ve bir süre sonra sektörlerin daha da küçülmesi veya küresel aktörler tarafından satın alınması kaçınılmaz olur. Öncelikle ölçek boyutunu küresel seviyelere çıkarmak gereklidir. Bunun en önemli noktası vizyondur. Vizyon genelde "gelecekte olmayı istediğimiz yer" olarak tanımlanır ve çalışanlar arasında heyecan uyandırması fakat diğer yandan da ulaşılabilir görülmesi istenir. Vizyonu ulaşılabilir görülmesi şirketlerin olabileceği noktalara çıkmasını engelleyebilir. Vizyonu ulaşılması son derece güç, imkansız gibi görünen bir noktaya koyduğunuzda inovasyonun limitlerine kadar zorlanması söz konusu olur. Koyduğunuz vizyon normal bir çalışma ile ulaşamaz, ancak farklı, yenilikçi, kimsenin yapmadığı yöntemleri kullanarak ulaşılabilir. İşte o zaman küresel olarak rekabetçi olur, büyüyebilirsiniz. Öncelikle vizyonu cironun 10 yılda 10 kat büyümesi, karlılığın da sektör ortalamasının iki misli gibi iddialı noktalara çekebilmek gerekir. Bu tip bir vizyon tamamen yeni ve farklı çalışma şekilleri gerektirecektir.

İkinci önemli nokta strateji ve strateji yol haritasıdır. Belirlenen "imkansız" vizyona ulaşmak için yenilikçi bir strateji ve yenilikçi bir strateji yol haritası oluşturmak gerekir. Bu hedeflere ulaşmak için ARGE çalışmalarına önem verilmeli ve "Yalın ve Akıllı ARGE" çalışmaları yapmak gerekir. BTO ilk 250 şirketin ARGE harcamalarının,

ciroya oranlarının ve inovasyon performans göstergelerinin çıkartılması da önemli bir istatistik bilgi oluşturacaktır.

Küresel rekabet için Porter'ın temel öğelerinin de göz önüne alınması gerekir. (İşçilik, altyapı, kaynaklar, eğitilmiş, yenilikçi iş gücü; Firmaları inovasyona zorlayan , yenilikçi güçlü pazar ve müşteriler; Dünya çapında rekabetçi ilgili endüstriler; Firma Stratejileri, yönetimi, rakipler; Devletin Rolü ve Politikaları) . Ülke çapında ele alınması gereken bu öğelerin yanı sıra sürdürülebilir karlılık ve büyüme için gerekli şirket yönetim metodolojilerinin de başarılı bir şekilde uygulanması önemlidir.

Tüm bu çalışmalarını gerçekleştirmek ve küresel ölçüklere ve rekabet seviyesine ulaşmak için insan kaynağı son derece önemlidir. Genelde Kore ile Türkiye otomotiv Endüstrisi karşılaştırılırken 1980 yılındaki otomotiv üretim sayıları, günümüz sayıları ile karşılaştırılmakta ve ülkemizin önemli bir fırsat kaçırdığı vurgulanmaktadır. Fakat konuya insan kaynağı açısından da bakmak gerekir. G. Kore 15-18 yaş arası öğrencilerin, okuduğunu anlama, problem çözme, fen bilimleri ve matematik yatkinliği gibi alanlardaki kabiliyetlerinin ölçüldüğü PISA imtihanlarında senelerdir ilk 5 içinde çıkmaktadır. Türkiye ise 40 ve 50 arasındaki sıralarda değişmektedir. Ayrıca kişi başına patent sayısı, ARGE harcamasının GSMH'ye oranı gibi göstergelerde Kore gelişmiş ülkelerden daha yukarıdadır. Ülkemizde üniversite öncesinden başlayarak öğrencilerin yenilikçi, yaratıcı, okuduğunu anla-

yabilen analitik ve akılcı düşünebilen, güçlü bir bilimsel alt yapıya sahip olarak yetiştirilmesi son derece önemlidir. Belki Bursa eğitim açısından da ülkemize yol gösterecek bir yapı oluşturabilir ve ilgili sektörlerin "imkansız" gibi görünen vizyonlara ulaşmasında yardımcı olur.

