

## Bilgisayar Donanım Sektörü Montaj Ağırlıklı Olmaktan Ne Zaman Kurtulacak?

**Nesrin YARDIMCI SARIÇAY**



Başlıkta verdiğimiz sorunun cevabının aşağıdaki dört şıktan birisi olduğunu varsayalım.

**a-**Umutumuz yok, hiçbir zaman bilgisayar donanımı üretemeyiz.

**b-**İnancımız var, yeterince teşvik edilirse ülkemizde de bilgisayar donanımı üretiliriz.

**c-**Üretsek bile, diğer ülkeler bizden çok ileride onlara yetişmemiz mümkün değil.

**d-**Montaj maliyeti üretim maliyetinden düşük. Böyle bir çaba içine girmek anlamsız.

**Bu soruya verilecek tek bir doğru yanıt yok şüphesiz.**

**Daha doğrusu; verilecek yanıt; sektörde faaliyet gösterip göstermeme, karlılık oranları, mevcut durum ile ilgili memnuniyet derecesi, hayata bakış açısı, müteşebbislik ruhu vb. ile de yakından ilgili.**



Raporumuzun ana konusunu Bilgisayar Donanım Sektöründeki mevcut durum ve geleceğe yönelik, benimsenmesi gereken stratejiler oluşturuyor.

Son on yıla kadar vatandaş olarak yabancılik çektiğimiz Bilişim Sektörü ile tanışıklığımızın giderek arttığı bir gerçek.

Bu konuda; özel sektörün birkaç adım önde gitmesi, kamu kurumlarını da e-devlet anlayışı çerçevesinde Bilişim Sektörü ile tanıştırdı.



**Özellikle son yıllarda; Bilişim Sektörü mensuplarının bakışlarını, bilgisayar monitörünün dışına çevirmelerinin, kendilerine sektörlerini ifade edebilme yeteneğini kazandırdığını belirtmek mümkün.**

**Nitekim, yıllarca kendi yağı ile kavrulan Yazılım Sektörü, “yazılımın” bir mamul olduğunu ve teşvik edilmesi gerektiğini, yasal ve kurumsal çerçevede kabul ettirebildi.**

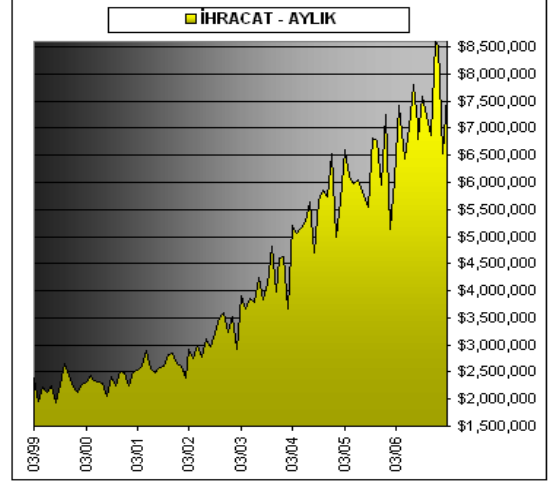
Bilişim Sektörünün omurgası niteliğindeki Yazılım Sektörü ana konumuzun dışında kalmakla birlikte; Sektör bugün; makro ekonomik dengelerin çok da arzulanan düzeyde olmadığı ülkemizde; en düşük sermaye ile en yüksek katma değeri sağlayabilecek kapasitede.

Nitekim; 2006 yılı rakamları ile 31 milyar dolar cari açığı, 206 milyar dolar dış borcu, 85 milyar dolar ihracata karşılık 137 milyar dolar ithalatı olan ülkemizin ekonomik performansının iyileştirilmeye ihtiyacı var ve bu konuda yazılım üretimi bir çıkış yolu olarak değerlendirilebilir.

2015 yılında yazılım ihracatının 2 milyar dolar olması ve 2023 yılında yazılım ihracatından sağlanan gelirin turizm gelirinden fazla olması hedeflenmektedir.

Bu yılda sektördeki büyüme beklentisi de %25 ve üzerindedir.

Yazılım Sektörü ile ekonomik iyileşme sürecinde ivme kazandıran ülkeler arasında; İrlanda, İsrail ve Hindistan'da izlenen politikalar incelendiğinde, alınması gereken dersler olduğu görülmektedir.



Nitekim bu üç ülkede de;

- ❖ Paydaşlar arasında önemli ölçüde işbirliği (Üniversite, Sanayi ve Özel Sektör İşbirliği vb.)
- ❖ Devletin yazılım üretimi konusunda üstlendiği kolaylaştırıcı rol, devlet desteği,
- ❖ Eğitimli iş gücünün sayısının artırılması yönündeki yoğun çabalar,
- ❖ Finansman sağlanması amacıyla kurulan güç birliklerinin (Diaspora) ön plana çıktığı gözlenmektedir.

Yazılım Sektörü daha şanslı olmakla birlikte; ülkemizde Donanım Sektörü açısından durumun biraz farklı olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Nitekim; Donanım Sektörü de Bilişim Sektörünün bel kemiği niteliğinde olmasına rağmen; çok hızlı değişen teknoloji bu teknolojiye üretim yatırımı yapma konusunda direnç yaratmaktadır.



Bu da; Sektörde adeta bir alan memnun satan memnun havası yaratmaktadır ki; bu durumun da özellikle orta ve uzun vade de hem küçük ölçekli bilgisayar satış mağazalarının geleceği hem de ülkemizin teknoloji üretiminde dış bağımlı olması konusunda, ileride karşımıza çıkacak bir sorun olacağı düşünülmektedir.

**Nitekim; yapılan literatür taramasında da Bilgisayar Donanımı konusunda sektörel bir vizyon belirlenmediği, "topla ve sat" mantığı çerçevesinde agresif satış hedeflerine ulaşılmaya çalışıldığı ve tüketicilerin de bu rüzgara kapıldığı gözlenmiştir.**

Ancak; bugün meslek dallarının giderek benimsediği ve ülkemizde de geçerliliği her geçen gün artan bir kavram literatürümüze giderek yerleşmektedir.

### “Reputation Management” diğer bir deyişle, İtibar Yönetimi.

Bu kavram; tüm sektörleri ilgilendiren ve kuruluşları kendine çeken önemli bir anlayışı temsil etmektedir.

Ülkemizde turizm, tekstil vb. başta olmak üzere; bir vizyona sahip olmak isteyen sektörler, geleceğe yönelik hedefler belirlemekte ve makro anlamda bu hedefe yönelik resmi ve özel politikaların geliştirilmesi sürecinde etkili aktör olmaya çalışmakta, bir anlamda “sektörel itibarlarını” yönetmektedirler.

Bu noktada Donanım Sektörü itibar yönetimi açısından ele alındığında; küçük mağazaların sektörde ayakta kalmakta güçlük çektikleri ve rekabet edemedikleri, yüksek sermaye miktarlarına sahip büyük mağazaların ise; taşınabilir bilgisayarlar, masaüstü bilgisayarlar, değişik model ve markada yazıcılar vb. malzemeleri, kredi kartlarına uzun vade imkanları yaratıp satışa sundukları görülmektedir.

### Marka olmak, marka yaratmak da itibar yönetiminin önemli bir unsurudur.

Ancak; ülkemizde Bilgisayar Donanımı Sektöründe, hakim markaların, satışı yapılan markaların Acer, Aidata, Asus, Dell, Siemens, HP, Sony, Toshiba vb. olduğu görülmektedir.

Dolayısıyla da Bilgisayar donanımında bize ait bir markanın olmaması veya çok az olması swot analizi yapıldığında, sektörün zayıf yanlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.



Bu nedenle; devletin donanım sektörünün güçlü yanlarını ön plana çıkarması, zayıf yanlarını da tespit ederek güçlendirmesi gerekliliği vardır ki aksi takdirde; genelde ulaşmak istediğimiz teknoloji transfer eden değil de teknoloji üreten ülke olma imajını yakalamamız güçtür.

Örneğin; işsizlik oranları konusunda ülkemizde farklı rakamlar telafuz edilmekle birlikte en iyimser rakam; %10 civarındadır.



Ülkemizde yaygın ve örgün eğitimden yararlanan çok sayıda gencin işsiz olduğu ve yeni istihdam alanları oluşturulması gerektiği de dikkate alındığında; **bilgisayar donanımını sadece ülkeye transfer edip satışa kanalize etmekten ziyade yerli üretimi teşvik etmek, bunun için gerekirse yabancı kurum ve kuruluşlar ile işbirliği imkanı yaratmanın son derece önemli olduğu düşünülmektedir.**

Bu nedenle; ülkemizde; çok özel ürünler dışında, insan sağlığı ve çevreye zarar vermediği sürece teknolojinin her ürüne girmesi ve üretilmesi son derece önemlidir.

Ülkemizde; Vestel'in son zamanlarda bilgisayar ve donanımı üretimi konusunda önemli ölçüde mesafe kat ettiği bir gerçektir.

**Bu noktada “Sektörel İtibar” yönetiminde, Vestel'in Türkiye Bilgisayar Donanımı Sektörüne hem marka yaratmada hem de iç ve dış pazarlara satışında önemli miktarda katkı sağladığı açıktır.**

Ülkemiz ve diğer ülkelerdeki üretim alanları ile Vestel; toplam 800 bin metrakarelik bir kapalı üretim alanına sahiptir.

Bu vb. firmaların sayılarının artırılmasında devletin de teşvik ve destekler ile “kolaylaştırıcı rol oynaması” son derece önemlidir.



Bu konuda belirlenecek politikalarından bir tanesi de; Sektörde öncü yabancı firmaların üretimlerinin bir kısmını ülkemizde yapmaları konusunda teşvik edilmeleri olmalıdır.

Ayrıca; Avrupa pazarı artık doygunluğa ulaşmış durumdadır.

Rekabet; Doğu Avrupa, Kafkaslar, Ortadoğu, Çin, Hindistan, Pakistan gibi ülkelere yönelmiştir ve Türkiye, tam da bu pazarın ortasında yer almaktadır.

Türkiye'nin, sahip olduğu kaynakları en rasyonel şekilde kullanmak ve yeni yatırımlar ile rekabet gücünü artırması şarttır.

**Dünyada artık rekabet üstünlüğünün, Ar-Ge ve inovasyon ile sağlandığı açıktır.**

Bu nedenle; sektörde girişimciliğin özendirilmesi, genç girişimciler için şirket kurma, sermaye bulma, yer bulma, ürün ve servis ihracatı, vergilendirme vb. konularda imkan yaratılması kaçınılmaz bir gerekliliktir.

Mevcut durumu değerlendirecek olursak; ülkemizde PC sahipliğinin (Penetrasyon) oldukça düşük olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Bu durum elbette ki PC pazarının büyüme potansiyelinin de düşük olduğunu göstermektedir.

Ülkemiz, 2005 yılı itibariyle en düşük penetrasyona sahip ülkeler arasında yer almaktadır.

**Çizelge:1 Türkiye PC Penetrasyonu Karşılaştırması (Garner PRG Analizi, 2005)**

Sıra	1.000 Kişi Başına Toplam Kurulu PC sayısı		1.000 Çalışan Başına Toplam Kurulu İş Yeri PC sayısı		1.000 Hanehalkı Başına Toplam Kurulu Ev PC Sayısı	
<b>En Yüksek Penetrasyona Sahip Ülkeler/Pazarlar</b>						
1	A.B.D.	785	A.B.D.	901	A.B.D.	946
2	İsviçre	719	İsviçre	860	Singapur	936
3	Norveç	680	İsrail	852	Güney Kore	812
4	Kanada	655	Kanada	764	İsviçre	771
5	Danimarka	645	İsveç	763	Tayvan	754
6	İsveç	606	Norveç	744	Norveç	746
7	Hollanda	574	Danimarka	730	Kanada	687
8	Australia	568	Singapur	715	Avustralya	663
9	Singapur	535	Hollanda	685	İngiltere	641
10	İngiltere	535	Avustralya	660	Hong Kong	629
<b>En Düşük Penetrasyona Sahip Ülkeler/Pazarlar</b>						
42	Çin	44	Tayland	68	Çin	78
43	Kolombiya	43	Kolombiya	63	Diğer Doğu Avrupa	73
44	<b>Türkiye</b>	<b>41</b>	Peru	61	Rusya	62
45	Peru	37	Çin	42	<b>Türkiye</b>	<b>55</b>
46	Filipinler	23	Filipinler	42	Vietnam	31

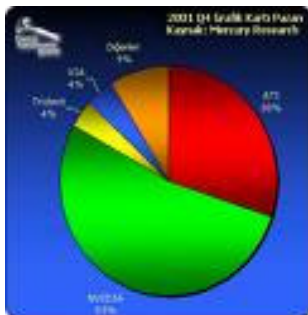
Sonuç olarak; Türkiye’de 2006 yılında, Türkiye Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörünün büyüklüğü 22,7 milyar Dolardır.

Bunun, 5,3 milyar Dolarlık kısmı Bilgi Teknolojileri pazarının büyüklüğü olarak karşımıza çıkmaktadır. 2005 yılında bu rakamın 4,4 milyar Dolar olduğu belirtilmektedir.

Donanım ağırlıklı olan Bilişim Sektörü kriz dönemleri hariç %15 oranında büyümektedir ve 2007 yılında sektördeki büyüme beklentisi %20,1’dir.

Yukarıda da belirtildiği gibi; Bilgi ve İletişim Sektörü, %85 oranında ithalat temelli olarak yürümektedir ve dolayısıyla ülkemizde yaratılan katma değer çok düşüktür.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere teknoloji transfer eden diğer bir deyişle, ihracatın baş aktörleri; ABD, İngiltere, Hollanda, Fransa, Almanya, İtalya, Tayvan, Çin, İrlanda, Singapur, Güney Kore, Malezya ve Hong Kong’dur.



Üretim yapmak amacıyla tüm sektörlerin genelinde, Türkiye’ye gelen yabancı sermaye miktarının 2005 yılında önceki yıllara göre arttığı ve GSMH’nin %2,6’sı olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Ancak ekonomisi bize benzer ülkelerde bu rakamın GSMH’nin %8-10’ u kadar olduğu ve ülkemizde yabancı sermaye miktarının arzulanan düzeyin çok altında olduğu tespit edilmiştir.



## AR&GE BÜLTEN 2007 NİSAN - SEKTÖREL

Dünya Bilgisayar pazarının son on yıllık bir süreçte her yıl ortalama %10 oranında büyüdüğü ve önümüzdeki yıllarda da %5-10 arasında büyüme tahmininin yapıldığı günümüzde; ülkemizin sadece satış pazarı hedefinden çıkıp, teknolojiyi üretir konumu ile bu pazardan pay alması gerekmektedir.

Sonuç olarak; devletin bilgisayar donanımı konusunda yapılacak yatırımlarda yerli üretimi teşvik edecek çeşitli mekanizmalar oluşturması gerekmektedir.

Yerli üretim yapan firmaların özellikle markalaşma konusunda, vergi indirimleri, çalışanlarının SSK ve Bağ-Kur prim kesintilerinin belirli bir süre için devlet tarafından ödenmesi, yerli üretim kalemlerinin aynı yıl doğrudan gider yazılması, tüm kurum ve kuruluşların devletle ilişkilerinin elektronik ortama taşınması, elektronik imza kullanımının yaygınlaştırılması, KOBİ'lerin bu alanda yapacakları yatırımların, araştırma geliştirme harcamalarının belirli bir süre gider yazılmasının sağlanması gerektiği düşünülmektedir.

### KAYNAKÇA;

- <http://www.vestelyatirimciiliskileri.com/>
- <http://www.sanayi.gov.tr/>
- <http://www.tuik.gov.tr/>
- <http://www.vatanbilgisayar.com/>
- Bilişim Kültür Dergisi, Mart 2007, Sayı 96.
- TOBB Ekonomik Sorunları Değerlendirme Kurulu Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Dr. Tarık AŞKIN, Mehmet AKYELLİ, Mart, 2007
- TÜSİAD, AB Sürecinde Türkiye'de Bilişim ve Teknoloji Sektörü Üzerine Görüş ve Öneriler, Haziran, 2006.
- Yazılım Sanayicileri Derneği, Türkiye Yazılım Stratejisi, Dr. Fuat ALİCAN, Haziran, 2006