



İNOSUIT PROGRAMI

İHRACAT ETKİ ANALİZİ RAPORU

► 2024 NİSAN | 2024 EYLÜL | 2025 MAYIS DÖNEMLERİ





İÇİNDEKİLER

Önsöz	3
Giriş	4
Tanımlayıcı İstatistikler	5
İhracata Etki Analizi – Sekiz Boyutlu Ölçek	7
Boyut 1: Yönetişim	7
Boyut 2: Operasyonel Verimlilik	8
Boyut 3: Ürün/Hizmet Geliştirme	9
Boyut 4: Pazar Etkisi	10
Boyut 5: Müşteri Etkisi	11
Boyut 6: Kültür	12
Boyut 7: Fikri Mülkiyet	13
Boyut 8: Eğitim	14
Sonuç.....	15

HAZIRLAYANLAR

İnoSuit Programı İhracat Etki Analizi Raporu, İnoSuit Programı Strateji Direktörü Dr. Merih PAŞİN ile Programın Akademik Direktörleri Dr. Mehmet Nafiz AYDIN ve Dr. Serkan ALTUNTAŞ tarafından hazırlanmıştır.



İnoSuit Programı hakkında detaylı bilgiye ulaşmak için QR kodu okutabilirsiniz.

BAŞKANDAN

İnovasyon yetkinliği ihracata güç katıyor

Küresel rekabetin her geçen gün daha da keskinleştiği bir dönemde, ihracatımızı kalıcı şekilde artırmanın yolu yalnızca daha fazla üretmekten değil, daha katma değerli, daha yenilikçi ve daha rekabetçi üretim yapmaktan geçiyor. Bugün firmalarımızın dünya pazarlarında güçlü ve sürdürülebilir bir şekilde var olabilmesi için inovasyonu dönemsel bir faaliyet olarak değil, kurumsal kültürün ve iş yapış biçimlerinin ayrılmaz bir parçası olarak görmemiz gerekiyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak bu anlayışla, 2016 yılından bu yana İnoSuit Programı'nı başarıyla yürütüyoruz. Üniversite-sanayi iş birliğine dayanan bu modelle, firmalarımızda Kurumsal İnovasyon Sistemi'nin oluşturulmasını destekliyor; inovasyon yetkinliklerinin sürdürülebilir, ölçülebilir ve ihracata katkı sunan bir yapıya kavuşmasını hedefliyoruz. İnoSuit, yalnızca firmalarımızın yenilik üretme kapasitesini geliştiren bir program değil; aynı zamanda bu kapasitenin ihracat performansına, pazar çeşitliliğine ve rekabet gücüne yansımaları sağlayan önemli bir dönüşüm yolculuğudur. Elinizdeki "İnoSuit Programı İhracat Etkisi Analizi" çalışması, programın firmalarımızın ihracat performansı üzerindeki etkisini somut verilerle ortaya koyması bakımından büyük önem taşıyor. Yönetişim, operasyonel verimlilik, ürün/hizmet geliştirme, pazar etkisi, müşteri etkisi, kültür, fikri mülkiyet ve eğitim olmak üzere sekiz boyutta yapılan değerlendirmede genel ihracat etki ortalamasının yüzde 70 seviyesinde gerçekleşmesi, İnoSuit Programı'nın firmalarımızda oluşturduğu dönüşümün önemli bir göstergesidir. Raporda eğitim

boyutunun yüzde 76,7 ile en güçlü etki alanı olarak öne çıkması ayrıca kıymetli. Mentör eğitimlerinin ihracatın önemi konusunda farkındalık kazandırmasına ilişkin değerlendirmenin yüzde 78,3 ile çalışmadaki en yüksek bireysel puana ulaşması, bilgi, rehberlik ve doğru yönlendirmenin firmalarımız için ne kadar dönüştürücü olduğunu ortaya koyuyor. Operasyonel verimlilikte yüzde 74,4 ve yönetişimde yüzde 72,7 seviyelerine ulaşılması da programın şirketlerin yalnızca inovasyon kapasitesini değil; aynı zamanda süreç yönetimini, karar alma mekanizmalarını ve ihracata dönük kurumsal hazırlığını güçlendirdiğini gösteriyor.

Kurumsal inovasyon sisteminin ihracat hedeflerini daha ulaşılabilir hâle getirmesi ve inovasyon süreçlerinin sistematikleşmesinin ihracat planlamasını kolaylaştırması, programın en değerli çıktıları arasında yer alıyor. Çünkü ihracatta kalıcı başarı; tesadüfi adımlarla değil, stratejik bakış açısıyla, sistemli çalışma kültürüyle ve sürdürülebilir yenilik kapasitesiyle mümkün oluyor. Bu sonuçlar bize şunu açıkça gösteriyor: Kurumsal inovasyon kapasitesi gelişen firmalar, ihracat hedeflerine daha planlı, daha güçlü ve daha rekabetçi bir zeminde ilerliyor. Türkiye'nin katma değerli ihracat hedeflerine ulaşmasında İnoSuit gibi programların rolü her geçen gün daha da artıyor. Bu vesileyle çalışmanın hazırlanmasına katkı sunan akademik direktörlere, mentörlere, programa katılan firmalarımıza ve emeği geçen tüm paydaşlarımıza teşekkür ediyorum. İnoSuit Programı'nın, Türkiye'nin inovasyon odaklı ve katma değerli ihracat yolculuğuna güç katmaya devam edeceğine yürekten inanıyorum.



Mustafa GÜLTEPE
TİM Başkanı

GİRİŞ

Türkiye'nin ihracatını katma değerli şekilde artırmak amacıyla üniversite-sanayi iş birliğine dayanan bir modelle hayata geçirilen İnoSuit Programı, 2016 yılından beri şirketlerde kurumsal inovasyon sisteminin (KİS) kurulması için TİM tarafından başarıyla yürütülmektedir. İnoSuit Etki Analiz raporları, her sektörden ve her ölçekte şirkette yürütülen programın etkisini ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanmaktadır.

Bu rapor, İnoSuit Programı'nın firmaların ihracat performansı üzerindeki etkisini sekiz boyutlu bir ölçek (Yönetişim, Operasyonel Verimlilik, Ürün/Hizmet Geliştirme, Pazar Etkisi, Müşteri Etkisi, Kültür, Fikri Mülkiyet ve Eğitim) kullanılarak analiz etmek amacıyla hazırlanmıştır.

İnoSuit programının son üç dönemine (2024 Nisan, 2024 Eylül ve 2025 Mayıs Dönemleri) dahil olan firmalar arasından 12 firma ihracat etki analizi anketini yanıtlamıştır.

İnoSuit Programı İhracat Etki Analizi kapsamında kullanılan 8 boyut ve 23 ifadeden oluşan ölçek yapısı, İnoSuit Programı Strateji Direktörü Dr. Merih PAŞİN ile Programın Akademik Direktörleri Dr. Mehmet Nafiz AYDIN ve Dr. Serkan ALTUNTAŞ tarafından geliştirilmiştir. Söz konusu ölçek, standart bir ölçek geliştirme sürecinin ürünü olmaktan ziyade, İnoSuit Programı'nın uzun yıllar boyunca kazandırdığı uygulama deneyiminden ve Kurumsal İnovasyon Sistemi (KİS) hedeflerine ilişkin derinlemesine bilgi birikiminden hareketle oluşturulmuştur. Akademik direktörler, programın ihracat performansı üzerindeki etkisini KİS hedefleri ekseninde sistematik biçimde ortaya koyabilmek amacıyla, bu çalışmaya özgü bir yaklaşımla söz konusu boyut ve ifadeleri ilk kez önermiştir. Dolayısıyla önerilen ölçek, İnoSuit İhracat Etki Analizi çalışmasında ilk kez kullanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

İhracat Etki Analizi kapsamında firmalar, 23 değerlendirme ifadesini 5'li Likert ölçeğiyle (1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Tamamen Katılıyorum) değerlendirmiştir. İnoSuit Programı İhracat Etki Analizi kapsamında kullanılan 8 boyut ve boyutlar için ifade sayıları aşağıda verilmiştir.

Boyut	İfade Sayısı
Yönetişim	5
Operasyonel Verimlilik	3
Ürün/Hizmet Geliştirme	3
Pazar Etkisi	3
Müşteri Etkisi	3
Kültür	2
Fikri Mülkiyet	2
Eğitim	2

TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

İhracat Etki Analizi anketini yanıtlayan 12 firmaya ilişkin temel tanımlayıcı istatistikler aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 1. Firma Yaşı Dağılımı

Firma Yaşı	Miktar	Yüzde
20-30 yıl	3	%25
31-50 yıl	7	%58
51+ yıl	2	%17

Katılımcı firmaların tamamı 20 yıl ve üzeri kurumsal geçmişe sahiptir. Firmaların %75'i 30 yılın üzerinde faaliyet süresine sahip köklü kurumsal yapıları temsil etmektedir.

Tablo 2. Çalışan Sayısı Dağılımı

Çalışan Sayısı	Miktar	Yüzde
1-50	1	%8
51-250	6	%50
251-500	2	%17
500+	3	%25

Firmaların yarısı 51-250 çalışanlı orta ölçekli yapıdayken, %25'i 500'ün üzerinde çalışana sahip büyük ölçekli firmalardan oluşmaktadır.

Tablo 3. İhracat Yapılan Ülke Sayısı Dağılımı

İhracat Yapılan Ülke Sayısı	Miktar	Yüzde
1-20 ülke	3	%25
21-50 ülke	6	%50
51-100 ülke	2	%17
100+ ülke	1	%8

Firmalar ortalama 43 ülkeye ihracat yapmaktadır. Katılımcıların %75'i 21 ve üzeri ülkeye ihracat gerçekleştiren deneyimli ihracatçılardır.

Tablo 4. Sektör Dağılımı

Sektör	Firma Sayısı	Yüzde
Otomotiv Endüstrisi	4	%33
Elektrik ve Elektronik	2	%17
Çelik	2	%17
Makine ve Aksamları	1	%8
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	1	%8
Demir ve Demir Dışı Metaller	1	%8
Hizmet	1	%8

7 farklı sektörden firma katılımıyla gerçekleştirilen analiz, programın sektörler arası geçerliliğini ortaya koymaktadır.

Tablo 5. İhracat Etki Analizi Tanımlayıcı İstatistikleri

	N	Min. (%)	Maks. (%)	Genel Ort. (%)
Genel Puan	12	53,0	82,6	70
Geçerli Girdiler	12			

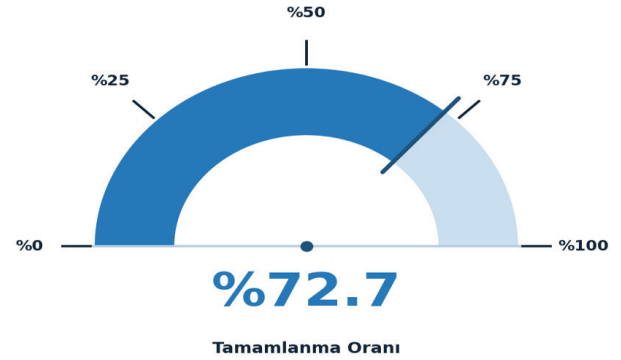
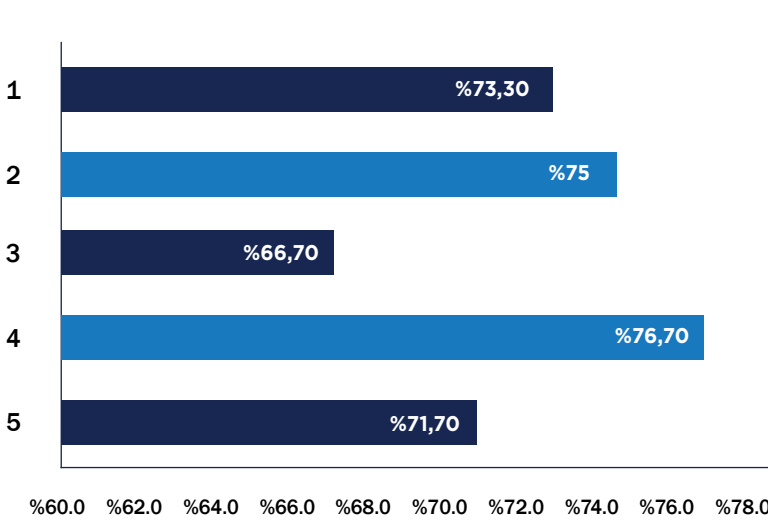
Genel ortalama %70 olarak gerçekleşmiştir. Firma bazında en düşük puan %53,0, en yüksek puan %82,6'dır. Bu dağılım, programın firma ölçeği, sektör yapısı ve kurumsal hazırlık düzeyine bağlı olarak farklılaşan etkiler yarattığına işaret etmektedir.

İHRACATA ETKİ ANALİZİ - SEKİZ BOYUTLU ÖLÇEK

Bu bölümde, İnoSuit Programı'nın firmaların ihracat performansı üzerindeki etkisi sekiz boyutlu bir ölçek çerçevesinde analiz edilmiştir.

Boyut 1: Yönetişim (Ortalama: %72,7)

No	Değerlendirme İfadesi
1	Üniversite mentörlük hizmeti almak ihracat stratejilerimizi olumlu etkiledi.
2	İnovasyon sürecimizin sistematikleşmesi ihracat planlamamızı kolaylaştırdı.
3	Teknoloji yol haritası ihracat hedeflerimizin netleşmesine katkı sağladı.
4	Kurumsal inovasyon sistemi ihracat hedeflerimizi daha ulaşılabilir kıldı.
5	İnovasyon bütçesinin ayrılması ihracat faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini artırdı.



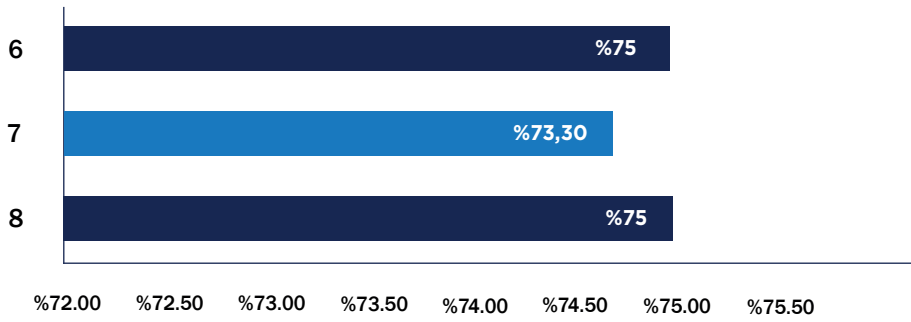
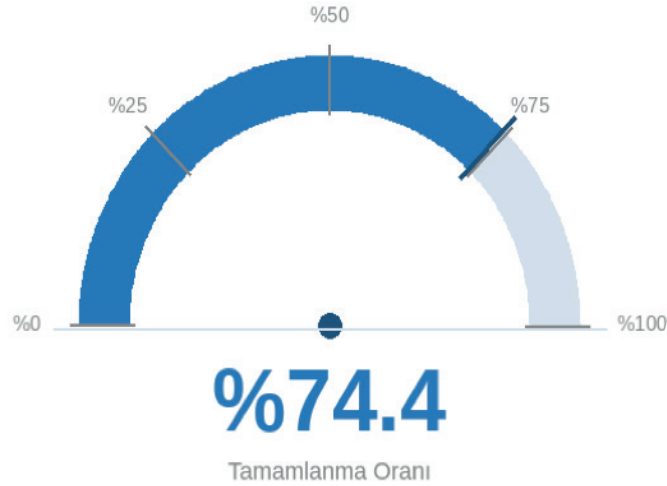
Şekil 2.
Yönetişim – Boyut
Ortalaması

Şekil 1. Boyut 1: Yönetişim – İfade Bazlı Dağılım

Yönetişim boyutunda en yüksek puan Kurumsal inovasyon sistemi ihracat hedeflerini daha ulaşılabilir kıldı ifadesinde elde edilmiştir (%76,7). İnovasyon sürecinin sistematikleşmesinin ihracat planlamasını kolaylaştırması (%75,0) ve üniversite mentörlüğünün ihracat stratejisine olumlu etkisi (%73,3) de yüksek değerlendirme almıştır. Teknoloji yol haritasının ihracat hedeflerinin netleşmesine katkısı (%66,7) ise bu boyutun en düşük puanlı ifadesi olarak öne çıkmaktadır. Genel olarak firmalar, kurumsal inovasyon altyapısının ihracat stratejik kapasitesini belirgin biçimde desteklediğini değerlendirmektedir.

Boyut 2: Operasyonel Verimlilik (Ortalama: %74,4)

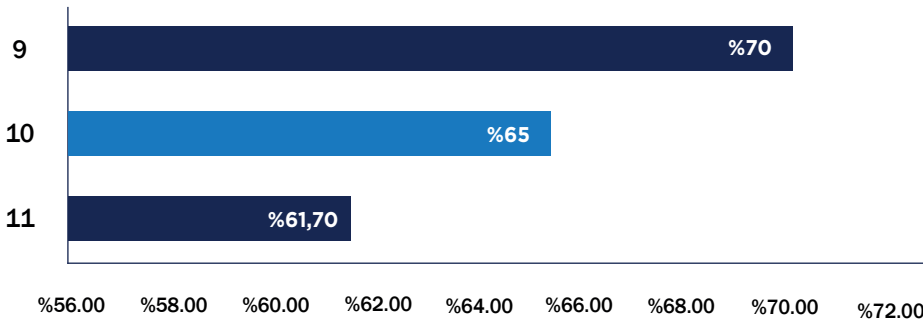
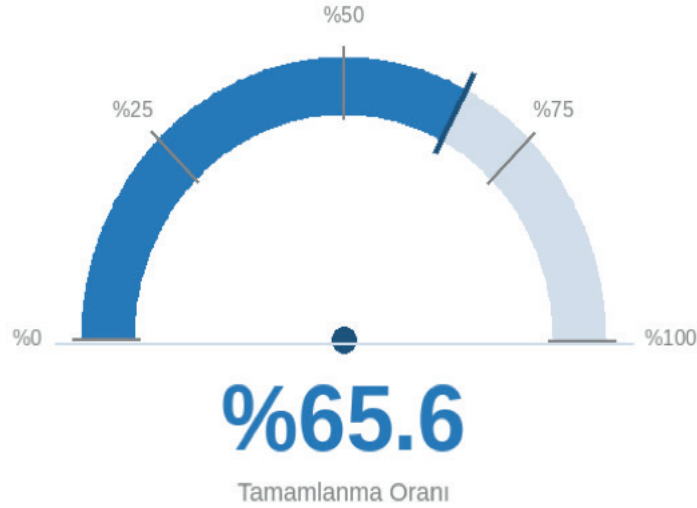
No	Değerlendirme İfadesi
6	İnovasyon faaliyetleri ihracat süreçlerimizin verimliliğini artırdı.
7	İnovasyon süreçlerinin yapılandırılması ihracat kararlarında hız kazandırdı.
8	Yatırım yaptığımız inovasyon projeleri ihracat gelirimize katkı sağladı.

**Şekil 3. Boyut 2:** Operasyonel Verimlilik – İfade Bazlı Dağılım**Şekil 4.**
Operasyonel Verimlilik – Boyut Ortalaması

Operasyonel Verimlilik boyutu, sekiz boyut arasında en yüksek ortalamaya ulaşmıştır (%74,4). İnovasyon faaliyetlerinin ihracat süreçlerindeki verimliliği artırması ve inovasyon projelerinin ihracat gelirine katkısı %75,0 puan almıştır. Bu bulgular, İnoSuit Programı'nın firmaların operasyonel ihracat süreçlerini doğrudan iyileştirdiğini ortaya koymaktadır.

Boyut 3: Ürün/Hizmet Geliştirme (Ortalama: %65,6)

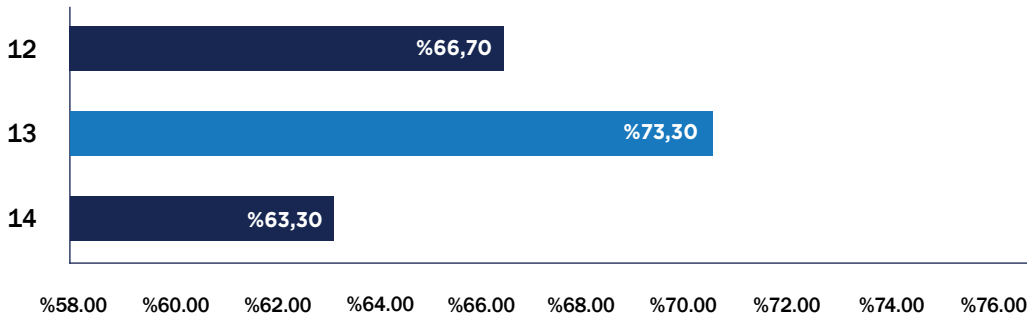
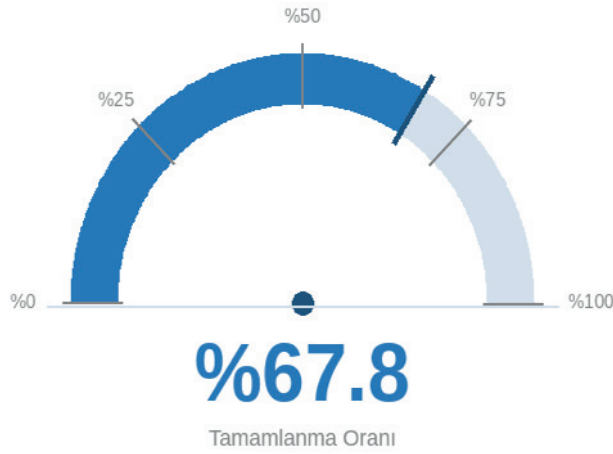
No	Değerlendirme İfadesi
9	Yeni ürün veya hizmetlerimiz sayesinde ihracatta artış yaşadık.
10	İnovatif ürün ve hizmetlerimizle yurtdışında rekabetçi konum elde ettik.
11	Ürün farklılaştırması sayesinde fiyat odaklı rekabetten uzaklaştık.

**Şekil 5. Boyut 3: Ürün/Hizmet Geliştirme – İfade Bazlı Dağılım****Şekil 6.**
Ürün/Hizmet Geliştirme – Boyut Ortalaması

Yeni ürün ve hizmetlerin ihracat artışına katkısı %70,0 ile en yüksek puan olarak değerlendirilmiştir. Ürün farklılaştırması yoluyla fiyat odaklı rekabetten uzaklaşma %61,7 ile bu boyutun en düşük puanlı ifadesi olmuş; premium konumlanma konusunda daha fazla gelişim alanı bulunduğunu göstermektedir.

Boyut 4: Pazar Etkisi (Ortalama: %67,8)

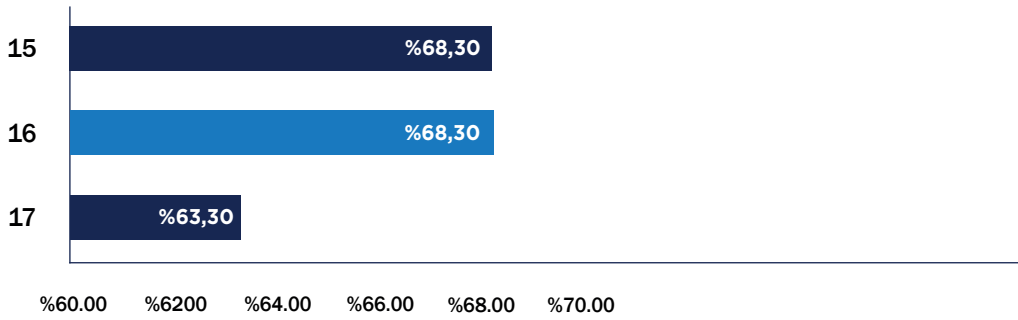
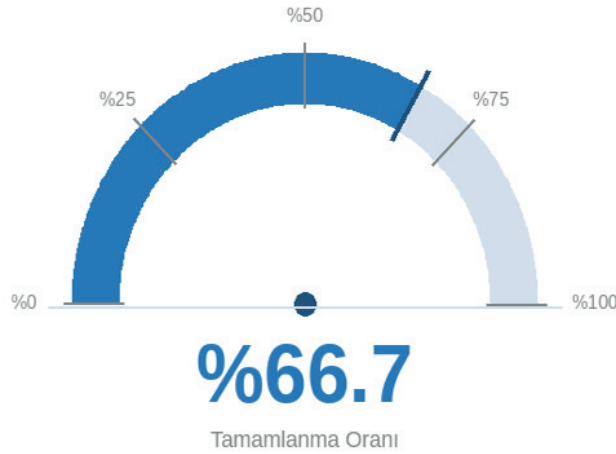
No	Değerlendirme İfadesi
12	İnovasyon projelerimiz ihracat pazarlarımızı çeşitlendirmemize yardımcı oldu.
13	Ürünlerimizin ihracat pazarlarının ihtiyaçlarına uygunluğunu daha iyi analiz ederek karar alıyoruz.
14	Yeni ihracat pazarlarına girişte inovatif çözümlerimiz belirleyici oldu.

**Şekil 7. Boyut 4:** Pazar Etkisi – İfade Bazlı Dağılım**Şekil 8.**
Pazar Etkisi – Boyut Ortalaması

İhracat pazarlarının ihtiyaçlarına uygunluğun daha iyi analiz edilerek karar alınması %73,3 ile en yüksek değerlendirilmeyi almıştır. Pazar çeşitlendirmeye katkı %66,7 düzeyinde kalırken, yeni ihracat pazarlarına girişte inovatif çözümlerin belirleyici olması %63,3 ile bu boyutun en düşük puanlı ifadesi olmuştur. Firmalar inovasyon kapasitesini öncelikle mevcut pazar derinleşmesi ve pazar analizi süreçlerinde etkin biçimde kullanmakta, ancak tamamen yeni pazar girişlerinde inovatif çözümlerin rolü henüz sınırlı düzeyde kalmaktadır.

Boyut 5: Müşteri Etkisi (Ortalama: %66,7)

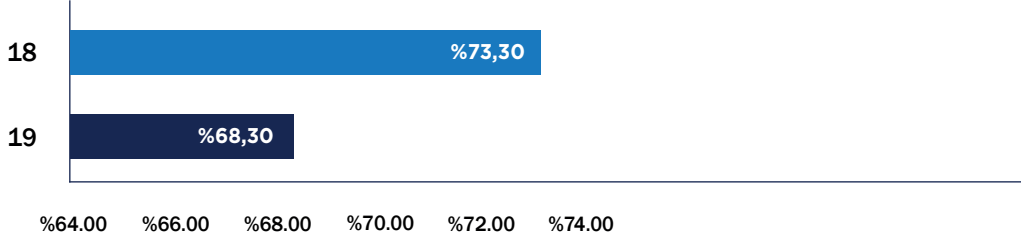
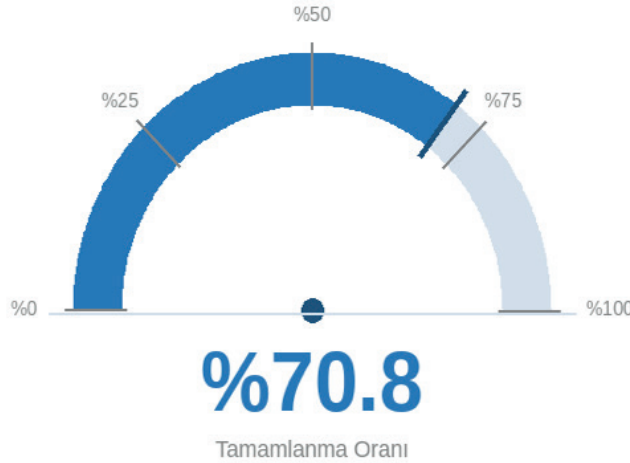
No	Değerlendirme İfadesi
15	İhracat yaptığımız ülkelerde marka algımızda olumlu gelişmeler oldu.
16	Yurtdışı müşteri memnuniyetinde artış gözlemledik.
17	Müşteri ihtiyaçlarına yönelik inovatif çözümler üretmek sadakati artırdı.

**Şekil 9. Boyut 5: Müşteri Etkisi – İfade Bazlı Dağılım****Şekil 10.**
Müşteri Etkisi – Boyut Ortalaması

İhracat yapılan ülkelerdeki marka algısındaki olumlu gelişmeler ve yurtdışı müşteri memnuniyetindeki artış eşit biçimde %68,3 puan almıştır. Müşteri sadakati etkisinin (%63,3) daha uzun vadeli bir dönüşüm gerektirdiği görülmektedir.

Boyut 6: Kültür (Ortalama: %70,8)

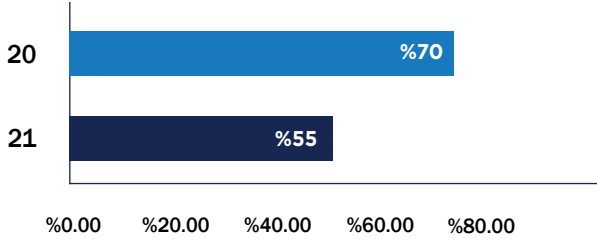
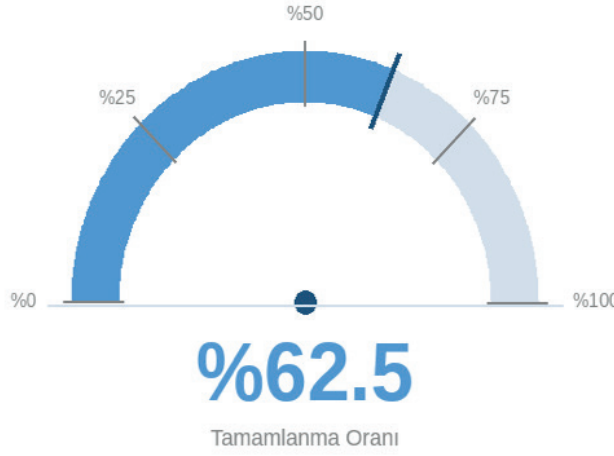
No	Değerlendirme İfadesi
18	İnovasyon altyapımız rekabet avantajı sağladı.
19	İnovasyon kültürünün yerleşmesi ihracat performansını olumlu etkiledi.

**Şekil 11. Boyut 6: Kültür – İfade Bazlı Dağılım****Şekil 12.**
Kültür – Boyut Ortalaması

İnovasyon altyapısının rekabet avantajı sağlaması %73,3 ile güçlü bir değerlendirme almıştır. Firmalar inovasyon kültürünü ihracat rekabet stratejisinin temel bir bileşeni olarak algılamaktadır.

Boyut 7: Fikri Mülkiyet (Ortalama: %62,5)

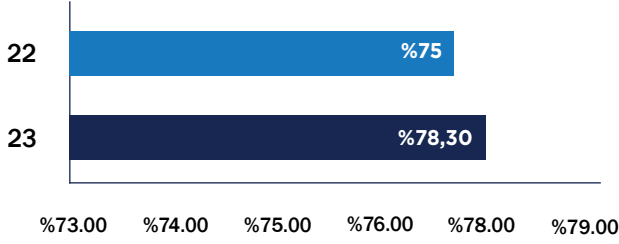
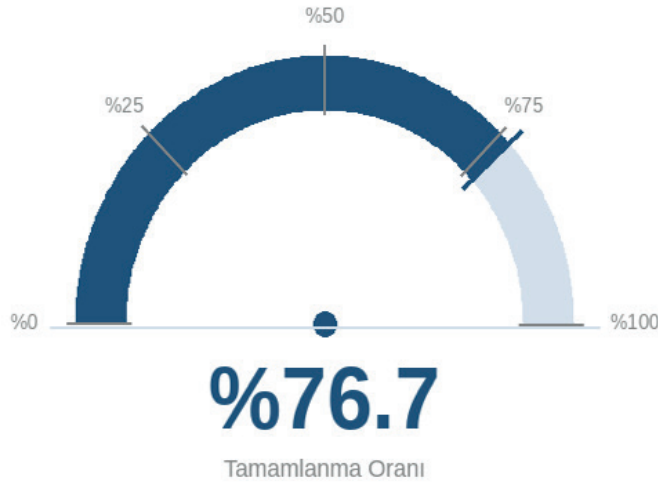
No	Değerlendirme İfadesi
20	Fikri mülkiyet korumaları (marka, patent, tasarım vb.) ihracat sürecinde rekabet avantajı sağladı.
21	Fikri mülkiyet haklarımız sayesinde yurt dışı pazarlarda koruma sağladık.

**Şekil 13. Boyut 7: Fikri Mülkiyet – İfade Bazlı Dağılım****Şekil 14.**
Fikri Mülkiyet – Boyut Ortalaması

Fikri Mülkiyet boyutu sekiz boyut arasında en düşük ortalamayı (%62,5) kaydetmiştir. Fikri mülkiyet haklarının yurt dışında koruma sağlaması %55,0 ile tüm ölçeğin en düşük puanlı ifadesi olmuştur. Firmaların fikri mülkiyet varlıklarını yurt dışında koruma altına alma konusunda önemli gelişim potansiyeli bulunmaktadır.

Boyut 8: Eğitim (Ortalama: %76,7)

No	Değerlendirme İfadesi
22	Mentörümüzün verdiği eğitimler ihracat faaliyetlerimize olumlu katkı sağladı.
23	Mentörümüzün eğitimleri ihracatın önemi konusunda farkındalık kazanmamıza yardımcı oldu.

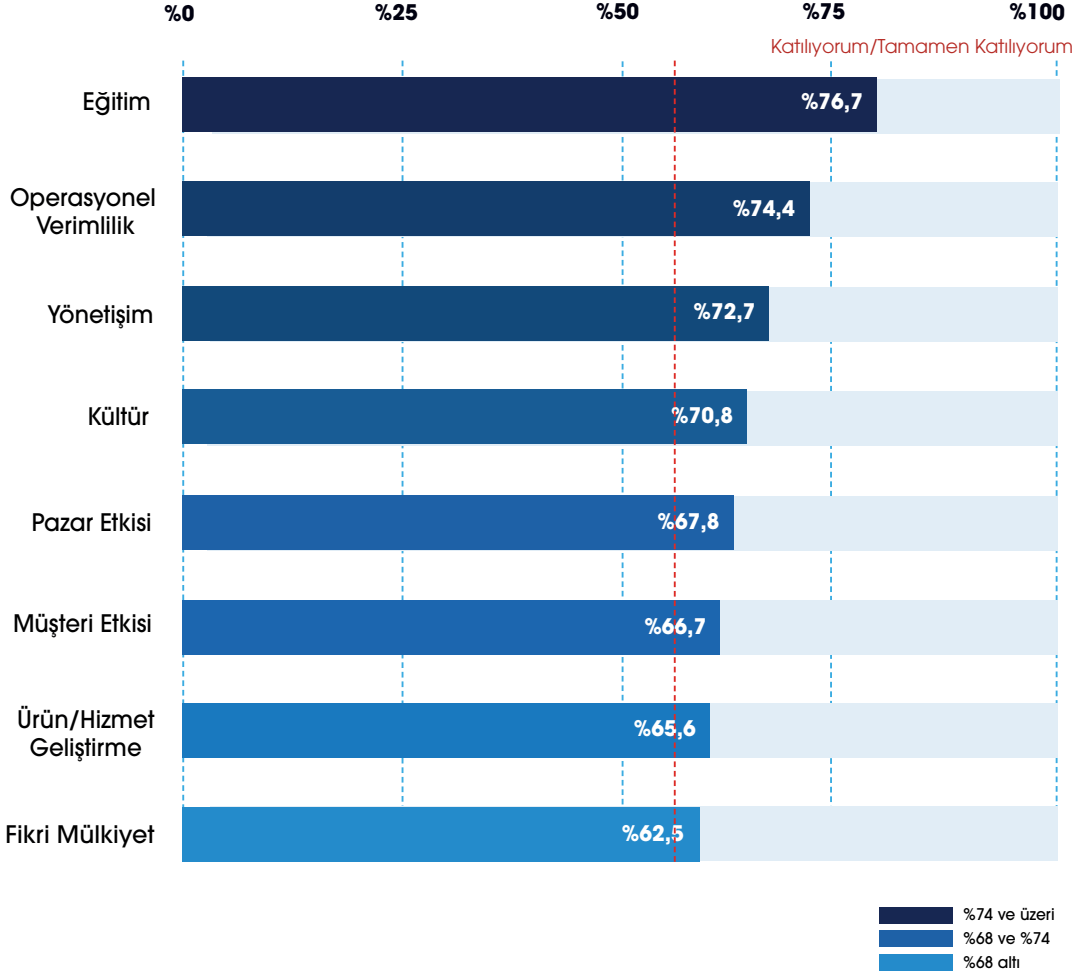
**Şekil 15. Boyut 8: Eğitim - İfade Bazlı Dağılım****Şekil 16.**
Eğitim - Boyut Ortalaması

Eğitim boyutu, sekiz boyut arasında en yüksek ortalamaya (%76,7) ulaşmıştır. Mentör eğitimlerinin ihracatın önemi konusunda farkındalık kazandırması %78,3 ile tüm ölçekteki en yüksek bireysel ifade puanını almıştır. İno-Suit Programı sayesinde verilen mentörlük hizmetinin ihracat farkındalığı ve stratejik yönelim üzerindeki etkisinin firma nezdinde son derece olumlu karşılandığını göstermektedir.

SONUÇ

Bu etki analizi çalışması, İnoSuit Programı'nın sekiz boyutlu ihracat etkisi ölçeği çerçevesindeki bulgularını bir arada sunmaktadır. Sekiz boyutun ortalama puanları aşağıdaki tabloda karşılaştırmalı biçimde sunulmaktadır.

İhracat Etki Analizi - Boyut Bazlı Ortalamalar



Eğitim boyutu (%76,7) en güçlü etki alanıdır. Mentör eğitimlerinin ihracatın önemi konusunda farkındalık kazandırması (%78,3) tüm ölçeğin en yüksek bireysel puanıdır. Operasyonel Verimlilik (%74,4) ve Yönetişim (%72,7) boyutları güçlü performans sergilemiştir. Fikri Mülkiyet boyutu (%62,5) en düşük ortalamaı kaydetmiş; özellikle yurt dışı fikri mülkiyet koruması (%55,0) öncelikli gelişim alanı olarak öne çıkmıştır. Genel ihracat etki ortalaması %70 olarak gerçekleşmiştir.

Literatür çalışmaları inovasyonun şirketlere olan etkisinin ortalama 3 yıl sonra ortaya çıkacağını ifade etmektedir. Bu raporda yürütülen çalışma ise şirketlerin bir yıl içindeki etkisi ölçülmüştür. Önümüzdeki yıllarda şirketlere olan etkisi ise daha belirgin olarak ortaya çıkması beklenmektedir.

Analiz sonuçları, İnoSuit Programı sekiz boyutlu ihracat etkisi ölçeğinde elde ettiği sonuçlarla, firmaların kurumsal inovasyon kapasitesini ve ihracat rekabet gücünü sistematik biçimde güçlendirdiğini ortaya koymaktadır.

inoSuit | **TiM** **TÜRKİYE**
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

