

T.C.

**İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI**

**TÜRKMENİSTAN EKONOMİSİ'NİN REKABET GÜCÜNÜN
AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİ İLE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

MAYSA JUMASHOVA

1450Y73108

İSTANBUL, MAYIS 2016

T.C.

**İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ DİŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET HUKUKU VE AB YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI**

**TÜRKMENİSTAN EKONOMİSİ'NİN REKABET GÜCÜNÜN
AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİ İLE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Danışman; Yrd.Doç.Doc Muhittin ADIGÜZEL

MAYSA JUMASHOVA

1450Y73108

İSTANBUL, MAYIS 2016



T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
DİŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB

Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB

yüksek lisans programı 1450Y73108 numaralı öğrencisi Maysa

JUMASHOVA'nın "Türkmenistan Ekonomisi'nin Rekabet
Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi ile Değerlendirilmesi"

başlıklı tez çalışması jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ DANIŞMANI

Yrd. Doç. Dr. Muhittin ADIGÜZEL

JÜRİ ÜYESİ

Prof. Dr. Ömer ÖZKAN

JÜRİ ÜYESİ

Prof. Dr. Mehmet MELEME

İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 23/05/2016 Tarih, 2016/58-1 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

ETİK KURALLARA UYGUNLUK YAZISI

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Maysa JUMASHOVA

ÖNSÖZ

Bu araştırmanın amacı, küresel rekabeti belirleyen unsurlar ve Türkmenistan ekonomisinin rekabet gücü üzerinde bir inceleme yapmaktır.

Yüksek Lisansa başladığım ilk günden bu yana yardımlarını esirgemeyen, beni her daim güler yüzle karşılayan değerli hocam Prof. Dr. Ömer ÖZKAN'a gönülden teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek Lisans çalışmalarım süresince yardımlarını esirgemeyerek yol gösteren, her zaman beni cesaretlendiren ve araştırma boyunca bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım Sayın Danışman Hocam Yrd. Doç. Dr. Muhittin ADIGÜZEL'e teşekkürü bir borç bilirim.

Yüksek Lisans eğitimimde emeği geçen, hayatım boyunca güzelliklerle anacağım örnek insanlar, kıymetli hocalarım Prof. Dr. Mehmet MELEMEN, Prof. Dr. Yücel OĞURLU, Prof. Dr. Didem ALGANTÜRK LİGHT, Prof. Dr. Ali Kemal YILDIZ, Prof. Dr. Muzaffer ŞEKER, Prof. Dr. Ayhan CEYLAN, Prof. Dr. Cemal ŞANLI'a çok teşekkür ederim.

Yetişmemde maddi ve manevi hiçbir fedakârlıktan kaçınmayan hasretini kalbimde hissettiğim canım aileme, her türlü desteğini ve fedâkârlığını her zaman yanımda bulduğum sevgili eşim Alperen KILIÇ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Maysa JUMASHOVA

11.05.2016

GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı	: Maysa JUMASHOVA
Anabilim Dalı	: Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB
Programı	: Uluslararası Ticaret Hukuku ve AB
Tez Danışmanı	: Yr.Doç. Muhittin ADIGÜZEL
Tez Türü ve	: Yüksek Lisans - Mayıs 2016
Tarihi	
Anahtar	: Küreselleşme, Küresel Rekabet,
Kelimeler	Uluslararası Rekabet Gücü.

ÖZET

TÜRKMENİSTAN EKONOMİSİ'NİN REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Bugün sınırların kalktığı, etrafımızın radyasyon ağlarla kuşatıldığı, ticaretin ileri safhalara ulaştığı, küçülmüş bir dünyada yaşıyoruz.

Küreselleşme sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda dünyada hükmünü yürütmeye devam etmektedir. Küreselleşme sürecinde hızlı gelişen ve toplum tarafından benimsenen teknolojinin ve yeniliklerin rekabet ortamının oluşmasında büyük bir payı vardır. Uluslararası piyasada pazar payını oluşturmak isteyen ülkeler rekabetçi olabilmek için pazarın gerektirdiği şartları sağlamak durumundadırlar. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin hemen hepsi korumacı eğilimlerden vazgeçip ülkelerini açık pazar haline getirmişlerdir.

Bu çalışmada, küresel rekabet gücünü belirleyen unsurlar incelendikten ve irdelendikten sonra rekabet gücü ölçüm yöntemi olarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi kullanılarak Türkmenistan ekonomisinin rekabet gücü hesaplanmış ve değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Küresel Rekabet, Uluslararası Rekabet Gücü.

GENERAL KNOWLADGE

Name and Surname : Maysa JUMASHOVA
Field : International Trade Law and EU
Program : International Trade Law and EU
Supervisor : Yrd. Doç. Dr. Muhittin ADIGÜZEL
Degree Awarded and Date : Master - May 2016
Key Words : Globalization, Global Competition,
International Competition Power.

ABSTRACT

The Evaluation of Turkmenistan Economies Competition Power with the Methodology of Theory of Comparative Advantages

Today, we live in a minimized world where the borders are vanished, where we are surrounded by webs of radiation and where the trade is advanced substantially.

Globalization is still a dominative figure in social, cultural and economical aspects. In the process of globalization, the fast advancing technology that is embraced by society and the innovations have a great share in the formation of the competition environment. Within the international market, the countries willing to form their market share must lay down conditions required by the market. Nearly all of the developing and the low developed countries gave up their protective tendencies and presented their economies as open market.

In this study, the factors that define the global competition power were inspected and studied. Then the competition power of Turkmenistan economy is calculated and evaluated based on the methodology of the theory of comparative advantages as a calculation way of competition power.

Keywords: Globalization, Global Competition, International Competition Power.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
Özet /Abstract	iii
Tablolar Listesi	x
Şekiller Listesi	xi
Kısaltmalar	xii
 GİRİŞ	 1
 1. REKABET GÜCÜ	 3
1.1. Rekabet Gücü Kavramı	3
1.2. Ulusal Rekabet Gücü	5
1.3. Bölgesel Rekabet Gücü	6
1.4. Rekabet Gücünün Ölçülmesi.....	8
 2. REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER	 13
2.1. Rekabeti Belirleyen Faktörlerin İncelenmesi	13
2.1.1. Beşeri Sermaye	15
2.1.2. Eğitim Sistemi	20
2.1.3. Verimlilik	22
2.1.4. Organizasyon ve Yönetim Kalitesi	25
2.1.5. Stratejik Yönetim.....	28
2.1.6. Yatırımlar.....	30
2.1.7 Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	31
2.1.8 Finansal Sistem.....	36
2.1.9 Teknoloji.....	38
2.1.10 Araştırma-Geliştirme (AR-GE).....	43
2.1.11 Yenilik ve Ulusal Yenilik Sistemi.....	46
2.1.12 Sanayi Sektörünün Gelişmişliği.....	48
2.1.13 Reel Döviz Kuru	51
2.1.14 Kalite.....	53
2.1.15 Hız ve Esneklik	53

2.1.16 Etkin Devlet.....	54
2.1.17 Makroekonomik İstikrar ve Politikaları.....	58
2.1.18 Kurumlar.....	60
2.1.19 Goğrafi Konum.....	61
2.1.20 Girdi ve Üretim Maliyetleri.....	62
2.1.21 Altyapı.....	64
2.1.22 Kümelenme ve Rekabet Gücü İlişkisi	65
2.2 Dünya Ekonomik Forumu (Word Economic Forum).....	67
2.3 Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD).....	69
3. TÜRKMENİSTAN EKONOMİSİ’NİN REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ	73
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	124
KAYNAKÇA	128

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1: Bölgesel ve Ulusal Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler.....	7
Tablo 2: Rekabet Gücü Kavramları ve Göstergeleri.....	9
Tablo 3: Uluslararası rekabet gücü faktörleri.....	70
Tablo 4: Türkmenistan Ekonomisinin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi ile Hesaplanmış Değerleri.....	124

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 01. Canlı Hayvanlar Sektörü.....	75
Şekil 02. Etler ve Yenilen Sakatat Ürünleri sektörü.....	75
Şekil 03. Balıklar, Kabuklular, Yumuşakçalar, Suda yaşayan omurgasızlar sektörü.....	76
Şekil 04. Süt Ürünleri, Yumurta, Bal, Yenilebilir Hayvansal Ürünler Sektörü.....	76
Şekil 05. Hayvansal Ürünler.....	77
Şekil 06. Ağaçlar, Bitkiler, Ampuller, Kökleri, Kesme Çiçek vb.....	77
Şekil 07. Yenilebilir Sebze ve Bazı Kökleri ve Yumrular Ürünleri Sektörü.....	78
Şekil 08. Yenilebilir Meyve, Fındık, Narenciye Meyve Kabuğu Ürünleri Sektörü.....	78
Şekil 09. Kahve, Çay, Paraguay Çayı ve Baharat Ürünleri Sektörü.....	79
Şekil 10. Hububat Ürünleri.....	79
Şekil 11. Freze Ürünleri, Malt, Nişasta, İnulin, Buğday Gluteni Ürünleri Sektörü.....	80
Şekil 12. Yağlı Tohum, Oleagik Meyve, Tahıl, Tohum, Meyvevb Ürünleri Sektörü.....	80
Şekil 13. Lac, Sakızlar, Reçineler, Bitkisel Özsu ve Ekstreleri Sektörü.....	81
Şekil 14. Örölmeye Elverişli Bitkisel Maddeler, Bitkisel Ürünler Sektörü.....	81
Şekil 15. Hayvan, Bitkisel Katı Ve Sıvı Yağlar, Parçalanma Ürünler Sektörü.....	82
Şekil 16. Et, Balık ve Deniz Ürünleri Gıda Müstahzarları Sektörü.....	82
Şekil 17. Şeker ve Şeker Mamulleri Sektörü.....	83
Şekil 18. Kakao ve Kakao Ürünleri Sektörü.....	83
Şekil 19. Tahıl, Un, Nişasta, Süt Ürünleri Sektörü.....	84

Şekil 20. Sebze, Meyve, Fındık vs Gıda Müstahzarları Sektörü.....	84
Şekil 21. Yenilen Çeşitli Gıda Müstahzarları Sektörü.....	85
Şekil 22. Meşrubat, Alkollü İçecekler ve Sirke Üretim Sektörü.....	85
Şekil 23. Artıklar, Gıda Sanayi, Hayvan Yem Atıklar.....	86
Şekil 24. Tütün Ve Tütün Yerine Geçen İmal Edilmiş Ürünler Sektörü.....	86
Şekil 25. Tuz, Kükürt, Toprak, Taş, Alçı, Kireç Ve Çimento Ürünler Sektörü.....	87
Şekil 26. Metal Cevherleri, Cüruf ve Kül Ürünleri Sektörü.....	87
Şekil 27. Mineral Yakıtlar, Yağlar, Damıtma Ürünleri Sektörü.....	88
Şekil 28. İnorganik Kimyasallar, Kıymetli Metal Bileşik, İzotop Ürünler Sektörü..	88
Şekil 29. Organik Kimyasallar.....	89
Şekil 30. Eczacılık Ürünleri.....	89
Şekil 31. Gübreler Sektörü.....	90
Şekil 32. Bronzlaşma, Boyama Ekstreleri, Tanen, Derivs, Pigmentler vs Ürünler Sektörü.....	90
Şekil 33. Uçucu Yağlar, Parfümler, Kozmetik Ürünler Sektörü.....	91
Şekil 34. Sabunlar, Yağlar, Mumlar, Modelleme Macunları.....	91
Şekil 35. Albuminoids, Nişastalar, Yapıştırıcılar, Enzimler Sektörü.....	92
Şekil 36. Patlayıcılar, Piroteknik, Kibrit, Pyrophorics vs Ürünler Sektörü.....	92
Şekil 37. Fotoğrafçılık veya Sinematografik Ürünler Sektörü.....	93
Şekil 38. Çeşitli Kimyasal Ürünler Sektörü.....	93
Şekil 39. Plastik ve Mamulleri Sektörü.....	94
Şekil 40. Kauçuk ve Mamulleri Sektörü.....	94
Şekil 41. Ham Postlar, Deriler (Kürkler Hariç) ve Deri Ürünleri Sektörü.....	95
Şekil 42. Deri, Hayvan Bağırsağından, Koşum Takımı, Seyahat Eşyaları Üretim Sektörü.....	95
Şekil 43. Kürklü Deri ve Yapay Kürk, Bunların İmalatı Sektörü.....	96
Şekil 44. Ağaç ve Ahşap Eşya, Odun Kömürü Üretim Sektörü.....	96

Şekil 45. Mantar ve Mantardan Eşya Üretim Sektörü.....	97
Şekil 46. Örölmeye Elverişli Maddelerden, Sepet vs Üretim Sektörü.....	97
Şekil 47. Ahşap Hamuru, Lifli Selölozik Malzeme vs Üretim Sektörü.....	98
Şekil 48. Kâğıt Hamuru, Kağıt ve Mukavva Kağıt ve Karton Üretimi Sektörü.....	98
Şekil 49. Baskılı Kitaplar, Gazeteler, Resimler vs Üretim Sektörü.....	99
Şekil 50. İpek Üretimi Sektörü.....	99
Şekil 51. Yün, Hayvan Kılı, At kılından İplik ve Kumaş ve Bunların Ürünlerinin Sektörü.....	100
Şekil 52. Pamuk Üretim Sektörü.....	100
Şekil 53. Bitkisel Tekstil Lifleri, Kağıt İplik, Dokuma Kumaş Üretim Sektörü....	101
Şekil 54. Suni Filamentler Üretim Sektörü.....	102
Şekil 55. Suni Elyafılar Üretim Sektörü.....	102
Şekil 56. Votka, Keçe, Dokunmamış Mensucat, İplik, Sicim vs Üretim Sektörü...103	
Şekil 57. Halı Ve Diğer Tekstil Yer Kaplamaları Üretim Sektörü.....	103
Şekil 58. Özel Dokuma Veya Püsküllü Kumaş, Dantel, Kanaviçe vs Üretim Sektörü.....	104
Şekil 59. Emdirilmiş, Kaplanmış veya Lamine Edilmiş Tekstil Kumaş Üretim Sektörü.....	104
Şekil 60. Örmeye veya Tığ İşı Kumaşlar.....	105
Şekil 61. Giyim, Aksesuarları, Örgü Veya Tığ Eşya Ürünleri Üretim Sektörü.....	105
Şekil 62. Giyim Eşyası, Aksesuar, Örmeye Veya Tığ İşı Olmayan Ürünleri Üretim Sektörü.....	106
Şekil 63. Diğer Hazır Tekstil Ürünleri, Takımları, Yıpranmış Giysiler vs Üretim Sektörü.....	106
Şekil 64. Ayakkabılar, Tozluklar ve benzeri, Bunların Parçaları Üretim Sektörü...107	
Şekil 65. Şapkalar ve Bunların Parçaları Üretim Sektörü.....	107
Şekil 66. Şemsiyeler, Bastonlar, İskemle Bastonlar, Kamçılar vs Üretim Sektörü..108	
Şekil 67. Kuş deri, Tüy, Yapay Çiçekler, İnsan Saçı vs Üretim Sektörü.....	108

Şekil 68. Taş, Alçı, Çimento, Amyont, Mika Vs Eşyalar Üretim Sektörü.....	108
Şekil 69. Seramik Ürünleri Sektörü.....	109
Şekil 70. Cam ve Cam Eşya Ürünleri Sektörü.....	109
Şekil 71. İnciler, Kıymetli Taşlar, Madenleri Paralar vs Üretim Sektörü.....	110
Şekil 72. Demir Ve Çelik Üretim Sektörü.....	110
Şekil 73. Demir Ve Çelikten Eşya Üretim Sektörü.....	111
Şekil 74. Bakır ve Bakırdan Eşya Üretim Sektörü.....	111
Şekil 75. Nikel ve Nikelden Eşya Üretim Sektörü.....	112
Şekil 76. Alüminyum ve Mamulleri Üretim Sektörü.....	112
Şekil 78. Kurşun Ve Kurşun Mamulleri Sektörü.....	113
Şekil 79. Çinko ve Mamulleri Sektörü.....	113
Şekil 80. Kalay Ve Kalaydan Eşya Üretim Sektörü.....	114
Şekil 81. Diğer Adi Metaller, Sermetler, Bunlardan Eşya Üretim Sektörü.....	114
Şekil 82. Ana Metal Araçlar, Uygular, Çatal Bıçak Takımı Vs Üretim Sektörü....	115
Şekil 83. Adi Metallerden Çeşitli Eşya Üretim Sektörü.....	115
Şekil 84. Makine, Nükleer Reaktörler, Kazanlar vs Üretim Sektörü.....	116
Şekil 85. Elektrik, Elektronik Aletler Üretim Sektörü.....	116
Şekil 86. Demiryolu, Trambay Lokomotifleri, Vagonlar, Ekipman Sektörü.....	117
Şekil 87. Demiryolu, Trambay Dışındaki Araçlar Üretim Sektörü.....	117
Şekil 88. Uçak, Uzay Araçları ve Bunların Parçaları Üretim Sektörü.....	118
Şekil 89. Gemiler, Tekneler ve Diğer Yüzer Yapılar Üretim Sektörü.....	118
Şekil 90. Optik, Fotoğraf, Teknik, Tıbbi vs Aparat Üretim Sektörü.....	119
Şekil 91. Saatler ve Bunların Parçaları Üretim Sektörü.....	119
Şekil 92. Müzik Aletleri, Parçaları ve Aksesuarları Üretim Sektörü.....	120
Şekil 93. Silah ve Mühimmat, Parça ve Aksesuarları Üretim Sektörü.....	120
Şekil 94. Mobilya, Aydınlatma, İşaretler, Prefabrik Binalar.....	121

Şekil 95. Oyuncaklar, Oyun Ve Spor Malzemeleri Üretim Sektörü.....	121
Şekil 96. Çeşitli Mamul Eşya.....	122
Şekil 97. Sanat Eserleri, Koleksiyon Eşyası Ve Antikalar.....	122
Şekil 99. Başka Yerde Belirtilmeyen Mallar Sektörü.....	123

KISALTMALAR

a.g.e.	Adı geçen eser
a.g.m.	Ad geçen makale
AR-GE	Araştırma-Geliştirme
AGÜ	Az Gelişmiş Ülkeler
C.	Cilt
çev.	Çeviren
ÇUŞ	Çok Uluslu Şirketler
der.	Derleyen
DEÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
DYSY	Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları
EAGÜ	En Az Gelişmiş Ülkeler
ed.	Editör
İİBF	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İMD	(International Institute for Management Development) Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü
İMF	(International Monetary Fund) Uluslararası Para Fonu
GEO	Gelişmekte Olan Ülkeler
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
GÜ	Gelişmiş Ülkeler
OECD	(Organisation for Economic Co-operation and Development) Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı

S.	Sayı
s.	Sayfa
T.C.	Türkiye Cuhuriyeti
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TUSİAV	Türk Sanayici ve İş Adamları Vakfı
vd.	ve diğerleri
WEF	(World Economic Forum) Dünya Ekonomik Forumu
Y.	Yıl
Yy	Yüzyıl

GİRİŞ

Günümüzün gelişmiş veya gelişmekte olan ekonomilerinde rekabetçi üstünlük oluşturmak, kalkınma politikalarının önemli bir konusu olmakta ve olarak kalmaya devam etmektedir. Günümüzde ABD, İngiltere, Belçika, İtalya, Hollanda ve Japonya gibi pek çok ülkede, rekabet gücünü belirleyen faktörleri değerlendirmek ve bunları geliştirmek üzerine politikalar geliştirmek, resmi kurumların görevi haline gelmiştir.

Küreselleşme sadece bilgi ve teknoloji açısından değil sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan da hayatımızın her alanında hissedilir hale gelmiştir. Dış ticarete ve sermaye hareketliliğindeki serbestleşmeler, ekonomik entegrasyonlar küreselleşmenin yayılmasına olanak sağlamışlardır. Serbest pazar ekonomisinin oluşturulması ve dev ülkelerinin piyasaya hâkim olma çabaları, ülkelerin bir birine entegre haline getirilmesi küreselleşmenin baskın etkisinin sonucudur.

Hızla gelişen entegrasyon sürecinde rekabet gücü önemli bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Rekabetçi üstünlük oluşturma hedefi ülkelerin uluslararası pazarlara açılmasına ve rekabet gücü sürdürülebilirliğini kazanmasına sebep olmuştur. Firmalar ve endüstriler açısından rekabet gücünün oluşturulmasındaki esas amaç ise büyüme ve karlılığın elde edilmesidir.

Bilgi çağının getirdiği, yeni teknolojiler rekabet ortamını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu sürecin takibini elden bırakmayan firmalar, endüstriler gibi ülkeler de uluslararası arenada başarılı olma yönünde gayret göstermektedir. Ülkeler halkın yaşam standardını iyileştirmek, reel gelir düzeyini arttırmak, gelir dağılımında adaleti gözetmek gibi devletin var olmasındaki esas amaçlarını gerçekleştirerek, rekabet gücü oluşturabilecekleri uluslararası pazarlara ürettikleri mal ve hizmetlerini sunarak, rekabetçi konumuna ulaşmak yönünde büyük hedeflere yelken açmış durumdadırlar.

Çalışmamız üç bölümden oluşmaktadır. Amacımız rekabet gücünü çeşitli yönleri ile ele almak ve rekabet gücünü etkileyen faktörler üzerinde inceleme yapmaktır. Ayrıca Türkmenistan ekonomisini sektörler bazında inceleyerek, Türkmenistan

ekonomisinin rekabet gücü değerlerini hesaplayarak, rekabet gücü olan sektörleri değerlendirmeyi amaçladık.

Birinci bölümde öncelikle rekabet gücü kavramı üzerinde durulmuştur ve rekabet gücü düzeyleri ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Rekabet gücü ölçüm yöntemleri hakkında bilgi verilmiştir.

İkinci bölümde ise rekabet gücünü belirleyen unsurlar tek tek ele alınıp, ülkelerin kalkınması yönündeki etkileri ve performansları üzerinde durulmuştur.

Üçüncü ve son bölümde rekabet gücü ölçümü olan “Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler” AKÜ yönteminin teorisi, veriler ışığında yöntemin uygulanması açıklanmıştır. Türkmenistan ekonomisinin rekabet gücü tüm sektörleri kapsayan Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonu (GTİP) ikili düzey bağlamında bu (AKÜ) yöntem ile incelenmektedir. AKÜ yöntemiyle Türkmenistan ekonomisinde 99 sektörün 2006-2015 yılları arasındaki rekabet gücü ölçümü hesaplanmış ve grafiklerle yorumlanmıştır. Bu araştırmada kullanılan Türkmenistan ithalat ve ihracat rakamları Trademap Veri Tabanından alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

REKABET GÜCÜ

1.1 Rekabet Gücü Kavramı

Rekabet gücü, ülkelerin serbest ve yerleşmiş pazar şartlarında vatandaşların reel gelirlerini yükseltmeyi amaçlarken, bununla birlikte meydana getirdiği ürün ve hizmetleri uluslararası pazarlara sunması ve başarılı olabilmesidir.¹ Rekabet gücü, başlangıç itibarıyla firmaların verimliliklerindeki yükselişten ve hızlı üretimden ortaya çıkmaktadır. Fakat uluslararası rekabet gücünün temeli dışa bağımlılık ve yeniliklerin izlemesine dayanmaktadır. Devlet piyasa dışı etkileşimlerde büyük görev üstlenmektedir ve bu durum ekonomik politikaları ile yakından ilişkilidir.²

Rekabet gücü genel bir tanımlamayla, firmaların, endüstrinin, bölgenin, ülkenin ya da ekonomik birliklerin, uluslararası rekabette göreceli olarak daha yüksek gelir ve istihdam seviyesindeki üretim gücü olarak tanımlanabilir. Diğer bir deyişle bir ülkenin, ürettiği mallarda diğer ülkenin malları ile fiyat, kalite, tasarım, güvenilirlik ve zamanında teslim gibi unsurlarda yarışabilir düzeyde olmasını ifade etmektedir.³

Rekabet gücü ile ilgili çalışmalar;⁴

- (i) Firma rekabet gücü
- (ii) Endüstri rekabet gücü
- (iii) Ulusal rekabet gücü

şeklinde üç kategori altında toplanabilir.

Rekabet gücü elde etmek; küresel düzeyde bir rekabet stratejisine sahip olmayı, kaliteli işgücüne yatırım yapmayı, yenilik faaliyetlerini devam ettirmeyi ve müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun ürünleri rakiplere kıyasla daha hızlı bir

¹ Emin Çivi vd., “Uluslar arası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C. 4, Sayı:1, Bahar 2008, s. 17

² Can Aktan ve İstiklal Yaşar Vural, **Rekabet Gücü ve Türkiye**, TİSK Yayınları, Ankara 2004, s. 16.

³ Seyit Muharrem Gökmenoğlu, Mustafa Akal ve Remzi Altunışık, “Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler”, **Rekabet Dergisi**, C. 13, S. 4, Ekim 2012, s. 5.

⁴ Muhittin Adıgüzel, “Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme”, **Akademik Bakış Dergisi**, S. 37, Temmuz-Ağustos 2013, s. 2.

şekilde piyasaya sürmeyi gerektirmektedir. Rekabet gücü, ülke ekonomilerinin itibarını koruyan esaslardan biridir. Bu yönüyle rekabet gücü, hem ekonomik, hem de politik çevrelerde küreselleşen dünyanın dışında kalmamak, sürekli büyüyen pazarda pazar payını arttırmaya yönelik fırsat ve avantajlardan yararlanmak için çok önemli bir araçtır.⁵

“Rekabet gücü, firma düzeyinde gerçekleştirilir”, ancak destekleyici bir çevreyi ve girişimler ve diğer aktörler arasında karşılıklı ilişkilerin karmaşık dalları üzerine oturan bir “sistemik rekabet gücü yapısı”nı gerektirir.⁶

Diğer taraftan "uluslararası rekabet" firmalar arası rekabetin ötesinde bir şeydir; bir tür bileşik yapısal güçleri temsil eder ve tekil firmalardan çok ülkelerin "yapısal rekabet gücü" üzerinde şekillenir. "Uluslararası rekabet", firmaların içinde yaşadıkları değişik üretim sistemleri, kurumsal ve sosyal yapılar arasındaki yarışını temsil eder ve bu rekabet; eğitim sistemi, teknolojik altyapı, endüstri ilişkileri, kamu/özel sektör ilişkileri, iktisat ve sanayi politikaları ve finansal sistemin kalitesi ve gücü ile iç içe geçmiştir.⁷

Her ülke uluslararası arenada rekabet gücünü elde ederek vatandaşlarının hayat standartlarını iyileştirmek için gerekli tedbirleri almaktadır. Bu doğrultuda firma ve endüstriler gibi uygulanması gereken politikaları makro veya mikro ekonomik seviyede uygularken ihtiyatlı davranmaktadır.⁸

Rekabet gücü kavramı genel olarak bir firmanın büyüme gücünü, pazar payını ve karlılığını artırabilme yeterliliği olarak ifade edilmektedir. Bir ülkede rekabet gücü yüksek firmaların sayı ve faaliyetlerinin çok olması ülkenin uluslararası piyasalarda güçlü bir pozisyonda yer almasının yanı sıra uluslararası ekonomik sosyal ve siyasal gücünün de artması anlamına gelir.

⁵ Altay, B. ve Gürpınar, K. “Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, C.X, Sayı: 5, 2008, ss. 257-274.

⁶ Adıgüzel, a.g.m., s. 2.

⁷Nurhan Yentürk, “Teknoloji Yoğun Mallar Açısından Türk Sanayinin Rekabet Gücü, Gelişme Stratejileri ve Politika Önerileri”, **Makina Mühendisleri Odası Dergisi**, <http://www.arsiv.mmo.org.tr/pdf/10685.pdf> (erişim tarihi 18.09.2015).

⁸ Gökmenoğlu vdğr., a.g.m., s. 7

1.2. Ulusal Rekabet Gücü

Ulusal, endüstriyel ve firma düzeylerin de oluşmakta olan rekabet gücü, yerel, bölgesel ve Uluslararası Rekabet Gücü (URG) olarak da ele alınmaktadır.⁹

Ulusal ekonominin rekabet gücü ulusal ekonominin uluslararası pazarlarda standartlara uygun mal ve hizmet üretebilme kapasitesidir. Bu yeterlilikteki ülkelerin ulusal gelir ve toplumsal refahları yükselirken küresel ilişkiler bağlamında faaliyetleri de çok yönlü şekilde artacaktır.¹⁰

Ekonomik, siyasal ve sosyal açılardan etkin olan küreselleşme sürecinin meydana getirdiği en önemli olgulardan biri olan URG kavramı genel itibariyle literatürde; firma, endüstri (sektör) ve uluslararası seviyede olmak üzere üç değişik biçimde de değerlendirilmekte ve tanımlanmaya çalışılmaktadır.¹¹

Rekabet gücü, firmaların, sanayinin, bölgenin, ülkenin ya da uluslararası entegrasyonların uluslararası rekabette görece olarak daha fazla gelir ve istihdam seviyesindeki üretim gücü olarak ifade edilebilir.¹²

Rekabetin küreselleşmesi başlangıçta ülkeye ait üretimin yerine mahsus faktörlerin önemini azaltıyor gibi izlenim bıraksa da, ülkeye özgü yerel şartların önemini artırmaktadır.

Küreselleşmenin, ülke öneminin yerini alacak bir mevzu olarak görülmemesi gerekir. Bilakis, küresel boyutta rekabet için zaruri rekabetçi üstünlükler, yurt içinde oluşturulmaktadır. Yerel içeriği yüksek etkinliklerde kazanılan başarılarla devam ettirilmektedir. Zira rekabetçi olmayan yerel firma ve endüstrilerin korunması için dış ticarete özgü engellerin ve türlü teşvik araçlarının kısıtlandığı bir dünyada, rekabetçi üstünlükleri belirleyen faktörler olan, nitelikli işgücü, inovasyon yapabilme

⁹ Ahmet Karaarslan ve Güner Tuncer, “Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Temel Devlet Politikaları”, **Dumlupınar Üniversitesi SB. Dergisi**, S. 26, Nisan 2010, s.24.

¹⁰ Asuman Altay ve M. Vedat Pazarlıoğlu, “Uluslararası Rekabet Gücünde Beşeri Sermaye: Ekonomik Yaklaşım”, **Selçuk Ü. Karaman İ.İ.B.F.Dergisi**, Sayı: 12 Haziran 2007, s. 98.

¹¹ Kesbiç, C.Y. ve Ürüt, S. “Rekabet Gücü ve Global Rekabette Türkiye’nin Yeri”, **Finans-Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, 2004, 483, ss.56-59.

¹² Esat Bakımlı, “Uluslararası Rekabet Gücü: Ölçümü ve Önemi”, **Uluslararası Rekabet Sürecinde Türkiye**, der: M. Faysal Gökalp-C.Yenal Kesbiç, İstanbul: Beyaz Yayınları, 2005, s. 36.

kapasitesi ve teknolojik gelişim gibi unsurların geliştirilmesi yönünden yurtiçi ortamı gittikçe önem arz etmektedir.¹³

Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik açıdan git gide güçlenerek iyi bir konuma gelmesi, rakip ekonomilerin ve eskiden beri pazarlara hâkim olan ve olmaya alışmış gelişmiş ülkelerin de değişik düşünce ve hareketler geliştirmesine sebep olmaktadır.

Tam rekabet koşullarının esas alındığı bir piyasada, şimdiye kadar üretilen ürünün piyasa fiyatının üzerinde bir maliyete sahip olması, firmanın rekabet gücünün düşük olduğunun göstergesidir. Diğer taraftan, ürettiği ürünü ortalama maliyetlerin üzerinde bir fiyata satabilse bile, rakiplerine oranla daha yüksek maliyete sahip olan bir firmanın, homojen ürünlerin üretildiği bir endüstride kar elde etmesi haliyle güçleşecektir. Firmanın etkin ve etkili bir şekilde yönetilememesi veya etkin olamayacağı bir ölçekte faaliyet göstermesi durumu ise verimliliğini azaltabilecek ve rekabet gücünü zayıflatabilecektir. Böylesine bir endüstride rakiplerine oranla marjinal maliyetlerini asgari düzeye indiren bir firmanın karlılığı, buna paralel olarak, pazar payı ve dolayısıyla rekabet gücü artış eğiliminde olacaktır.¹⁴

Sonuç olarak, günümüz dünyasında bütün ülkelerin ilk hedeflerinden birisi ekonomik açıdan güç kazanmak için dışa açılmak ve tek sözle küresel pazarda rol almaktır. Küresel pazarda rol almak içinse her düzeyde rekabet gücünü artırmak gerekmektedir. Ülkelerin rekabet düzeylerinin uluslararası alanda anlaşılır ve açık bir şekilde değerlendirilmesi mühim olup, bu husus politikaların belirlenmesi sırasında diğer ülkelerle karşılaştırma imkânı sağlamak, ülkenin performans düzeyinin zaman içerisindeki gelişimini izlemek, sadece şirketlerin değil, ülkelerin de dünya pazarında nasıl rekabet ettiklerini incelemek açısından önem arz edecektir.

¹³Atilla Bedir, “Uluslararası Rekabet Gücü Kavramsal Çerçevesinde Türkiye İmalat Sanayii Sektörlerinin Rekabet Etme Biçimleri ve Uygun Politika Önerisi”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C. 14, Sayı: 1, 2012, s. 107.

¹⁴ C. Aktan ve İ.Y.Vural, “Rekabet gücü ve Türkiye”, TİSK yayını, Rekabet Dizisi: 3 Ankara 2004, s.s.11-12

1.3. Bölgesel Rekabet Gücü

Günümüze kadar bölgesel düzeyde rekabet gücünün tanımı ve ölçümü ile ilgili tam bir mutabakata varılmamış olsa da, genel anlamda bu kavram; bir bölge veya şehrin, ulusal ve özellikle de küresel ihraç pazar payında, diğer bölge veya şehirler ile yaptığı rekabetteki başarısı ile birlikte, yüksek ve devam ettirilebilir bir gelir seviyesi temin edebilme yeterliliği olarak ifade edilebilir.¹⁵

Tablo 1: Bölgesel ve Ulusal Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler

Altyapı ve Ulaşılabilirlik	İnsan Kaynakları	Üretken Çevre
Temel Altyapı - Otoyol - Demir Yolu - Hava - Mülkiyet Teknolojik Altyapı - Bilgi ve İletişim Teknolojileri - Telekom - İnternet Bilgi Altyapısı - Eğitim tesisleri Yaşanan Yerin Kalitesi - Konut	Demografik Eğilimler - Kalifiye İşçilerin Göçü - Çeşitlilik Kalifiye İşgücü - Bilgi Yoğun Mesleki Yetenekler	Girişimcilik Kültürü - Pazara Giriş İçin Az Engel - Risk Alma Kültürü Sektörel Yoğunlaşmalar - Denge / Bağımlılık - İstihdam Yoğunlaşması - Yüksek Katma Değerli Aktiviteler Uluslararasılaşma - İhracat / Küresel Satışlar - Yatırım - İşletme Kültürü - Doğrudan Yabancı Yatırımın Yapısı Yenilik - Patentler

¹⁵ Neşe Kumral, Bölgesel Rekabet Gücünü Artırmaya Yönelik Politikalar, Working Paper No: 08 / 02 February 2008 Department of Economics Ege University Ege University Working Papers in Economics 2008 <http://www.iibf.ege.edu.tr/economics/tartisma>

- Doğal Çevre - Kültürel Çevre - Güvenlik		- Ar-Ge Düzeyi • Araştırma kurumları ve üniversiteler • İşletmelerin bu kurumlarla bağlantıları • Yayılma Etkileri Yönetim ve Kurumsal Kapasite Sermayenin Elde Edilebilirliği Uzmanlaşma Rekabetin Yapısı
---	--	---

Kaynak: Gardiner, B, 2003, Regional Competitiveness Indicators for Europe - Audit, Database Construction and Analysis, Regional Studies Association International Conference,Pisa.

1.4. Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Firmalar veya ekonomi düzeyinde rekabet gücünün ölçülmesi zor ve tartışmalı bir konudur. Konunun zorluğu, rekabet gücünü etkileyen/belirleyen unsurların bir kısmının (ürün kalitesi, yenilik gücü, tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilme kapasitesi, işgücü piyasası üzerindeki kısıtlamalar vb.) nesnel olarak ölçülmesinin neredeyse imkânsız olmasından, tartışmalı olması ise yine değerlendirmelerin öznellikten uzak olmamasındandır. Bununla birlikte, değişik rekabet gücü tanımlarına göre belirli endeksler üretilebilmektedir. Konu ile ilgili karmaşanın bir sebebi de rekabet gücü konusunun birçok disiplinin ilgi alanına girmesi nedeniyle tek bir kuramsal temelin bulunmaması olduğu öne sürülmektedir.¹⁶

Bazı rekabet gücü göstergeleri çalışmaları Tablo 1’de yer almaktadır. Tablo 1’de görüldüğü gibi rekabet gücü ölçü ve kriterleri makro ve mikro kavramlar olarak ikiye ayrılmıştır.¹⁷

¹⁶Aykut Kibritçiöğlu, “Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım”, **Uluslararası (Makro) İktisat-Okumalar**, (ed. A. Kibritçiöğlu, TDFOB Yayıncılık, Ankara 1996, s. 2.

¹⁷Yentürk; <http://www.arsiv.mmo.org.tr/pdf/10685.pdf> (erişim tarihi 18.09.2015).

Tablo 2: Rekabet Gücü Kavramları ve Göstergeleri

Yazar veya Kuram	Ölçü Kriteri veya Gösterge
Makro Konsept	
Lipschitz/McDonald(1991) Marsh,Tokarick(1994) IMF	Reel döviz kuru, reel efektif döviz kuru
Hatsopoulos, Krugman, Summers (1988)	Yükselen reel gelirle birlikte dış ticaret dengesi
Markusen (1992)	
Dolar/Wolff (1993)	Verimlilik
Fagerberg (1988)	Pazar payı artışı
Sharpe (1986)	Pazar payı
WEF/IMD (1995'den beri yıllık)	Dünya rekabet endeksi
Aiginger (1998), Pitelis (2003)	
Mikro Konsept	
Balassa (1965)	Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük
Bruno (1965)	Yurtiçi kaynak maliyeti
Buckley et al. (1992)	Kompozit, çok değişkenli

Durand/Giorno (1987), OECD	Fiyat rekabetçiliği
Helleiner (1989)	Reel efektif döviz kuru
Hickman (1992)	Birim emek maliyeti
Jorgenson, Kuroda (1992)	Fiyat rekabetçiliği
Krugman, Hatsopoulos (1987)	Pazar payı ve değişimi
Mandeng (1991)	Pazar payı ve değişimi
Oral (1993)	Endüstri üstünlüğü birim maliyet
Porter (1990)	Kompozit, çok değişkenli
Sigel/Cockburn (1995)	Bütün birim maliyet
Swann/Taghavi 1992)	Fiyat/ürün niteliği
Turner/Gollub (1997)	Nisbî birim emek maliyeti

Kaynak: ECKHARD, Siggel (2007), s.15-16;

Seçilmiş bazı makro ve mikro rekabet gücü ölçme yöntemleri ve göstergeleri;

1. Dünya Ekonomik Forumu Global Rekabet Gücü Endeksi (World Economic Forum-WEF; Global Competitiveness Index)
2. Dünya Rekabet Gücü Yıllığı Endeksi (*World Competitiveness Yearbook-IMD*)
3. Rekabetçi Endüstriyel Performans Endeksi (CIP)
4. İngiltere Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri

5. Dış Ticaret Göstergeleri

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ)

Görelî İhracat Avantajı Endeksi

Görelî İthalat Nüfuz Endeksi

Ticari Performans Ölçütü (TPE)

Dış Ticaret Hadleri

İhracatın Kompozisyonu ve Piyasa Payı

Net İhracat Oranı (NETİHR):

İthalat Nüfuz Oranı (İmport Penetration Ratio)

İhracat/İthalat Oranı (XMR)

Uluslararası Rekabete Maruz Kalma Düzeyi

6. Maliyet Rekabetçiliği Göstergeleri

Sermaye Maliyeti

Birim Ücretler ve İş Gücü Maliyetleri

Enerji maliyetleri

Vergiler

1. Makro Göstergeler

Cari (Ödemeler) Denge(sî)

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Kişi Başına Düşen Reel Milli Gelir

Verimlilik

2. Mal ve Sektörlerin Payları

Pazar payı

Toplam Çıktı İçinde İmalat Sanayinin Payı

Dünya İmalat Sanayi Üretimindeki Pay

Mal ve Sektörlerin İhracat Payları

Endüstri İçi Ticaret (EİT)

3. Teknoloji Göstergeleri

Arge ve Patent Sayısı

Patentler-Açıklanmış Teknolojik Üstünlük (ATÜ):

4. Fiyat Rekabeti Göstergeleri

İhracat Kar Marjları

İhracat Kâr Marjı Endeksi

Kâr Marjı

Bazı Alternatif Fiyat Rekabeti Ölçütleri

i) Nisbî İhracat Fiyat Endeksi (NİFE)

ii) Nisbî Toptan Eşya Fiyat Endeksi (NTFE)

iii) İhracat Kârlılık Endeksi (İKE)

iv) Nisbî İhracat Kârlılık Endeksi (NİKE)

v) İthalat Fiyatları Rekabet Edebilirlik Endeksi (İFRE)

11. Diğer Bazı Göstergeler

Kaynaklara Erişim

Dışa Açıklık ve Uluslararasılaşma

Ülkenin Dış Borçlanma Miktarı

Kamu Kesimi Borçlanma-Bütçe Açığı Düzeyi

İhracat Piyasalarının Çeşitliliği

Dış Ticaret Politikaları

Mali Sektörün Tutarlılığı, Yaşama Kabiliyeti

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

2.1. Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörlerin İncelenmesi

Uluslararası rekabet gücünü arttırabilmek için firma, endüstri ve devlet seviyesinde tedbirler alınmalıdır. Uluslararası piyasalarda öncelik olarak firmalar rekabet etmektedirler. Bu yüzden ilk önce firmaların rekabet gücünün arttırılması için tedbirlerin alınması gerekmektedir. Bir sonraki aşamada ise endüstriyi temsil eden sendikalar, dernekler, odalar vb. sivil toplum kuruluşlarına önemli görev ve sorumluluklar yüklenmektedir. Son aşamada devletin yetkisiyle uluslararası rekabet gücünü arttırmak yönünde önlemler alınmalı hem de normların ve kuralların oluşturularak uygulama geçirilmesi gerekmektedir.¹⁸

Günümüzde yenedünya pazarını oluşturan esas bileşenler beş grup olarak tanımlanmaktadır.

Birincisi, az gelişmiş ülkelerde işgücünün temin edilip üretim sürecine dahil edilerek önemli girdi haline getirilmesi,

İkincisi, bu keşfedilen işgücünün kıymetini artıran faktörün niteliksel olmayıp sömürü seviyesinde ucuza işletilebilmesi,

Üçüncüsü, malların çoğunun çeşitli ülkelerin bir araya gelerek bir sonucun göstergesi,

Dördüncüsü, ulusal devlet kavramının güçsüzleşmesi,

Beşincisi, dünya ekonomik yönetiminin sayıca az olan çokulusluların eline geçmesidir.¹⁹

¹⁸ Coşkun Can Aktan, “Global Rekabet Gücü ve İşletmeler”, Mercek Dergisi. İstanbul: Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) Yayınları, Hanlar Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti., Yıl: 16, Sayı: 61, Ocak 2011, s. 69-78.

¹⁹ Macionis, John J., Plummer, Ken., **Sociology**, A Global Introduction, 2. bs., Pearson Education Ltd, London, 2002, ss. 350-353.

Bugün dünyanın çeşitli mekânlarındaki toplumların yaşamlarını birbiriyle bağlantılı hale getiren şey, piyasa ilişkileri ağının gittikçe dünya çapında yaymış olduğu ekonomik ve sosyal sembollerdir.²⁰

Ülkenin rekabet gücü ülkenin dış ticaret fazlası, gelişmiş ve yüksek teknoloji yapısında barındıran ürünler üretmesi, her türlü endüstri performansı, Ar-Ge faaliyetlerinin gelişmişlik seviyesi ve verimliliği, uzman ve tecrübeli iş gücünün bulunması gibi etkenlere de bağlıdır. Rekabet gücü analiz edilirken bütün bu belirtilenlerin yanı sıra diğer faktörlerinde dikkate alınması lazımdır. Demokratikleşme, vergi yapısı, insan hakları, eğitim kalitesi ve özgürlüğü vb. ülkenin dünya ölçeğinde vaziyetinin belirlenmesinde esas olan kriterler olup, müteaddit uluslararası enstitünün çalışma ve araştırmalarına konu olmuştur.²¹ Yukarıda bahsi geçen tarif ve yaklaşımlardan yola çıkarak ulusal rekabet gücünün üç temel hususiyeti tanımlanabilir:

1. Rekabet gücüne iye olmanın asıl amacı, ülkedeki hayat koşullarını ve vatandaşların refah seviyesini artırmaktır. Artan refah seviyeleri ticaret, yatırım ve üretim gibi etkinliklere ehemmiyet vermek ve ülkedeki bütün müesseseler arasında el birliğini daha da artırmak ve uzmanlaşmayı desteklemekle olabilir.
2. Mal ve hizmetleri üretmek ve dağıtmak yönünde rakip ülkeleri belirleyebilmek için ülkenin yetenek, potansiyel ve özelliklerinin kendine has olması gerekir ve bunları geliştirmek için odaklanmalıdır.
3. Ülkenin rekabet gücünün analiz edilmesinde sayısız belirtke kullanılmaktadır. Örn: Uluslararası pazar payı, ülkenin ticaret bilançosu, istihdam vb.²²

2.1.1 Beşeri Sermaye

Günümüzde rekabet gücü üstün seviyede olan ekonomilerin bilgi odaklı mikro teknolojiler geliştirebilen bilgi kökenli ekonomiler olmaları ilgi çekicidir. Ekonomik açıdan bilginin bir değer olarak önemi artmaktadır. Bu husus, bilginin elde edilmesine, dağıtılmasına ve kullanılmasına özgü yatırımların artırılmasını da

²⁰ Butler Eamonn, **Hayek**, çev. Yusuf Ziya Çelikkaya, Liberte Yay., Ankara, 2001, s.61.

²¹ Emin Çivi vd., a.g.m., s. 19.

²² Çivi, a.g.m., s. 7.

beraberinde gerektirmektedir. Bu sayede insanın bilgi beceri ve kabiliyetlerinin geliştirilmesi için uygulanan yatırımlar olan beşeri sermaye yatırımları çok önemli hale gelmektedir. Beşeri sermaye yatırımları ekonomik büyüme ve gelişmenin elde edilmesinde fiziki yatırımlar kadar önemlidir. Bu yatırımlar uzun vadede fiziki yatırımların artışına sebep olduğu gibi yerel ekonominin uluslararası rekabet gücünün artışına da etki etmektedir.²³

Üstünlüklü bir teknoloji difüzyonunun ilk elementi beşeri sermaye yatırımdır. Stok ve akım olmak üzere bu yatırımın iki boyutu vardır. Niteliklerin, yeteneklerin geliştirilmesi ve yükseltilmesi ise yeni yetiştirilmiş personelin iş gücüne katılımı ile sürdürülür. İş gücünün daha iyi eğitimi onların daha gelişmiş ve sofistike yeni yöntemlere uyum sağlama seviyesini artıracaktır. Beşeri sermayeye daha geniş ve daha ileriye dönük yatırım yapan ülkeler gelişen teknolojilerin üretilmesinde öncülük etmekte şanslılardır.²⁴

Devlet ve sanayi, bu konudaki politikalarını birbirini tamamlayıcı unsurda ve ortaklaşa olarak oluşturmak mecburiyetindedir. Bilim ve teknoloji alanı kabiliyetli ve zeki insan gücünün zaruri olduğu bir alandır. Uluslararası rekabette ileriye dönük yaşayabilmek için her ülkenin ve her firmanın kendilerine mahsus bilim ve teknolojileri olması gerekmektedir. Bu sebepten sanayi- üniversite-devlet üçlü yapı arasında muhtelif birlikteliklerin oluşturulması ve işletilmesi mecburi durum haline getirilmiştir.²⁵

Shultz, insan gücünün mühim bir üretim aracı olduğunu söylemiştir. Fiziki sermayenin yanı sıra insan gücünün de geliştirilmesi gerektiğini, aksi halde istenilen seviyeye ulaşılamayacağını önemle vurgulamıştır. Shultz'a göre teknoloji yöneten ve geliştiren insandır. Bu halde fiziki sermayenin etkili meydana getirilmesi ve kullanılmasını temin edecek tek unsur insan gücü faktörünün ilerlemesi ve verimliliğidir. Gerçekten AGÜ'de görülen

²³ Asuman Altay ve M. Vedat Pazarlıoğlu, "Uluslararası Rekabet Gücünde Beşeri Sermaye: Ekonomik Yaklaşım", **Selçuk Ü. Kahraman İ. İ. B. F. Dergisi**, Sayı 12 Y. 9, Haziran 2007, s.98.

²⁴ Henry Ergas, "Does Technology Policy Matter" içinde, *Technology And Global Industry: Companies And Nations in the World Economy*, Guile, B. And Brooks, H. (eds), Washington, D.C: National Academy Press.1986, pp.191-245.

²⁵ Muhittin Oral, "**Rekabet Gücü Ölçümü ve Strateji Saptanması**" içinde Türkiye Sanayiinin Rekabet Gücü ve Stratejisi, TMMOB, Sanayi Kongresi Bildiriler Kitabı I.Cilt, Makine Mühendisleri Odası, Ankara 1993, s.11.

- Düşük okuma-yazma oranı,
- Plansız nüfus artışı,
- Gelir dağılımındaki bozukluğa bağlı gelişen kötü beslenme ve kötü barınma koşulları,
- Yüksek orandaki iş kazaları,
- Verim düşüklüğü,
- Teknoloji üretememe ve teknolojik gelişmeleri takip edememe,

gibi sorunlar bu ülkelerde beşeri sermaye yatırımlarıyla ilgili altyapının önemini ve ne sebepten geliştirilmesinin mühim olduğunu açıklamaktadır.²⁶

Beşeri sermaye, insana ait vasıfların değeri olarak anlatırsak, insanın niteliğinin gelişmesine yardım edecek her faktör, bir beşeri sermaye faktörüdür. Eğitim, sağlık, beslenme, konut ve göç olgusu her birisi beşeri sermaye faktörüdür. Nitelikleri geliştirecek en esasi şartın “eğitim” olduğu umum onaylanmaktadır. Bu hususta beşeri sermayenin belli başlı dayanak noktası eğitim diyebiliriz ve bu kanıt ileri sürülebilir.²⁷

Beşeri sermayenin, ekonomik büyümenin esas determinantlarından birisini meydana getirdiği artık çağımızda bir hakikattir. Başta yatırımların fiziki kapasitelerinin aktif kullanımı beşeri sermayenin artışına sebep olmuştur. Bununla birlikte üretim artışları için eğitim kurumlarında verilen eğitimde ve iş başında kazandırılan mesleki kurslardaki artış, birey başına beşeri sermayenin yani işgücü kalitesinin artmasına neden olmuştur.²⁸

Diğer bir ifadeyle, beşeri sermaye nazariyeye göre bireye yapılan yatırımlar, üretimde artışa neden olmaktadır. Beşeri sermaye kuramının özünde bireylerin eğitim seviyesi esas etmen olarak yüze çıkmakla birlikte ekonomik büyümenin ve kişi başına gelir farklılıklarının belirleyicisi haline gelmiştir.

Beşeri sermaye yatırımları ve büyüme değerlerinin yüksek olmadığı bir ekonomi özellikle gelişmenin gösterge gücü olan sanayi üretiminde başarısız olur. Bununla

²⁶ Asuman Altay, ve M. Vedat Pazarlıoğlu, a.g.m. s.99.

²⁷ Asuman Altay, “Beşeri Sermayenin Karşılaştırmalı Analizi”, TÜGİAD Yayınları, İstanbul 2005, s. 96.

²⁸ Erhan Yıldırım, “İktisadın İlkeleri”, Ankara., 1996, s. 38

birlikte bilgi teknolojilerini geliştirme ve hayata geçirme kabiliyetinden de yoksun olacaklardır. Beşeri sermayenin rekabet gücünün esas kaynaklarından olan teknolojinin verimliliğini yükselttiği ve insanların bulgu yeteneği ve ortamlarını geliştirdiği bilinen bir gerçektir. Böylece uluslararası rekabet için beşeri sermayenin “stratejik” bir rolünün olduğunun söylenmesi yanlış olmayacaktır. Çünkü beşeri sermayeye yapılacak yatırımlar ile gelecekte elde edilecek yenilik ve icatlar ile ülkenin rekabet gücü artırılabilir. ²⁹

Bu bağlamda ülkenin elinde bulunduğu beşeri kaynaklarının etkin idare edilmesi hem de rekabeti arttırmaya yönünde kullanılan yöntemlerin uygulanması çok önemli hale gelmektedir.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra “fiziki sermaye” ile ekonomilerde büyüme ve sosyal ekonomik gelişmenin sınırlı kalmadığı bununla birlikte “beşeri sermaye”nin de etkili olduğu, ortaya çıkardığı değişikliklerin de tesirli olduğu düşüncesi yayılmıştır. Aslında beşeri sermaye kuramının, üretimin fiziki sermaye ile yorumlanamayan bölümünü bütünlemeye yöneldiğini söyleyebiliriz. Beşeri sermaye teorisi ile “verimlilik”, “büyüme”, “istihdam” “gelir dağılımı”, ve “beşeri sermaye” değişkenleri arasındaki bağılıklar mikro ve sosyal refah artışının esas belirticisi olan makro genişlikte incelenmeye başlanmıştır. ³⁰

Artık zamanımızda ülkelerin kalkınmışlık seviyeleri, milli gelir miktarı nispetle; eğitim, sosyal, kültürel ve politik halleri de dikkate alınarak ölçülmektedir. Bir ülkenin gelişmişliğin önemli ölçütü olarak iktisadi gelişmeyi kişi başına düşen mal ve hizmet birimleri üzerinden tanımlandırılabilirdiği gibi, birey başına düşen eğitim ve sağlık harcamaları da bu ölçütler arasında sayabiliriz. Bunlarla birlikte okur-yazarlık ve okullaşma oranı, ortalama yaşam süresi, aktif nüfusun eğitim düzeyi ve öğrenci eğitim düzeyi vb gibi değerler ülkenin gelişmişliğinin işaretidir. ³¹

²⁹ Esat Bakımlı, “Uluslar arası Rekabet Gücü:Ölçümü ve Önemi”, İç:Uluslararası Rekabet Surecinde Türkiye, der: M.Faysal Gokalp-C.Yenal Kesbic, Beyaz Yayınları, İstanbul. 2005

³⁰ Asuman Altay ve M.Vedat PPazarlıoğlu, a.g.m. s.103

³¹ C. Dura, “Bilgi Toplumuna Doğru Eğitimde Temel Eğilimler”, **Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Kayseri 1999, s.14.

Elmas Modeli'nde, rekabet gücü ve yeteneğini bilirlerken dört ana faktörden söz etmektedir. Bu faktörler ise elmasın dört köşesini oluşturmaktadır. Bunlara ek olarak iki dolaylı faktörün incelenmesini gerekli görmüştür. Bu faktörler:

- Bir ülkenin alt yapı ve nitelikli iş gücü gibi faktör şartları,
- Bir ülkede bir endüstri içerisindeki ürün ve hizmetlere olan talep şartları,
- Bir ülkede yer alan bir endüstrinin küresel piyasada rekabet edebilirliğini destekleyecek olan yan endüstrilerinin olması,
- Firmaların stratejileri, sektörel yapı ve birbirleri arasındaki rekabet durumu.

Bu biçimde bir inceleme yapıldığında firmaların nasıl kurulduğunu, düzenin nasıl oturduğunu ve yönetildiğini ortaya koyar. Rekabet unsurunun yapısı ulusların ve endüstrilerin rekabet başarısının da etkiler.³² Yeni bilgi toplumunun oluşumuyla artık, firmalar veya sanayiler rekabet fırsatını veya gücü sağlayabilmek için daha fazla bilgiye ve nitelikli insan gücünü oluşturabilmeye çalışacaklardır.

Bu sayede, rekabet gücü ve başarılı bir büyüme oranı kazanabilmek için beşeri sermayeye daha fazla yatırım yapılmasını kabullenemeyen ülkeler, küreselleşme, artan yatırım-ticaret hacmi ve hızla gelişen ve yayılan teknoloji sebebiyle fikirlerini değiştirmek mecburiyetinde kalmışlardır. Diğer politikalar yani ekonomik, ticaret ve yatırım politikalar yerinde uygulanmazsa, beşeri sermayeye yatırım yalnız başına kalkınma için yeterli olamaz. Uygun şekilde beşeri sermaye kullanılmadığı takdirde de tek başına bu politikalar büyümeye etki edemeyecektir ve büyüme geçici olarak duracaktır.

Yeni toplum içinde geleceğin anahtar endüstrilerine sahip olmak isteğinde bulunan bilinen zengin ülkeler dahi boş durmayacaklar. Eskisinden daha yüksek bir rekabet gücünü elde edebilmek için sağlanması gereken çevre ve koşulları oluşturmaya ihtiyaç hissedeceklerdir. Bunun gibi bir ortamda bireylerin bilgilerinin, becerilerinin ve eğitimlerinin gelişiminin sağlanması ve desteklenmesi verimliliğin artmasına, yatırımların sağlanmasına ve bunlar sayesinde de büyümeye vesile olacaktır. Bu durum yükselen gelirler vasıtasıyla artan yaşam seviyesi için ihtiyaç duyulan

³² Porter, M.E. "The Competitive Advantage of Nations", Harvard Business Review, April 1990, s.73.

kaynakların oluşturulmasını, gelir dağılımının daha adil bir durum haline gelmesini sağlayacaktır. Eğitim, sağlık hizmetleri, barınma ve sosyal güvenlik vb sosyal koşulların daha iyi bir şekilde oluşmasını temin edecektir. Bütün sağlanan bu koşullar kalkınmaya ve gelişmeye doğrudan tesir edecektir.³³

2.1.2 Eğitim Süreci

Uluslararası arenada rekabet gücüne sahip olmak isteğinde olan bir ülkenin kalkınma modeli, iye olduğu faktör şartlarına uyumlu şekilde ilerletilmelidir. Faktör şartları olarak toprak, işgücü ve sermaye faktörleri bahsedilmektedir. Örneğin, eğerde bir ülkede eğitimsiz işgücü yoğun bir şekilde hâkimse, uluslararası alanda rekabet edebileceği mallar emek- yoğun olacaktır. Bunun tersine eğer işgücü yüksek düzeyde eğitime sahip ise bu halde rekabete konu olacak ürün ve hizmetler eğitimli insanların kabiliyetini yansıtacak şekilde gerçekleşecektir.

Toplumsal eğitim seviyesinin artmasıyla yeniliklerin yayılması ve gelişen teknolojiye uyum sağlama hızı da artmaktadır. Hasebiyle, eğitim seviyesi, gelişme ve katma değer için lazım olan AR-GE yatırımlarının da artışına sebep olur.³⁴

Ekonominin icabına elverişli bir eğitim sistemi, ülkelerin gelişme görüngelerinde belirleyici bir güç pozisyonunda olmuştur. Kişi başına düşen gelir seviyesinin yanı sıra, özellikle bir ülkede eğitim seviyesini gösteren okullaşma oranı, okur-yazarlık oranı, eğitimin bütçe ve milli gelir içindeki payı, mesleki-teknik eğitim düzeyi, nüfusun ilk, orta ve yüksek öğretimdeki dağılımı gibi endeksler de sosyoekonomik gelişme seviyesini belirlemekte dikkate alınması gereken çok önemli ölçütler haline

³³ S. Silya., “Human Resources Development For Competitiveness: A Priority For Employers”, Paper presented at the ILO Workshop on Employers' Organizations in Asia-Pacific in the Twenty-First Century Turin, Italy, 1997, 5-13 May, p.1-20. aktaran GÖKÇEN, Bilgehan. “Beşeri Sermayenin İktisadi Gelişmedeki Rolü ve Önemi: Adana İline İlişkin Bir Uygulama” Yüksek Lisans Tezi, Adana 2006.

³⁴ P. A. David, “Knowledge, Capabilities and Human Capital Formation in Economic Growth”, New Zeaand Traesury Working Paper, 2001, p.01-13.

gelmiştir. Böylelikle, geleceğe yönelik eğitim yatırımları, ülkelerin gelişmişlik farklılıklarını da aksettiren mühim bir belirti niteliğinde kabul edilmiştir.³⁵

Bu sebepten de her devirde eğitim süreci, sosyal yapı yönünden biçimlendirilerek, insanın topluma kazandırılmasını maksat edinen, bireyde oluşması istenen değişikliklerin hal, hareket ve davranışlarında da yansımaları etmesini isteyen bir doğrulamla şekillendirilmiştir. Eğitim toplumun beklentilerini çok yönlü bir işlevsellik süreç içerisinde karşılamayı üzerine yüklenmiştir.³⁶

Crawford'un bu hususta yayınladığı çalışmada eğitimden üç türe ayrılmış olarak bahsetmiştir.³⁷

- Resmi Eğitim: İnsanın kendi imkânlarıyla katıldığı bu eğitim sürecinde, bilginin resmi bir dağılımla kazanılması esastır.
- İş başında Eğitim: Üretimle ilgili bilginin, çalışma yoluyla kazanılması.
- Bireysel Öğrenme: Bilgi, öğrenme ve kabiliyet sürecinde lazım olan çevresel faktörlerle alakalı bilginin toplanması.

Eğitim, kişiye bireysel anlamda yarar sağlamanın yanında toplumsal açıdan da çok önemli faydalar sağlamaktadır.

Eğitim, kişiye bireysel olarak fayda sağlamakla birlikte topluma da çok önemli faydalar sağlamaktadır. Eğitim sadece iş gücünün kalitesindeki iyileşmeler yoluyla değil, ancak aynı zamanda yenilik yoluyla da büyümeye bit katkıda bulunabilir. Bireyleri daha uzun sürelerle eğitim görmeye özendirmeyi amaçlayan politikaların, sadece ilgili bu bireylere faydalı olmaksızın, ekonominin bütününe faydalı olacağı açıktır. Ulusal ekonominin tüm düzeylerinde iyi eğitim ve öğretim görmüş elemanlar olmaksızın, hiçbir yeni teknik veya modern verimlilik artırma planı, etkili bir

³⁵ S. Doğan ve H.Y. Bozkurt “Eğitim-İktisadi Büyüme İlişkisi ve Türkiye İçin Koentegrasyon Analizi” 2003, aktaran GÖKÇEN, Bilgehan. “Beşeri Sermayenin İktisadi Gelişimdeki Rolü Ve Önemi: Adana İline İlişkin Bir Uygulama” Yüksek Lisans Tezi, Adana 2006.

³⁶ F.Başkaya , “**Özgür Üniversite Kavram Sözlüğü: Söylem ve Gerçek**”, Türkiye Ve Ortadoğu Forumu Vakfı, Maki Basın Yayın.2005, ss. 151-156.

³⁷ Krause, A.W. “Human Capital Skilling, FDI, and Economic Development: Toward Equity”, Paper presented at the Association for Social Economics (ASE) at the ASSA meetings in NewYork, NY; 3-5 January 1999. Title of Session: “Economic Justice: Concerning Income and Its Sources”1999, p.1-30.

biçimde uygulanamaz. Bundan dolayı, güçlü ve uzun dönemli bir eğitim ve öğretim politikası hükümetin birincil öncelikli işleri arasında olmalıdır.³⁸

Eğitim ve öğretim ile rekabet gücünün esas belirleyicilerinden olan verimlilik arasında önemli ve iyi yönde bir ilişkinin olduğu birçok çalışma ile sabitlenmiştir. Değişik ülkeler arasında ekonomik başarının basit bir mukayesede bile, ekonomik büyüme açısından veya verimlilik açısından en üstün sonuçların, insan gücünün en iyi öğretim, eğitim gördüğü ülkelerde sonuçlandığı görülmektedir.³⁹

2.1.3 Verimlilik

Rekabet gücünü hem firma, hem endüstri hem de ülke düzeyinde temsil edebilecek etkenlerin başında verimlilik gelmektedir. Toplam faktör verimliliğini esas alan çalışmalarda ülkelerin rekabet gücü karşılaştırılırken, toplam faktör verimliliği yüksek olan ülkelerin uzun vadede hayat kalitesinin daha da iyileşeceği gösterilmektedir.⁴⁰

Hatsopoulos, Krugman ve Summers gibi ekonomistler, rekabetçi ülke ekonomilerinin reel gelirin veya artan hayat kalitesinin yanı sıra etkin bir dış ticaret istikrarını sağlamak durumundadır. İhracatta başarı elde etse bile kişi başına milli gelir düzeyinde azalan bir seyir gözlemlenirse rekabetçi olamaz, tam tersine ihracat başarısı refah seviyesinde sürekli sağlanıyorsa o zaman bir ekonominin rekabetçi olduğunu söylemek mümkündür.⁴¹

İktisatçılar ülkelerarası rekabet gücünü değerlendirirken çoğunlukla iki belirtkeden esaslanırlar. Bu göstergeler ‘toplam faktör verimliliği (TFV)’ ve ‘kişi başına milli

³⁸ Joseph Prokopenko, “Verimlilik Yönetimi”, S. MPM Yayını, İkinci Baskı, Ankara.1992

³⁹ Prokopenko, Joseph a.g.e, 92.

⁴⁰ Muhittin Adıgüzel “Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme” **Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi**, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası Kırgız -Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, S:37, Temmuz-Ağustos 2013, s. 4.

⁴¹ Hatsopoulos, Krugman ve Summers, “U.S.Competitiveness: Beyond the Trade Deficit”, Science 1990, pp.299-307.

gelir artışı'dır. Bryan rakipleriyle aynı ya da daha üstün seviyede verimlilikte sürdürülen endüstrini daha kabiliyetli olarak nitelendirilmiştir.⁴²

Khemani de, Bryan'la aynı fikirleri paylaşmakla birlikte, rekabet gücünün verimlilikle aynı manada kullanılmasının doğru olacağını düşünenlerin taraftarıdır.⁴³

AGÜ'de verimlilikte başarı elde edebilmek için öncelikle sağlık, eğitim ve altyapı alanlarında yatırımlar ön plana çıkmaktadır. Fakat bu alanlarda verimliliklerini sağlamış olan ülkeler için, verimlilikteki iyileşmeyi sağlamakta bu alandaki yatırımlar yeterli olmadığından gelişme sürecinde her ülkenin durumuna layık politikaların öncülük edilmesi göz önüne tutulmalı ve buna göre değişime ve gelişime gidilmesi zaruridir.⁴⁴

Firmaların, endüstrilerin ve ülkelerin toplam verimliliği arttırabilme gücü olarak nitelendirilen rekabet gücü, insan kaynaklarının sermaye ve doğal kaynakların yenilenmesine, geliştirilmesine uyum sağlayabilmeye ve teknolojik gelişmeleri hızlı benimseyebilmeye bağlı olarak rekabet gücünün arttırılabilmesi mümkün olur. Sektörler içi ve sektörler arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi verimlilik artışına büyük tesir etmektedir.⁴⁵

Ülkelerin mali piyasalarını dengeli düzeye getirerek borçlarını hafifletme uğrındaki maksatlarının rekabet güçlerini artırıcı şekilde düzeltmelerle arka çıkılması lazımdır. Aynı durumdaki gelişmekte olan ülkeler için yapısal reformlar ve yüksek oranlı büyüme performanslarının uygulanması rekabet güçlerini arttırabilmesine yardımcı olacaktır. Bu durumda ekonomik büyüme de sağlanmaktadır. Rekabetçi ekonomilerin verimlilik artışlarını güvenceleştirecek vasıflara sahip oldukları bilinmektedir. Sahip oldukları unsurlarla yüksek oranda gelir sağlayabildikleri de gerçektir. Rekabet gücünün statik ve dinamik bileşenleri vardır. Bir ülkenin verimlilik düzeyi “yüksek gelir düzeylerini sürdürebilme yeteneğini” açıklamakta

⁴² A. Bryan, Canada in the New Global Economy: Problems and Process, Toronto: John Wiley and Sons, 1994, s.206.

⁴³ R. S. Khemani, “Fostering Competitiveness” 1997, <http://www.cipe.org/mdf1997/foster.htm>

⁴⁴ A.Lopez-Claros vd, “The Global Competitiveness Index: Identifying the Key Elements of Sustainable Growth”, Global Competitiveness Report 2006-2007, WEF, 2006, s.3-50.

⁴⁵ Çivi, a.g.m., s.23.

hem de yatırımların geri dönüşüm oranlarında ana belirleyici olmakta, “yatırımların geri dönüşü” de bir ekonominin büyüme potansiyelinin esas faktörlerindendir.⁴⁶

URG etkileyen unsurlar olarak mikro-makro ekonomik, fiyat-fiyat içi-dişi, niteliksel, sosyal vb birçok faktör kullanılmaktadır. Bunun yanında endüstri bazında URG tanımında ise rekabet gücünün verimlilikten kaynaklandığı söylenmektedir. Daha az girdiyle daha çok çıktı üretilmesini verimliliğin sağladığı ve rekabet etme kabiliyetini belirleyen esas ögenin de üretkenlik /verimlilik oluşu ifade edilmektedir.⁴⁷

Bir ülkenin refah seviyesini verimlilik düzeyi belirler. Verimlilik seviyesi ülkenin insan kaynağı, sermaye ve doğal kaynaklarıyla kişi başına üretilen ürün ve hizmetlerin değeri ile ölçülür. Verimlilik, fiyat düzeyi ile ölçülen ürün ve hizmetlerinin değerine olduğu gibi, bu ürün ve hizmetlerin üretim sürecinin etkinliğine de bağlıdır. Verimlilik yüksek ücret düzeyini, ciddi para birimini ve sermaye yatırımlara bağlı getiriyi desteklemektedir. Bunların neticesinde hayat kalitesini yüksek düzeye ulaştırır. Bu sebepten rekabet gücü verimlilikle ölçülmektedir. Uzun yıllardır ekonomik araştırmacılarının esas konularından birisi, ülkeler arası verimliliği etkileyen faktörlerin belirlenmesi olmuştur.

Gözleme dayalı araştırmalar, çok miktarda göstergiyi içeren veri grupları sayesinde verimliliği etkileyen faktörlerin etki seviyelerini test etme şansı tanımıştır. Bu sayede verimlilik, üretim sürecinde kullanılan girdilerin üretilen ürünlere oranı olarak tanımlanabilir. Verimlilik sayesinde sağlanacak artışlar rekabet gününü olumlu şekilde etkiler ve uzun dönemde ülkenin büyümesine yol açar.⁴⁸

Rekabetçi bir firma olabilmek için, firmanın diğer firmalara oranla az maliyetle daha çok üretim üretebilmesi, yüksek seviyede katma değer sağlayabilmesi lazımdır.

⁴⁶ “ Türkiye’nin Küresel Rekabet Düzeyi 2012-2013”TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu - REF1. Basım: Kasım 2012. İstanbul.

⁴⁷ J. Markusen, (1992), Productivity, Competitiveness, Trade Performance and Real Income: The Nexus Among Four Concepts, Supply and Services Canada, p.13, Ottawa. and I.A.Bryan (1994), Canada in the New Global Economy: Problems and Process, John Wiley and Sons,p.32 Toronto. Aktaran Sevda Yapraklı “Uluslararası Rekabet Gücünü Etkileyen Makroekonomik Faktörler: Türk İmalat Sanayi Üzerine Bir Uygulama”.

⁴⁸ C.Can Aktan ve İstiklal Yaşar Vural, **Rekabet Gücü ve Türkiye**, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları, 2004b, s.118.

Firmaların çalışma yürüttükleri bölgedeki çalışma maliyetleri firmanın verimliliğini etkilemektedir. Fiziki altyapı (iletişim, ulaşım vb), girdi (enerji, hammadde vb) ve hukuki altyapı (mülkiyet haklarının korunma seviyesi, yönetmelik yükü v.b) dan kaynaklanan maliyetler firmaların verimliliğini ve rekabet gücünü etkilemektedir.

Firmanın rakipleriyle aynı düzeyde veya daha üstün bir konumda olması yani düşük maliyetli ve daha nitelikli mallar üretmesi, ürünün kalitesinin, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliğinin olması, yenilik ve icatları fazla masrafa girmeden yapabilmesi firmaları rekabetçi bir firma seviyesine çıkaracaktır.⁴⁹

2.1.4 Organizasyon ve Yönetim Kalitesi

Dünyamızda haberleşmenin yayılması ve bilgi işleme teknolojisindeki gelişmeler, küreselleşme, uluslararası rekabet ve insan haklarındaki değişimler ve gelişme faktörleri yeni bir yönetim düşüncesinin ve organizasyonların oluşumuna zemin hazırlamıştır. Bu durum işletmeler açısından da değişimlere yol açmıştır. İşletmelerin yönetiminde yer alan önemli yeni gelişmeler bireyler ve organizasyonlar için “sürekli gelişim” mecburiyetini getirmiştir. Yeni küresel yönetim anlayışları; insan, kalite, strateji, sinerji ve bilgi olmak üzere beş esas unsurdan oluşmaktadır. Küresel yönetim biçiminde insan ön plandadır ve onun yetenekleri dikkate alınır ve her şeyin insan için organize edilir. Bu yüzden insan unsuruna atfedilerek işletmelerde bir değer olarak yönetimin esas başlıkları oluşturulur. Japonya ve ABD’deki çalışmaların neticesinde kalite unsurunda organizasyonda liderlik, insan, yönetim, sistem ve ürün kalitesinin bir arada ele alınmasını ve üzerinde gelişmelerin yapılmasını, kalite kontrol çalışmalarının yapılmasını ve kalite güvence sistem standartlarının yola koyulmasını hedefleyen Toplam Kalite Yönetimi oluşturulmuştur. 1990’lardan sonra organizasyonların amaçlarına ulaşma yolunda organizasyon içindeki ve dışındaki olasılıkları göz ardı etmeden etkili stratejiler geliştirmesi, organize edilmesi, planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesini sağlayacak olan Stratejik Yönetim olarak adlandırılan yeni yönetim anlayışı geliştirilmektedir. Strateji terimi adı altında başlatılan bu yönetim biçimi organizasyonda günümüze kadar önem kazanarak

⁴⁹ İ.Yaşar Vural, a.g.e, s.188.

gelmektedir. Bir işi gerçekleştirmek gayesiyle bir araya gelen insanların heyecanlı bir şekilde birlik içinde uyumlu zamanlama ile hareket etmesi ve işin neticesinde de elde edilen değerin verdiği sevinç ve işbirliği ruhuna da sinerji (görevdeşlik) adı verilmiştir. “Bilgi odaklı yönetim”, yeni yönetim felsefesi olarak ta ifade edilen bu unsur dünyadaki adı belli yeni temel teknolojilerin yani “bilgi teknolojileri” ve “jenerik teknolojileri” alanındaki gelişmeleri organizasyonda uygulanmasını önermektedir.

Bütün dünyada bilim ve teknolojinin gelişmesiyle benimsenen iletişim vasıtalarıyla insanlarda dünyadan haberdar olma, bilgiye hızlı ulaşma ve adaleti arama bilincinin gelişmesi vb küresel bazda değerlendirme yapmalarını sağlamaktadır. Günümüzde artan toplumsal meselelere milletler nezdinde değil toplumun her tabakasının organizasyonu çözüm bulmaya başlamıştır. Başarılı bir yönetim sistemi; tecrübesiz yönetici kişinin vermiş olduğu hasarın azami olduğu sistemdir. İyi bir yönetim fazla denetleme ve denge mekanizmasına sahiptir. Bu gün dünyada özgürlük talepleri toplumlar arasında artmıştır. Yönetilmek yerine, öz yönetim becerisine sahip bireyler içinde bulunduğu organizasyonları beraberce yönetmenin taraftarıdır.⁵⁰

İşletme yöneticileri ekonomik, toplum ve siyasi ortamın şartlarına uyum sağlayabilmek için daima çabuk, hızlı, yerinde ve isabetli kararlar almak zorundadırlar. Aldıkları bu kararlar ise işletmelerin devamlılığını belirlemektedir. İşletmelerin çalışma yürüttüğü ortam sürekli bir gelişimi kolladığından, yöneticinin bu gelişimlere hazır olması lazımdır. Zamanında gelişmeleri görmesi işletmelerin amacına uygun şekilde kararlar alması ve uygulaması gerekir. Yönetici bir “beyin” görevini yürüterek işletmeyi amaçlarına ulaştıracak, çevre ile uyumunu sağlayacaktır.⁵¹

Planlama, organizasyon, yöneltme, koordinasyon ve kontrol gibi işlevlerin nizam içinde bir arada tahakkuk etmesiyle yönetim ve organizasyon faaliyeti meydana gelmektedir. Organizasyonel ve yönetim faaliyetlerinin geliştirilmesi, etkinliklerinin kolaylıkla sağlanabilmesi ve engelleme potansiyelleri Lado ve Wilson tarafından ele

⁵⁰ Metin Arslan, İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon Ders Notları, Harran Üniversitesi, Birecik Meslek Yüksekokulu, 2016, s.111.

⁵¹ Arslan, a.g.e., s.112.

alınmıştır ve incelemeler neticesinde aşağıda verilen yeteneklerin rekabet üstünlüğü elde etmede yararlı olacağı savunulmuştur:⁵²

- Yönetsel yetenekler
- Stratejik bir vizyon oluşturulması
- Organizasyonel çevrenin tasarlanması
- Girdi esaslı yetenekler
- İş gücü pazarındaki eksikliklerden faydalanmak
- İçsel bir iş gücü pazarının yaratılması
- Firmaya özgü insan gücüne yatırım yapmak
- Dönüşüm esaslı yetenekler
- Yenilik ve girişimcilikten yararlanmak
- Organizasyonel öğrenmeyi teşvik etmek
- Organizasyonel kültürü desteklemek
- Çıktı esaslı yetenekler

Gelişen dünya şartlarına uyum sağlayabilmek ve rekabet ortamında başarıyı yakalayabilmek işletmeleri gelişmeye açık hale zorlamaktadır. İşletmelerin bu oluşuma ayak uydurabilmesi için ilk aşamada küresel bir kimlik oluşturmaları lazımdır. Bir sonraki aşama ise işletmelerin kültürel yapısındaki değişimlerdir. Bu değişimler yapılacak hamlelere ve yeniliktir, icatlara dayanak olacak bir yapıya kavuşturulmalıdır.⁵³

Her şeyin değişme ve gelişme süreci içerisinde devam ettiği dünya hayatında ortaya atılan ekonomik, teknolojik ve sosyal açışlar organizasyonlarda da çok taraflı etkiler yansıtmakla birlikte işletmelerin sistemleri ve işleyiş yöntemlerinde değişikliklere yol açmıştır. Küreselleşmenin yayılmasıyla işletmeler organizasyon geliştirme ve değişim yöntemi üzerine yoğunlaşmaya başlamışlardır. İşletmelerin rekabetçi olabilmek ve müşteriye iyi ve kaliteli hizmet sunabilmek için işletmeyi köklü bir değişime sürüklemesi günümüz işletmeleri açısından zor bir durumdur. Organizasyon geliştirme yönetim bilimine yeni girmiş bir terimdir. Değişim yönetim

⁵² Lado, A.A ve M. C. Wilson (1994); “Human Resource Systems and Sustained Competitive Advantage: A Competence-based Perspective”, Academy of Management Review, 19 (4):699-727
Aktaran Adıgüzel. Muhittin

⁵³ Arslan, a.g.e., s.114.

kavramı kapsamında ifade edilen süreç yenileme, organizasyon geliştirme, yeniden yapılandırma ve yenilenim gibi kavramlar faaliyet yapmakta olan kuruluşlarda sürekli gündemde olduğundan değişim mühendisliği olarak adlandırılmıştır. Kurumların organizasyon geliştirme etkinlikleri sayesinde kesin olarak etkin ve verimli bir usulle değişimi gerçekleştirmesi esastır.⁵⁴

Günümüzde kısıtlı olan zamanı, iyi ve verimli yönetmek hem bireyler için hem de işletmeler için önemli mevzu durumuna gelmiştir. İşletmelerde işverenin ve çalışanın zamanı iyi ve verimli kullanması, zamanını yerlikli yönetmesi lazımdır. Bireyin ve işletmenin zamanı verimli kullanması için zaman kayıplarının giderilmesi gerekir. İşletmelerde; maaş ödemesi, bir senelik kar, bir senelik plan, bir aylık kira vb gibi yapılan bütün işler zamana bağımlıdır. Bu yüzden de firmalar rekabet alanında rekabetçi diğer firmalar ve zaman ile hareket etmek zorundadır. Günümüzde firmaların zamanı verimli kullanması ve bu hususta yeni metotlar geliştirmesi rekabet ortamında başarılı olmalarını sağlar. Organizasyon işlerinde de başarının çözümü olan verimlilik artışı için verimliliği azaltan unsurlardan kurulmak gerekir. Zaman ve hareket babındaki ön çalışmalar üretim alanlarında zaman kayıplarını azami düzeye indirmeye yardımcı olur. Üretilen ürünün her bir üretim faktörüne oranı incelendiğinde, bu üretim faktörlerinin her birinin tek tek verimliliğine kısmi verimlilik denilmektedir. Üretim faktörlerinin belirli birimlere indirgeyerek neticenin bu faktörlerin cemine oranı alındığında toplam verimlilik ortaya çıkar.⁵⁵

2.1.5 Stratejik Yönetim

Strateji kavramı, stratejik yönetim yazınında işletmelerin birbirlerine karşı üstünlük kurmak için takip ettikleri yaklaşımları tanımlamada kullanılmaktadır. Strateji kavramı, Latince kökenli “strategos” kelimesinden gelmektedir ve Türkçe’ye sürme, götürme, gönderme şeklinde tercüme edilmektedir. Genel anlamda strateji, bir sistemin (işletme, şehir, devlet... vb) belirli hedeflere veya sonuçlara ulaşmak için yaptığı bir harekettir. Kavram, Türkçe sözlükte iki anlama gelecek şekilde tanımlanmaktadır. Birinci anlamı, önceden belirlenen bir amaca ulaşmak için tutulan

⁵⁴ Arslan a.g.e. s.115

⁵⁵ Arslan, a.g.e. s.118.

yol şeklindedir. İkinci anlamı ise, daha çok askeri ve uluslararası ilişkiler yazınındaki kullanımına uygun olarak; bir ulusun veya uluslar topluluğunun barış ve savaşta benimsenen politikalara en fazla desteği vermek amacıyla; politik, ekonomik, psikolojik ve askeri güçleri bir arada kullanma bilimi ve sanatı şeklindedir.⁵⁶

Strateji, bir organizasyonun amaçlarına ulaşmak için gerçekleştirdiği geniş ölçümlü hareket planı olarak tanımlanmıştır. Stratejik yöntem, bir organizasyonun amaçlarına ulaşabilmesi için organizasyon içi ve organizasyon dışı kuralları göz önünde bulundurarak etkili strateji oluşturabilmesi, bunların planlamasını, organize etme, uygulanmasını, koordinasyon ve kontrolünü ifade etmektedir. Bir diğer deyişle de yoğun rekabet ortamında bulunan kuruluşların rakipleri ile içinde olduğu bu yarışta galip gelebilmeleri için yapması gerekenleri araştıran bir alana stratejik yönetim denilmektedir. Stratejik yönetim kuruluş amaçlarının gerçekleşmesini sağlayacak kararların incelenmesi, hazırlanması ve uygulanması için faydalanan teknikler; durum ve strateji analizleri ve uzlaşma ve karar verme analizleri iki başlık halinde ele alınmıştır. Durum ve strateji analizi teknikleri organizasyonun iç ve dış durum değerlendirmesi yapmak, strateji oluşturmak ve alternatif stratejiler arasında en uygun olanının seçmek için yayar sağlarken, uzlaşma ve karar verme teknikleri ise strateji seçiminde ve karar verme sürecinde kullanılmaktadır.⁵⁷

Rekabetçi üstünlükleri sürdürebilmenin, işletmenin kendisini rakiplerinden farklı bir boyuta taşıyabilmesiyle bağlı olduğu düşünüldüğünde rekabet stratejilerinin dinamikliğinin ve farklılığının ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Fark oluşturan işletme stratejileri ise işletmelerin, pazarda, üründe, müşteri beklentilerinde karşılaşılan değişiklikleri ve bu değişikliklerin beraberinde getirdiği risk ve fırsatlara duyarlı olmayı, yeni oluşumları değerlendirip, rakiplerin stratejileriyle eşleştirerek kendi yönetim anlayışlarını ve işletme fonksiyonlarını sürekli güncellemelerini sağlayan stratejilerdir.⁵⁸

Strateji yönetimi, rekabet imkânı sağlayacak yöntemleri bulmaya ve uygulamaya yönelik bir yöntemdir. Rekabette yükselme çabası göstermekte olan şirketler için

⁵⁶ Hasan Eren vdğr., **Türkçe Sözlük**, C.2, TDK. Yay., Ankara 1988, s.1341.

⁵⁷ Arslan, a.g.e. s. 121.

⁵⁸ Nevriye Altuntuğ, “Küresel Rekabet Ortamında Ayırteci ve Sürdürülebilir Üstünlükler Bağlamında Temel Yetenek Tabanlı Stratejiler Ve Bir Uygulama” Doktora tezi, Isparta, 2007

değişimin giderek hızlandığı çağımızda stratejik yönetim, önemli bir hale gelmiştir. Stratejik yönetimde özgüven ve kabiliyet, hesaplanabilir riskleri göze alabilme ve hedefe ulaşabilme yollarını kolaylaştırmaktadır. Stratejik yönetim; toplam kalite, çıplak üretim, yeniden yapılanma, müşteri memnuniyeti, çalışanların memnuniyeti gibi yönetim unsurlarıyla birlikte kullanılır.

Stratejik Yönetimin Özellikleri: ⁵⁹

1. Stratejik yönetim her şeyden önce üst yönetimin bir işlevidir.
2. Stratejik yönetim geleceğe dönük ve işletmenin uzun vadedeki gayeleri ile ilgilidir.
3. Stratejik yönetim işletmeyi bir sistem olarak görür ve açık bir sistem olarak tanımlar.
4. Stratejik yönetim işletmenin gayeleriyle toplumun menfaatlerini bütünlük içerisinde ele alır.
5. Stratejik yönetim alt kademe yöneticilerine rehberlik eder.
6. Stratejik yönetim işletmenin kaynaklarının en verimli şekilde dağıtımıyla ilgilidir.
7. Stratejik yönetimin karar vermede kullandığı bilgilerin kaynak ve verileri farklıdır.

Stratejik yönetim, kendine has unsurların yanında işletmelerin belirledikleri amaçlara ulaşmak için genel yönetim özelliklerini de taşımaktadır.

2.1.6 Yatırımlar

Kararsız politik ortamda hükümet uygulamaları ve ithalat kotaları uluslararası pazarlara yerleşmeye mani olabilir. GOÜ’de ve üçüncü dünya ülkelerinde hükümetler sıkça değişime uğrarlar. Bu durum istikrarsız ülkelerde rekabet eden

⁵⁹ Arslan, a.g.e., s. 122.

firmalar açısından avantajlı olup, firmalar stratejik işbirliğiyle bu pazarlara girme imkânı sağlarlar veya doğrudan ihracata koyulurlar.⁶⁰

Üretim faktörlerinin marjinal verimlilik imkanlarından yararlanmak yatırımcıları teşvik ettiğinden verimlilik yatırım kaynağı haline gelmiştir. Yatırımlardaki artışlarda verimlilik artışına sebep olmaktadır. Sermaye maliyetlerindeki azalışta yatırımlar faiz elastikiyetine bağlı şekilde yatırımları artıracaktır.⁶¹

Her büyüklükteki işleme açısından esas önemli unsur içi pazarda ve dış pazarda rekabetçi olabilmek için gereken yatırımlarının oluşmasını sağlayacak finansal kaynaklara sahip olabilmektir. Bunun yanı sıra politik ve çevresel şartların yatırımlar açısından uygunluğunun denetlenmesi işletmelerin rekabet gücüne ciddi anlamda etkilemektedir.⁶²

“Geliştirilmiş Slow modeline dayanarak elde edilen ampirik bulgulara göre yatırım oranı (yatırım/GSYİH) ile kişi başına düşen gelirin büyüme oranı arasında pozitif bir ilişki vardır. Aynı çalışmada yatırım oranının büyüme artı yönde etkilediği belirtilmiş, buna ek olarak kamu yatırımlarının niceliğinin değil, niteliğinin büyüme açısından önemine dikkat çekilmiştir. Zaten hızlı büyüme performansı gösteren ülkelerin bu performansını etkileyen temel değişkeninin hızlı sermaye birikimi olduğu birçok çalışmada vurgulanmaktadır.”⁶³

2.1.7 Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Belirli bir ülkede ikamet eden birey veya işletmelerin yurt dışında servet edinmelerine genel olarak uluslararası yatırım veya yabancı sermaye yatırımı denilmektedir. Uluslararası portföy yatırımı ise yabancı tahvil ve hisse senedi gibi menkul değerlere verilen isimdir. Özge ülkelerde bina, fabrika, arazi vb gibi değerlerin elde edilmesi örneğin bir büyük firma veya çok uluslu şirketin esas

⁶⁰ Ö.İ.Doğan, M. Marangoz ve M. Topoyan, “İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 5, Sayı:2, 2003, s.116.

⁶¹ Anders Isaksons, Thiam Hee Ng, Ghislain Robyn (2005): Productivity in Developing Countries: Trends and Policies, UNIDO Vienna s. 109-110. Aktaran ADIGÜZEL,M.

⁶² Ö.İ. Doğan, M. Marangoz ve M.Topoyan. a.g.m., s.116.

⁶³ Türkiye Ekonomi Kurumu: Büyüme Stratejileri, Tartışma Metni 2003/5, s.18, <http://www.tek.org.tr>.

merkezinin yerleştiği yurdun dışında başka bir şirket oluşturması veya eskiden faaliyette bulunan yerli bir fabrikayı satın alarak ya da sermayesini artırıp, bünyesine alması doğrudan yabancı sermaye yatırımları olarak ifade edilir. Yatırımı gerçekleştiren tarafa ana şirket, yurt dışında sahip olunan şirkete yavru şirket ya da şube denilmektedir. Doğrudan yabancı yatırımlar yavru şirketin mülkiyetine hâkim olmakla yetinmeyip, yönetimini de denetimlerine tabii tutmuşlardır. Yavru şirketin avantajı ana şirkete ait imkânlardan teknoloji, yönetim bilgileri, ticaret sırları vb gibi kolaylıklardan faydalanabilmesidir. Karşılık olarak elde edilen karlarının bir kısmı veya tamamı ana şirkete ulaştırılır.⁶⁴

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatının (OECD) açıklamasına göre doğrudan yabancı sermaye yatırımları (DYSY): bir ülkedeki yerleşik olan firmaların, farklı bir ülkede yerleşik olan firmaların üretim, dağıtım ya da diğer ekonomik faaliyetleri üzerindeki uzun dönemli kontrol hakkını, diğer ifadeyle yatırımcı ve firma arasındaki uzun dönemli bağımlılık ilişkisini ifade etmektedir. Uluslararası alanda etkin rol alan çok uluslu şirket (ÇUŞ)'ler aracılığı ile gerçekleştirilmekte olan bu yatırımlar sayesinde yatırımın yapıldığı ülkelerin sabit sermaye birikimine teknoloji, para sermayesi ve yönetim bilgisi yoluyla katkı sağlanmaktadır. DYSY (foreign direct investments); bir şirketin üretimini, kurulu bulunduğu ülkenin sınırlarının ötesine yaymak üzere ana merkezinin dışındaki ülkelerde üretim tesisi kurması veya mevcut üretim tesislerini satın alması olarak tanımlanmaktadır.⁶⁵

Küreselleşmenin hızla yayıldığı bir düzende ÇUŞ yeni pazarlara girebilmek için DYSY'ı yapmayı tercih etmişlerdir. DYSY sayesinde GOÜ küresel dünya düzeniyle tanışmakta ve uluslararası pazarlarda ticaret yapabilmektedir. DYSY başlangıçta GOÜ'e rekabet gücü açısından engel oluştururken, uzun vadede onları rekabet yarışına hazırlamaktadır.

DYSY'da, yabancı ülkede kurulan şirket ana şirketin doğrudan denetimi altındadır. Bu şirketin üst yönetim kadrolarında da ana şirket tarafından atanan yöneticiler yer alır. Yabancı sermaye yatırımının başındaki dolaysız ya da “doğrudan” sözcüğü,

⁶⁴ Mehmet Harmancı, Çokuluslu Şirketler ve Doğrudan Yabancı Sermaye ve Yatırımları Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Araştırma Müdürlüğü, Ankara, Mart 2004, s.68.

⁶⁵ Erol Bulut ve Çağrı Coşkun, ” Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yerli Yatırımlar Üzerine Etkileri: Türkiye Uygulaması” **Niğde Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** Y.Ekim 2015 C.8.S.4 ss:1-27

işletme yönetimindeki yabancı yönetimi ifade etse de uluslararası portfolyo yatırımları durumunda, bir yabancı tahvil veya hisse senedi satın alınırken şirket yönetiminin doğrudan denetlenmesi mümkün değildir. Uluslararası yatırımlarda yabancı yatırımcı, sermayesiyle birlikte üretim teknolojisi ve işletmecilik bilgisini de getirmektedir.⁶⁶

Doğrudan yabancı yatırımlar, ülkelerdeki yatırımlar için zaruri olan sermaye seviyesini yükselterek döviz yokluğu ve tasarruf yetersizliği gibi kalkınmaya engel teşkil eden unsurları azaltmaktadır. Bu şartlarının sağlanması ile doğrudan yabancı yatırımlar ülkede sermaye oluşumunun gelişmesine yardımcı olmaktadır.⁶⁷

Küresel olarak hızlı yayılan doğrudan yabancı yatırımları geliştirmekte olan ve gelişmiş ülkelerin doğrudan yatırımları teşvik edici politikaları sayesinde gittikçe önem kazanmaktadır. Sermayenin marjinal etkinliğinin fazla olacağı bölgelere ve pazarlara yönelmesi anında, ev sahibi ülkede aranan vasıflar döneme göre değişmektedir. Cihan savaşı sonrası hammadde, sonraki dönemlerde ucuz işgücü, bu gün ise bunlarla birlikte tamamlayıcı politikalar önemli durum haline gelmiştir. Doğrudan yabancı yatırımların önemi hem yatırımcı hem de yatırımı alan ülke açısından değerlendirilmelidir.⁶⁸

Doğrudan yabancı yatırımlar, yatırım yapılan ülkedeki işçilerin kabiliyetini yabancı işçilerin işgücü kalitesiyle arttırmaktadır. Yeteneklerin yaygınlaştırılması ve yoğunlaştırılması ile verimli işçiler kazanılır ve bu kaliteli işgücünün karşılığı yüksek ücretle ödüllendirilmelidir.⁶⁹

Yatırım yapan ülkeden yeni teknolojilerin transfer edilmesiyle, yönetim becerileri ve pazarlamada uzmanlık yerli ülkedeki üretim faaliyetlerini ve üretim faktörlerinin verimliliğini artırmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlar yerli yatırımların artmasını

⁶⁶ Harmancı, a.g.e., s.69.

⁶⁷ M. K. Ercan, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar ile Ülkenin Kalkınmışlığı ve Krizler Arasındaki İlişki", **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi**, Cilt:3, Sayı: 2, 2001, s.87.

⁶⁸ A. Ekinci, **Çin, Yabancı Sermaye, Türkiye**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2005, s.13

⁶⁹ M.Ş. Çetin, "Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Gelişmekte Olan Ülkelere Olası Etkileri: Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi. Isparta, 2008, s.14.

olumlu biçimde etkilemekte olup, yerli sektörlerin girdi ve ara mallar teminini sağlayarak endüstrileşmesini sağlamaktadır.⁷⁰

Genel olarak uluslararası yatırımcılar gelişmiş ülkelerin vatandaşları olup, etkin yönetim, yüksek teknoloji, gelişmiş düzeyde iletişim altyapısı ve üretim bilgisiyle birlikte ciddi bir miktarda sermaye birikimine sahiptirler. Bu sermayenin hareketliliğinin esas olanağı en büyük faydayı elde edeceği mekân, sektör ve yatırım koşullarında yatırıma dönüştürülmesidir. Bu açıdan bakıldığında doğrudan yabancı yatırımların önemi şu şekilde sıralanabilir: ⁷¹

- Sermaye ihracı, fazla tasarrufların ülke içinde enflasyonist baskı yaratmasına müsaade edilmeden değerlendirilmesi açısından önemlidir.
- Değişik sektör ve bölgelerde yatırım yapılarak, sermaye üzerindeki riski dağıtma açısından önemlidir.
- Hükümetlerin alacakları kararlarda sermayenin hareketliliği etkindir.
- Yatırımcının kendi ülkesinde karşılaşacağı standart ve kısıtlamalardan, dışarı çıkmak suretiyle etkilenmeme imkânı sağlar.
- Yatırımcının elindeki eski teknoloji ile üretimi diğer ülkelere yönlendirmek suretiyle katma değeri ve rekabet gücü daha yüksek yeni teknoloji ile üretim gerçekleştirmesine imkân sağlar.
- Ev sahibi ülkedeki sendikaların kurumsallaşma derecelerinin düşük olmasından kaynaklanan işgücü ile ilgili daha esnek şartlar ve işgücünün ucuz oluşu maliyetlerin yatırımcı için düşmesi anlamına gelir.
- Hammaddenin yerinden ve yeterince temin edilmesi, yatırımcı için maliyetlerin düşmesi anlamına gelir.
- Yatırımcının, korumacı önlemler alan ithalatçı ülkenin koyduğu kısıt ve engelleri rahatlıkla aşması konusu önem arz eder.

⁷⁰.Ercan, a.g.m. s.88.

⁷¹ Ekinci, a.g.e.s.13.

- Yatırımcının pazarı ve müşteriye daha kolay takip etme imkânı sağlar
- Ülkelerin yatırım için uyguladıkları teşvikler, yatırımcı için çeşitli avantajlar sunar.
- Yatırımcı, ev sahibi ülkenin sahip olduğu üretim teknolojisinden daha üstün bir teknolojiye sahip olduğu için rahatlıkla pazar payını arttırır ve rekabetçi üstünlükler yakalar.

Doğrudan yabancı yatırımlarda, ev sahibi ve yatırımcı ülkelerin bazı çıkarları ve kazançları karşılıklı olarak gerçekleşmektedir. Yatırımı alan ülke açısından önemi aşağıda sıralanmıştır: ⁷²

- Doğrudan yabancı yatırımlar, kriz karşısında, portföy yatırımları kadar hızlı ve akışkan olamadıkları için ülkeyi terk etmesi kolay değildir.
- Kalkınmasını sürdürebilmek için ev sahibi ülke tasarruflarının üzerinde yatırım yapma imkânına sahip olur. Borçlanmadan uzaklaştırılmış olduğundan bu sayede üretim kapasitesi artar.
- Doğrudan yabancı yatırımlar, yeni iş imkânlarının sağlanması demektir.
- Doğrudan yabancı yatırımlarla gelen ileri teknolojiyi zamanla uyumlu hale getirmek ve geliştirmek için AR-GE etkinlikleri oluşturur. Bu sayede de teknoloji üreten ülke konumuna gelmesi önem kazanır.
- yüksek teknoloji neticesinde işgücü kalitesi iyileşir ve ücretlerin zaman içerisinde yükselmesine sebep olur.
- Doğrudan yabancı yatırımlarla gelen üretim bilgisi ve yönetim becerileri, yatırım alan ülke açısından bu konularda maliyetleri düşürücü etki sağlar.
- Doğrudan yabancı yatırımlar, girdikleri ülkelerde piyasa yapılarında önemli değişikliklere neden olurlar. Rekabet olgusu gelişir ve rekabet ortamının kazanımlar sayesinde ucuzlayan fiyatlarla tüketici refahı, ürün çeşitlenmesi ve piyasaya yeni ürün girişi artar.

⁷² Ekinci, a.g.e, s.15.

- Refah seviyesindeki artışlar hizmetler sektörünü iyileştirir. Gelişen dünyayı takip edebilme beklentileri ve değerlerin günlük hayatın içindeki etkinliği artar, insan hakları ve temel hak ve özgürlükler bilinci gelişir.

Doğrudan uluslararası yatırımlarda yabancı yatırımcı, sermayesinin yanında genellikle üretim teknolojisi ve işletmecilik bilgisini de birlikte getirmektedir. Geleneksel yatırım şekillerinin yanında yeni uygulamalar ortaya atılmış olup, “geri satın alma”, “yap-işlet-devret”, “yap-işlet” veya “işletme haklarının devri” uygulamaları bunlar arasındadır.

Yatırımın yapıldığı ülkede, doğrudan yabancı yatırımların, sermaye birikimini ve üretim kapasitesini artırması, ekonomik büyümeye olumlu katkısı, istihdam artırıcı etkisi, üretim tekniğinin gelişmesi, ülke içi rekabeti artırması ve ödemeler dengesi üzerindeki önemli etkisi nedeniyle birçok ülke tarafından teşvik edilmektedir.⁷³

Yabancı sermaye yatırımlarından beklenen sonuç, ülkenin milli gelir düzeyi ile istihdam seviyesinin artırılmasına, ileri üretim teknolojileri ve yönetim tekniklerinin geliştirilmesine, ülkenin dış ekonomilerle bütünlük sağlanmasına katkıda bulunmasıdır.

2.1.8 Finansal Sistem

Ekonomistlere göre bir ülke yabancı mallara açılmasıyla rekabet artar. Serbest ticaretin mevcut olmadığı durumlarda yerel şirketler, tekel veya oligopol fırsatı yakalayarak marjinal maliyetlerin üstünde fiyat oluşturmaya çalışırlar. Ticaret serbestleşince bu pazarın gücü kırılır. Verimsiz yerel şirketlerin aşırı maliyetleri daha yüksek fiyatlandırma yaparak müşterilere aktarmaları rekabetin artışı sayesinde önlenmektedir.

Serbest ticaret, şirketlerin sadece yerel pazarların büyüklükleriyle sınırlı kalmayıp etkinlikler yapma avantajını da getirir.

⁷³ Çetin, a.g.m. s.11.

Üretimin artmasıyla ortalama üretim maliyetlerinin azaldığı bir sektörde bu durum düşük maliyet ve fiyatları ifade etmektedir. Örneğin, bir otomobil yapımcısı hususi ulusal pazarıyla sınırlı kaldığı halde çok çeşitli modellerden azami sayıda üretmek ya da ölçek ekonomisi sayesinde az çeşitte ve daha çok sayıda üretim yapmak alternatifiyle karşılaşmaktadır.

Hâlbuki serbest ticaret koşulları, hem çok sayıda üretim yapma imkânı sağlayacak hem de çok değişik çeşitte modellere yönelebileceklerdir. Bu sayede kaynakların yeniden dağılımı ve çalıştırılmasıyla sağlanacak yararlarla birlikte ticaretin dinamik kazançlar elde edeceği de gerçektir. Bu durumu da ticaretin daha serbest bırakılmasıyla daha hızlı bir ekonomik büyümenin gerçekleşmesi olarak anlamlandırabiliriz.⁷⁴

Daha öncede bahsedildiği üzere, küreselleşmenin oluşumunda çokuluslu şirketlerin gelişiminin önemli yeri vardır. Fakat modern küreselleşmeyi tek başına çokuluslu şirket girişimciliğine bağlamak yetersiz olur. Burada yüksek oranlı araştırma ve geliştirme etkinliğinin bir sonucu olarak ortaya atılan, 1970’lerin sonlarında bilgisayarlarda işlemcilerin kullanılabilir hale gelmesi üzerinde durulması yerlikli olur. 1980-2000 yılları zaman aralığında üretimin yeniden organize edilmesi ve biçimlendirilmesi noktasında hem de toplumsal ve ekonomik dönüşümün gerçekleştirilmesi yönünde “bir araç olarak” bilgisayarın inkâr edilmez bir rolü olmuştur.

Gerçekte bilgisayarların ekonomik hayatta sunduğu imkânlar sadece bunlarla sınırlı değildir. Çağımızın modern küreselleşme sürecinde sermaye hareketleri bilgisayar ve bilgisayara dayalı diğer donanımlar sayesinde, doğrudan doğruya “elektronik kaydı para”ya ve bunların nominal değişim hareketlerine dayalı hale gelmiştir.

Bilgisayara bağlı iletişim ağının desteğinde uluslararası finansal sistemin gelişmişliğinin aracılık etmiş olduğu elektronik kaydı para, ekonomik işlemlerin üzerinde etkileyici faktör olarak yer almıştır. Bu durum dünya düzeyinde ekonomik ilişkilerin daha öncesine kıyasla genişlemesini desteklemiştir.

Bugün dünya ekonomisinde, üretim –tüketim ve finansal işlemler teknolojiye dayalı bir şekilde gerçekleşmektedir. Artık alım satım hesaplar dahi arasında elektronik transfer aracılığıyla sağlanılmaktadır. Bütün bu yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda bilgisayar olgusu ve kullanımı önemli üst düzeylere ulaşırken, yüze çıkan

⁷⁴ Harmancı, a.g.e., s.69.

gelişme bilginin sayısallaşmasının da yolunu açmıştır. Bilgi sayısallaşmış durumuyla tüm alanlara tıp anından kültür ve eğitime, ekonomik ve finans alanlardan medya-tv yayıncılığına ve diğer alanlara ciddi anlamda bir yayılma ve gelişmeye yol açmıştır.⁷⁵

Çağımızda bilgisayar olgusu ile teknolojik gelişmeler önem ve hız kazanırken, bu gelişmeler ise maddi ortamdan toplumsal ortama birçok alanda değişime yol açmıştır. Zaman içerisinde iletişim modern bir hal alırken, üretim, ticaret, bilgi, kültür ağı dünya bağlamında ele alınabilir ve hızlı değerlendirilebilir duruma gelmiştir. Yüze çıkan bu yeni ortam sayesinde bilginin önemliliği artarken, artık bilgiler ekonomik etkinlikte “online” kullanılabilir hale gelmiştir. Dünya ortamında, bilginin yönetilebilir olduğu ortamda ülkeler bilgiyi yönetemeyen (üretmeyen) ve yönetebilen (üretebilen) ekonomiler olarak da ayrılma sürecine girmişlerdir.

1970’li yıllar çok uluslu şirketlerin geliştiği ve faaliyetlerinin arttığı yılları ifade etmiştir. 1970’lerin sonu ve 1980’ler ile birlikte iktisadi ve hukuksal ortamda liberalleşme ortaya çıkarken, bu gelişme finansal sermayenin önündeki hukuksal engellerin ortadan kalkmasına sebep olmuştur. Finansal sermaye üzerindeki finansal kısıtlamalardan kurtulurken, özellikle 1980’lerin sonları ve 1990’lar ile bilgisayar ve haberleşme teknolojisinin gelişiminin sağladığı imkânlar ile çok büyük ölçüde akışkanlık (mobilité) kazanmışlardır.⁷⁶

2.1.9 Teknoloji

Küreselleşmenin hızla yayıldığı ve uluslararası piyasalarda rekabetin yaşandığı bir ortamda firmaların ve ülkelerin pazar payından nasibini yeterli şekilde alabilmeleri için küresel rekabet ortamının şartlarını bilmeleri ve bu şartlarına uyum sağlamaları gerekir. Günümüzde ülkelerin ve firmaların rekabet güçlerini kazanması ve devam ettirebilmesi büyük oranda teknolojik ve yenilikçilik kapasitelerine bağlıdır.⁷⁷ Teknolojik yenilikler ve bilgi, bilgi toplumunda en önemli ekonomik girdiler haline gelmişlerdir. Küresel sınırlar içerisinde teknoloji temel üretim faktörleri olan

⁷⁵ A. Osman Balkanlı, “Küresel Ekonominin Belirleyici Faktörleri Üzerine”, **Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C. XXI, S. 1, 2002, s. 13-26.

⁷⁶ Balkanlı, a.g.m. s.13-26.

⁷⁷ Muhittin Adıgüzel, **Uluslararası Rekabet Gücü Belirleyici Faktörler ve Ölçülmesi, Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme** Nobel Yayıncılık, Ankara 2011, s.125.

hammadde, enerji ve enformasyonu, kullanılabilir mal ve hizmetlere dönüştüren bilgiler kümesi olarak ifade edilmektedir.⁷⁸ İnsanoğlu teknoloji ile maddeyi amacı doğrultusunda dönüştürmektedir.⁷⁹

Bilgi yoğun teknolojilerin bireye ve işletmelere sundukları kazanımlar mekanik teknolojilerin sunumlarına göre farklıdır. Mekanik teknolojiler, kullanıcıların fiziksel yeteneklerini iyileştirmeyi hedeflerken, bilgi yoğun teknolojiler kullanıcıların zihinsel yeteneklerini geliştirmek ve artırmak amaçlıdır.⁸⁰

Küreselleşme sürecinin ortaya çıkmasında en önemli unsur teknolojik gelişmelerdir. Teknolojik yeniliklerin oluşturulması ve toplumu dönüştürülmesi küreselleşme sürecinin giderek yayılmasının ve etki alanının genişletmesinin en önemli nedenidir. Teknolojik yeniliklerin uygulamaya geçme süreleri giderek azalmakta olup, bu süreç makro bazda ülkeler mikro bazda da işletmeler açısından geri kalmamak için tedbirlerin alınmasını gerektirmektedir.

Teknolojideki hızlı değişim süreci işletmelerin sosyal ve ekonomik çevrelerinde, stratejilerinde, yönetim ve yapılarında değişikliklere sebep olmaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle meydana gelen bu sonuç sürekli artan rekabete karşı değişim mecburiyetidir. Rekabetçi başarıya ulaşabilmesi için işletmelerin uyguladıkları Ar-Ge stratejisinin seçimi önemlidir. İşletmeler yoğun rekabet ortamında ve sürekli değişikliklerin olduğu süreçte Ar-Ge ile ayakta kalabilmektedirler.⁸¹

Ar-Ge ve teknoloji yönetimleri, firmaların sürdürülebilir rekabet fırsatı yakalayabilmek için önemli bir unsur olmaktadır. Yoğun rekabet ortamında teknolojiyi üreten, geliştiren, teknolojiye hâkim olan ve üzerine yoğunlaşan işletmeler dünyaya istedikleri şekilde yön verebilmektedirler.⁸²

Rekabet gücünü belirleyen faktörlerin başında teknolojik yenilik gelmektedir. Temel kazanımlar; kurumların geliştirilmesi, altyapı oluşturma, makro ekonomik

⁷⁸ M. Cem Kozlu, **Uluslararası Pazarlama**, İş Bankası Yayınları, 6. Baskı, 1998 s.249.

⁷⁹ Şaylan, a.g.e., s.105.

⁸⁰ Bensghir, a.g.e., s.39.

⁸¹ Fatma Ozkan, “Küreselleşme Sürecinde Teknolojik Yönetimi ve Rekabet Yönetimi ve Rekabet Ortamında Jantsa Örneği” Yüksek Lisans Tezi 2016

⁸² Hüseyin İleri ve Afra Horasan, “Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji Ve Ar-Ge Yönetimlerinin Rekabete Etkileri Üzerine Araştırma ve Örnek Bir Uygulama” **Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi** cilt 13, sayı 1-2, 2010.

istikrarsızlığın azalması, beşeri sermayenin geliştirilmesi ile sağlanır. Aynı şeyler mal, emek ve finans piyasalarının etkinliği içinde gereklidir. Ancak uzun vadede yaşam standardını yalnızca teknolojik yenilik arttırabilir. Firmalar rekabetçi konumlarını sürdürebilmek için en yeni ürün ve proses yenilikleri yapmak zorundadır.⁸³

Teknolojik gelişmelere göre ürün yeniliklerinin stratejik önemi artmaktadır. İşletmelerde teknolojik gelişmeler Ar-Ge birimleri tarafından sağlanmaktadır. Teknolojideki gelişmeler işletmelerin üretim yöntemlerinde değişime yol açmaktadır. Teknoloji kullanımı ve teknolojik değişim, işletmelerin pazarlarda rekabet etmede kullandıkları bir araç haline gelmiştir.

Teknolojik yenilik sürecinin birbirini besleyen üç aşamadan oluşması bu yargıyı kuvvetlendirmektedir. Yenilik sürecinin birinci aşamasında yaratıcı uygulamaya dönük bir düşünce vardır. İkinci aşamada bu düşünce pratiğe geçirilir. Üçüncü ve son aşamada bu uygulama topluma yayılarak yeni düşünceler ve yaratıcı fikirlere dönüştüğü zaman süreç tamamlanır.⁸⁴

Ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabetçi olmak ve bu avantajlarını sürekli kılmak isteyen işletmelerin rakiplerine kıyasla daha kaliteli ürünü daha az sürede üretebilecek uygun teknolojiye sahip olması gerekir. Ar-Ge faaliyetlerinin yoğunluğu, üretim teknolojisinin önemi kadar rekabet gücünü erkin kılan faktördür.⁸⁵

Artan uluslararası rekabet ve yüksek teknolojik gelişmelerdeki hızın artması küresel ekonomideki yapısal değişimin arasındaki esas önemli etkidir. Rekabet teknolojiye sebep olmakta, geliştirilen yeni teknolojiler eni avantajlar oluşturmakta ve piyasalar yeni ortama ayak uydurabilmek için yeni ürünler üretmektedirler. Genel anlamda ekonomideki değişim ve dönüşümler büyük ölçüde teknolojik gelişmeye bağlıdır.⁸⁶

İçsel büyüme teorisi teknolojik gelişmeyi, ekonomik modelde içsel olarak açıklamış yapılan yatırımların bir yan ürün olarak teknolojik bilgiyi arttırdığı ve diğer üretim

⁸³ Muhittin Adıgüzel., a.g.e. s.126.

⁸⁴Alvin Toffler, **Future Shock**, Pan Books, London, 1972, ss.26-27.

⁸⁵ Ö.İ.Doğan, “Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Yayınlanmış Doktora Tezi, Cilt:2, Sayı: 1, Ocak-Şubat-Mart, 2000

⁸⁶ Numan Kurtulmuş, “**Sanayi Ötesi Dönüşüm**”. İz Yayıncılık.1996 İstanbul

süreçlerinde bir nevi bedava girdi olarak kullanıldığı, bununda taşmalar (spill-over) sonucu sektör geneline yayıldığını açıklamıştır.⁸⁷

Teknolojinin içselleştirildiği çalışmalarda, teknolojik bilgi üretimi hakkında birbirleriyle yakından ilişkili olan aşağıdaki hususlar üzerinde daha fazla durulduğuna dikkat çekilmektedir.⁸⁸

- Bilgi (knowledge), kısmen veya tamamen gizli bir kamusal mal niteliğindedir. Başka bir deyişle bilginin kullanımında tüketiciler açısından birbirine rakip olmama ve kimsenin dışlanamaması söz konusudur.
- Teknolojik gelişme sonucu ortaya çıkan bilgiden diğer ekonomik birimlerin ne ölçüde yararlanabildikleri hayati bir öneme sahiptir (teknolojik dışsallıklar veya taşma derecesi).
- Ortada bir dışsallık varsa, bilginin üretimine özel kesimin yanaşmak istemeyeceği ve böylece piyasanın aksayacağı bir gerçektir.
- Teknolojik gelişme (veya bilgi üretimi) ile, fiziki ve beşeri sermaye yatırımları arasında bir bağlantı, etkileşim bulunmaktadır.

Küreselleşmenin hızla arttığı ve uluslararası piyasalarda kıran kırana rekabetin yaşandığı bir ortamda firmaların ve ülkelerin yeterli pazar payına sahip olabilmeleri büyük oranda küresel rekabet ortamının kurallarını bilmelerine ve bu kuralların gereğini yapmalarına bağlıdır. Bu bağlamda bugün için ülkelerin ve firmaların rekabet güçlerini oluşturmaları ve sürdürebilmesi büyük ölçüde teknolojik ve yenilikçilik kapasitelerine bağlıdır.⁸⁹

Ülkeleri birbirinden ayıran sınırların ortadan kalkması sayesinde ülkeleri küresel bütünleşme sürecine girmesi, bu sürecin sunmuş olduğu teknolojik kökenli farklılıklar açısından her ülke için aynı anlama gelmemektedir.. Jeffrey Sachs tarafından özetlenen bir çalışmanın sonuçlarına göre günümüzde dünya nüfusunun küçük bir dilimi (yaklaşık % 15'i) tüm dünyadaki teknolojik yenilikleri sağlarken,

⁸⁷ P. M. Romer, **Endogenous Technological Change**. Journal of Political Economy, 1990, 98/5: s.s.71-99.

⁸⁸ A.Kibritçioğlu "İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri", **Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, 1998, Cilt 53, No.1-4, s.s.207-230.

⁸⁹ Muhittin Adıgüzel, a. g. e.,s.125.

dünya nüfusunun yarısı bu teknolojilerden faydalanyor. Geri kalan üçte birlik dilim ise söz konusu teknolojiyi yeterince kullanmıyor.⁹⁰

Küresel rekabet ortamında teknoloji yönetimi kavramı işletmeler açısından büyük öneme sahiptir. İşletmelerdeki teknoloji seviyesi işletmelerin rekabet gücünü oluştururken, ülkenin rekabet gücünü göstermesi bakımından da yarar sağlamaktadır. Bu yüzden işletmeler için teknolojilerin alınması, kurulması ve uygulanması hem de Ar-Ge faaliyetleri gibi çalışmalar önemli hale gelmektedir.

Teknolojik gelişmelere ve yeni teknolojilere elde etmek rekabette en güçlü silahtır. Ar-Ge ve teknoloji geliştirme yatırımları uzun dönemde karlı ve nitelikli yatırımlardır.

Teknoloji geliştirme ve Ar-Ge yatırımları uzun vadede karlı ve nitelikli yatırımlardır. Teknoloji sağlanması için; firma içi Ar-Ge faaliyetleriyle ürün ve süreç geliştirmek, teknolojiyi transfer etme, mevcut teknolojiyi kullanma gibi seçeneklerin sağlanması gerekir. Hızla değişen teknolojik, ekonomik ve siyasi koşullarda devam eden zorlu uluslararası rekabette güçlü olabilmek için gerek firmalar gerekse ülkeler en etkili strateji yönetimini oluşturmak ve hayata geçirmek mecburiyetindedir.⁹¹

“Ülkeler, teknolojik ilerlemeyi sağlamak, yüksek teknolojilere dayalı üretim altyapısını kurmak ve yenilik-icatları artırmak amacıyla kamu kesimi olarak araştırma geliştirme kurumları oluşturabilecekleri gibi özel sektörün bu alandaki faaliyetlerini destekleyebilirler. Teknolojik gelişmeleri sergileyen, özel firmaların bilgiye erişimini kolaylaştıran, teknik yardım sağlayan, eğitim hizmetleri sunan, standartlar koyan, ortak araştırma projeleri yürüten ve araştırma geliştirme projelerini mali açıdan destekleyen teknoloji geliştirme merkezi veya benzeri uygulamalar devletin katkısını azamiye ulaştırabilir.”⁹²

⁹⁰ İbrahim Kavrakoğlu, Süleyman Gedik ve Melike Balkır, “Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayisi”, TÜSİAD yayınları, No:2002-07/322, İstanbul, s.30.

⁹¹ Vural Çağlıyan “Küresel Rekabet Ortamında Tedarik Zincir”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2002, s.s 34-35.

⁹² İ. Yaşar Vural., “Uluslararası Rekabet Gücünün Teşvikinde Devletin Rolü”, Ed: Aktan C.Can, Dilek Dileyici, İ. Yaşar Vural, **Kamu Ekonomisi ve Kamu Politikası**, Seçkin Yayıncılık, 2006, s. 197.

2.1.10 Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge)

Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge), karşılaşılan bir sorun ya da isteği çözümlendirmek üzere gerekli olan unsurun sağlanabilmesi için araştırmalar üzerinden çözüm kaynağını oluşturmak ve geliştirme faaliyetleri ile bu kaynağı günlük faaliyetlerde kullanabilecek seviyeye gelmek için oluşturulan faaliyetler bütünü olarak tanımlanır.⁹³

Ar-Ge ve inovasyon kaynaklı yüksek ve sürdürülebilir verimlilik artışı rekabet gücünü belirleyen esas önemli faktördür. Teknolojik yenilikler, rekabet yapısında ve ürünler üzerinde değişimlerle birlikte piyasalarda da değişikliklere yol açmaktadır. Ar-GE, gelişmekte olan ülkelerin refah seviyesini arttırabilmeleri ve teknolojik yeniliklerin yoğun şekilde kullanıldığı endüstrilerin ayakta kalabilmeleri açısından önem arz etmektedir. Firmalar açısından bakıldığında, işletmenin varlığını koruyabilmesi ve kaynaklarını verimli şekilde kullanabilmesi Ar-Ge çalışmalarına ve yaptığı yeniliklere büyük ölçüde bağlıdır.⁹⁴

Günümüz ekonomisi bilgiye dayalı olup, bilgi Ar-Ge ve teknoloji ürünleridir. İşletmeler Ar-Ge, teknoloji ve inovasyon üzerine odaklanmalıdır. Yüksek ve sürdürülebilir üretken büyüme Ar-Ge ve inovasyon tarafından desteklenmektedir. Üretim sürecini oluşturmak için inovasyonu kullanacak olan kurallar ve rekabet kurulu sürdürülebilir rekabet gücünün iki faktördür. Ar-Ge ve inovasyon; bilgiye dayalı büyüme ve üretkenliğe dayalı rekabet gücünün temel kaynakları olarak bilinmektedir.⁹⁵

Ar-Ge, şirketin alt sektör, sektör ülke boyutlarında rekabet gücünün ve büyümenin ana unsurlarından biridir. Ülke boyutunda, sektör ve alt sektör boyutlarında AR-GE faaliyetlerini değerlendirmenin çeşitli yolları vardır.

⁹³ Hakan Aygen., Sanayi İşletmelerinde Araştırma Geliştirme Departmanlarının Yeri ve Önemi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1996, s.3.

⁹⁴ Mihriban Erçağ, Yenilik, Teknoloji VE Araştırma-Geliştirme İlişkileri, Türkiye’de Beyaz Eşya Sektöründe AR-GE ve Teknoloji Edinme Yöntemlerine İlişkin Bir Araştırma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul, 2002, s.65.

⁹⁵ TÜBİTAK 2007:116 aktaran, Hüseyin İleri ve Afra Horasan, "Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji Ve Ar-Ge Yönetimlerinin Rekabete Etkileri Üzerine Araştırma ve Örnek Bir Uygulama" **Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi**, cilt 13, sayı 1-2, 2010.

1. İlk olarak girdi ölçütleri yoluyla değerlendirmedir. Bunlar, AR-GE harcamalarının miktarı ya da bilim adamı ve/veya araştırmacı sayısı olarak kabul edilir.

2. Diğer yol ise çıktı ölçütleri ile değerlendirmektir. Burada ise bilimsel yayınlar ölçü kabul edilmekte olup teknoloji alanında bu gösterge, patent sayıları olarak kabul edilmektedir.

İşletmelerde Ar-Ge faaliyeti, geliştirilmiş teknolojileri kendi işletmesinde uygulamayı kolaylaştırmak, yeni teknolojiler geliştirmek, pazar araştırmaları ile müşteriye uygun stratejiler belirlemek ve geliştirmek, kaliteli mal ve hizmet üretirken fiyatlardaki düşüşü sağlayacak yolları araştırmak, yeni imalat sistemleri geliştirerek enerji ve işgücü tasarrufu yapmak suretiyle maliyetleri düşürmek demektir. Ar-Ge bunları gerçekleştirme çabası yönünde, çalışma, araştırma, karşılaştırma ve karar alma gibi özelliklere ve bilgi donanımına sahip araştırmacılara ihtiyaç duymaktadır.⁹⁶

İşletmelerde Ar-Ge yönetiminin temel amacı, dinamik bir çevrede etkinlikler yürüten işletmelerin gerekli gördüğü değişmeyi gerçekleştirinceye kadar hayatını sürdürme, gelişme ve büyümesine katkı sağlamakta olduğu söylenebilir.

Ar-Ge yönetimi; işletme bünyesindeki bütün faaliyetleri bir bütün olarak kapsamakta ve amaçların gerçekleştirilmesinde önemli yere sahiptir. Bu yüzden de faaliyetlerde rasyonellik, verimlilik ve karlılığı en yüksek düzeye çıkaracak etkin bir şekilde oluşturulması gerekmektedir.⁹⁷

Yeni ürünlerin ve üretim tekniklerinin geliştirilmesini mümkün kılan Ar-Ge faaliyetleri kalite ve kapsam açısından, temel araştırma, uygulamalı araştırma ve geliştirme olmak üzere üç farklı boyutu bulunmaktadır.

Küreselleşmenin hüküm sürdüğü dünyada yenilikleri takip edebilmek ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için gerekli faktörlerden biriside teknolojidir. Teknolojinin benimsenmesinden sebeple bilim, teknoloji ve toplum ilişkilerini çok iyi algılamak,

⁹⁶ A. Akdemir, Üniversite-Sanayi-Devlet İşbirliğinde Yeni Bir Dinamizm: Teknoparklar. **İktisat İşletme ve Finans Dergisi**, Yıl:7, Sayı:73. 1992, s.161.

⁹⁷ Halime İnceler Sarıhan, “**Rekabette Başarının Yolu Teknoloji Yönetimi**”, Desnet Yayınları, İstanbul, 1998, s.55.

bilim ve teknolojiyi toplumun faydası yönünde en iyi şekilde nasıl uygulanacağını düşünülmesi ve bu yönde çözümlerin üretilmesi gerekmektedir.⁹⁸

Teknoloji, belirli miktar sermaye ve işgücü ile üretilebilen reel GSYİH miktarını artıran her şey olarak tanımlanır. Teknolojik süreç teknolojiideki bir artış, bir yükseliştir. Teknoloji bazen bir mucit tarafından şans eseri ve bazen de deneme ile, bazen de bir işçi tarafından hata ile bulunur.⁹⁹

Teknoloji, üretim unsurlarının bir ürüne dönüştürülmesi için sağlanan bilgiler topluluğu olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda teknoloji doğrudan verimliliği arttırmaya yönelik bir terimdir.¹⁰⁰

AR-GE faaliyetleri geçici de olsa firmalara gerek ulusal gerekse uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlük sağlamakta olup mikro ekonomik düzeyde oluşturulan bu üstünlük ulusal rekabet gücünü de etkilemektedir.¹⁰¹

AR-GE yapan yenilikçi firmalar ve yenilikçi firmalara destek olan üretici firmalar tasarımı başlayan inovasyonu üründe somutlaştıracak kurumlardır. Tasarım bu firmalarda meydana gelmekte ve sonuç olarak ürün haline geldikten sonra iç ve dış pazara çıkmaktadır. Üniversite-sanayi ortak araştırma merkezleri, genelde teknopark, teknokent veya teknoloji geliştirme merkezleri şeklinde örgütlenmişlerdir. Üniversiteler ve kamu araştırma kuruluşları teorik bilgi kaynağı ve sürekli bilimsel araştırmanın merkezleri olmaktadır. Ayrıca, deneysel araştırmaya yönelik laboratuvar ve teçhizata sahiptirler. Teknolojik danışmanlık firmaları Türkiye’de uygulaması olmayan kuruluşlardır. Bu kuruluşlar AR-GE ve inovasyon hususunda bilgi birikimi ve deneyimine sahiptirler. Kuruluşlar arasında koordinasyon kurabilecek yeteneğe sahiptirler. Hem AR-GE yapan yenilikçi firmalar hem de teorik araştırma merkezleri ile interaktif bir etkileşim halinde bulunabilmektedirler. Meslek odaları; aynı meslek sektöründeki bireylerin bir araya toplandıkları, kamusal niteliği kanunla belirlenmiş örgütlerdir. Meslek alanının düzenlenmesi ve etik kurallarının ülke çıkarları doğrultusunda yönlendirilmesi amacıyla yetkinleştirilmişlerdir. Özel

⁹⁸ Hacer Ansal, Teknoloji, Kazan Ofset. Ankara, 2004, s.37.

⁹⁹ Jean Woy, Economics, Houghton Mifflin Company,3. Baskı. Boston 2001, ss.491-493.

¹⁰⁰ Erol Eren,İşletmelerde Yenilik Politikası –Kuram Ve Uygulamada Yenilik, Formül Matbaa. İstanbul 1993, s.8.

¹⁰¹ Gökmenoğlu ve dğr, a.g.m., s. 8

veya kamudaki diğer üretici kuruluşlar, sanayi sektöründe AR-GE tasarımı ve inovasyon konularına açık, koordine edilip yönlendirilmesi gereken firmalardan oluşmaktadır. AR-GE yeteneğini kazanmış firmalarla etkileşim halindedirler.¹⁰²

Günümüzde teknolojiyi sadece kullanmayıp, teknoloji üretebilen topluma dönüşebilme amacına ulaşabilmek, bütün işletmelerde varlığını sürdürmek, mühendislik tasarımından yola çıkarak imkânlı kılmaktadır. Her aşamada Ar-Ge, projelendirme, mühendislik tasarımlarının öngörülmesi ve gerçekleştirilmesi özellikle imalat sektörünün önemli özelliklerinden biri olarak görülmektedir. Küresel rekabet ortamında Ar-Ge çalışmaları büyük önem kazanmaktadır. Ar-Ge sonucu tasarım yapma kabiliyetinden yoksun, diğer anlamda piyasaya özgün ürün sunamayan firmalar rekabet edemeyecektir ve pazardan çekilecektir. Dolayısıyla özgün ürün zaruri bir rekabet önceliği getirmektedir.¹⁰³

2.1.11 Yenilik ve Ulusal Yenilik Sistemi

Yenilikçilik ve yaratıcılık, tüketicilerin beğeni ve tercihlerini karşılayan yeni ürün ve hizmetlerin oluşturulmasını, mevcut ürünlerin niteliğinin artırılıp maliyetlerinin azaltılmasını ve bütün bu gelişmeleri gerçekleştirecek yol, yöntem ve süreçlerin bulunmasını gerektirmektedir.¹⁰⁴

Ekonomik ve sosyal alanda yeniliklerin büyük oranda yarar sağlaması için ekonomik yapıda güçlü bir bilgi birikiminin oluşturulması, yenilikçilik düzeyinin yüksek seviyeli teknik işbirliği ile artırılması lazımdır. Firmalar ekonomideki yenilikçi unsurun kurumsal anlamda en alt birimi olarak bilinmektedir, yenilik sisteminde firmalar büyük öneme sahiptirler. Her bir firmaların davranışları ayrı ayrı önemli

¹⁰² TMMOB (2010). “Mühendislik Tasarımında Süreç, Kurumsal İlişkiler, Sorunlar”, Mühendislik Tasarımında Meslek Odalarının Yeri ve Önemi ile MMO’nun Bu Alandaki Çalışmaları, TMMOB Makine Mühendisleri Odası Raporu Yayın No: MMO/2010/537, Revize Edilmiş Üçüncü Baskı, Mart, http://www.mmo.org.tr/resimler/dosya_ekler/38c485ee9f94b52_ek.pdf [İndirme Tarihi: 09.04.2016].s.s.13-14.

¹⁰³ TMMOB, a.g.m., s.23.

¹⁰⁴ İ. Yaşar Vural, “Kamu Ekonomisi ve Kamu Politikası”, Seçkin Yayıncılık, 2006, s.188.

olsa dahi rekabetçi gücün tüm ekonomiye yansıtılabilmesi için teknolojinin tüm ekonomiye yayılması ve tüm ekonomice benimsenmesi de zaruridir.¹⁰⁵

AR-GE; yeni bir ürün üretilmesi, ürün kalitesi veya standardının yükseltilmesi, maliyetleri düşürücü ve standart yükseltici mahiyette yeni tekniklerin uygulanması, yeni ürün teknolojilerinin geliştirilmesi, yeni bir teknolojinin yurt koşullarına uyumunun sağlanması, mevcut teknolojilerin iyileştirilmesi ve bunlara yenilerinin uyarlanması amacıyla yapılan, bilimsel esaslara uygun olarak yürütülen ve her aşaması belirlenmiş çalışmaları ve bunların sonuçlarını kapsamaktadır.¹⁰⁶

Çağdaş bir kişilik, dil, uluslararası yetenek, deneyim ve beceri Rekabet gücü için zorunlu hale gelmiştir. Uluslararası nitelik taşıması kalkınma plan ve programlarında öngörülen yatırım teşvik programları açısından temel özellik halini almıştır. Bu yüzden de ülke kalkınmasında uluslararası yatırımlar yapan şirketlere düşen sorumlulukta büyüktür.

İşletmelerin rekabet güçlerini arttırması yenilikleri takip etme hızlarına bağlıdır. Birbirleriyle sıkça karıştırılan yenilik ve yaratıcılık kavramları işletmelerin rekabet güçlerini arttırmada son derece önem arz etmektedir. “Yenilikle yakından ilgilenen yazarlardan biri olan Drucker yeniliği “bir örgütte birlikte çalışan farklı bilgi ve yetenekteki insanları verimli hale getirmek için onlara ilk defa imkân sağlayan yararlı bilgi” şeklinde tanımlamıştır.”¹⁰⁷

İşletmelerde yenilik oluşturmaya engel teşkil eden bazı etkenler bulunmakta olup, bunların ortadan kaldırılmasıyla rekabet gücü arttırılabilir. Aşağıda bu etkenlerden bazıları şu şekildedir.¹⁰⁸

- Uluslararası fuarların ve yayınların takip edilmemesi, sadece yerel rakiplerin taklidi
- Şirket bünyelerinde çalışanların fikirlerine itibar edilmemesi

¹⁰⁵ Micheal F.Fisher, "Innovation, Knowledge Creation and System of Innovation" The Annals of Regional Science, 2001, 35, p.200 aktaran Oguztürk, Bekir S. Yenilikte Sistem Yaklaşımı ve Temel Dinamikleri: Ekonomik Değişim ve Büyüme Temelli Bir Bakış, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Y.2006, C.11,S.1 s.121-139

¹⁰⁶ Oguzturk, a.g.m., s.132.

¹⁰⁷ Ufuk Durna, “Yenilik Yönetimi”, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2002, s. 5.

¹⁰⁸ Murat Işık, “Kriz Dönemlerinde Odaklanma Stratejileri ve Odaklanma Türlerinin İşletme Performansına Etkisi: Adana KOBİ’leri üzerinde bir incelenme” Yüksek Lisans Tezi, s.53.

- Eğitim sisteminin yaratıcılığı baltalaması
- Mucit ve patent sahiplerinin teşvik edilmemesi ve telif haklarının korunmaması
- Bir tülü taklitçilikten yaratıcılığa geçilememesi
- Yenilikleri başlatmada ve pazara girişte doğru zamanlama yapılabilmesine mani olan ekonomik istikrarsızlık
- Pazar araştırmalarının yetersizliğinin yatırım kararlarının risk ve belirsizliğini artırması
- Temel rekabet avantajının esneklik ve yenilikçilik olduğunun unutulması ve Ar-Ge faaliyetlerine önem verilmemesi

Ulusal Yenilik Sistemi, bilim ve teknoloji üretmeye yönelik kurumsal mekanizmaların ötesinde, bilimsel teknolojik bulguları, ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürebilmenin mekanizmalarını da içerir. Zira, bilimsel ve teknolojik bulguları ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürebilme yeteneğine sahip bulunmayan herhangi bir ülke, sektör ya da işletmelerin geleneksel korumacılığın kalktığı, uluslararası rekabete açık bir dünyada varlığını sürdürmesi mümkün değildir. ”Ulusal Yenilik Sistemi ürün ya da üretim yöntemlerine ilişkin yeni teknolojileri edinebilme, özümseme, kullanabilme, bu teknolojilerin bütün etkinlik alanlarına yayılmasını sağlayabilme, ürün geliştirme, yeni ürün tasarlayabilme ve üretebilme; sayılan üretim ve tasarım süreçlerini besleyen teknolojik araştırma-geliştirme faaliyetlerini sürdürebilme, gereksinim duyulan teknolojileri üretebilme ve o teknolojileri oluşturan bilimi üretebilme yeteneklerine sahip ulusal kuruluşların oluşturduğu bir sistemi ve aralarındaki ilişkileri ifade eder.”¹⁰⁹

2.1.12 Sanayi Sektörünün Gelişmişliği

Sanayi sektörlerinin yapıları zaman içinde uluslararası rekabet şartları, teknolojik gelişim, tüketim yapısı ve devlet politikası etkisinde değişim göstermektedir.

¹⁰⁹ Aykut Göker, “Küreselleşme Sürecinde Niçin Bilim ve Teknoloji Politikası; Niçin Ulusal” TTGV Kasım, 1998

Firmalar rekabet stratejilerini belirlerken bu değişime uygun olarak hareket etmek zorundadır.¹¹⁰

Sanayinin sürükleyici bir sektör olarak dünya ekonomisinde üstlenmiş olduğu hayati öneminden dolayı UNİDO'nun 2002/2003 Endüstriyel Gelişme Raporunda yer alan "Büyümenin Motoru Olarak Sanayi" başlıklı bölüm ile sanayi sektörünün önemine değinilmekte ve sanayi sektörünün bilhassa imalat sanayinin gelişmesi ve yapısal dönüşümün sağlanmasının aşağıda verilen çeşitli nedenlerle önem kazandığı ifade edilmektedir.¹¹¹

1. Her şeyden önce, sanayi sektörü ve özellikle teknoloji yoğun imalat sanayi sektörleri, yeni ürünlerin ve süreç teknolojilerinin geliştirilmesinde ve tüm ekonomiye yayılmasında hayati bir öneme sahiptir. Bu sektörler, yurt dışında gerçekleştirilen yeniliklerin anlaşılması ve uygulanması açısından son derece önemli olan teknoloji özümseme yeteneğini de geliştirmektedir. Bunlara ilaveten, sanayi sektöründe yürütülen teknolojik faaliyetler diğer sektörlerle nazaran daha geniş bir öğrenme ve uygulama potansiyeli taşımakta olup, yüksek teknolojilere sahip sınai ürünler, bilimsel bilgilerin uygulamaya konulmasında daha geniş bir uygulama alanı sağladığı için nispeten daha yüksek bir öğrenme potansiyeli sağlamakta olup, diğer üretim faaliyetlerinde kullanılabilecek jenerik, bilgi ve yeni beceri yaratma açısından önemli ölçüde yayılma etkisi (spillover) ve dışsallık sağlamaktadırlar.

2. İkinci olarak, artan tüketici gelirlerine ve buna bağlı olarak tüketici tercihlerinde ortaya çıkan değişime paralel olarak sınai malların uluslararası ticarete artan oranda konu olduğu bir süreç yaşanmaktadır. Sınai mallar, talep artış hızının yüksek olduğu sektörlerdir. Gelişmiş ülkelerde görüldüğü gibi, gelirdeki artış, sınai ürünlere olan talebi, tarım ürünlerine olan talepten daha fazla arttırmaktadır. Sınai malların tarım ürünlerine ve hizmetlere kıyasla sahip olduğu bu dinamik talep yapısı, beceri çeşitliliği ve derinliği ciddi avantajlar sunmaktadır. Bu nedenle, sanayi sektörü ekonomik büyümenin lokomotifi olarak ta tanımlanabilir.

¹¹⁰ Ömer Güleriyüz., "Küresel Gelişmeler Işığında Türkiye'de Tekstil Sektörü Ve Geleceği" T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi s.1.Isparta, 2011 <http://eprints.sdu.edu.tr/879/1/TS00936.pdf> erişim tarihi 08.04.2016

¹¹¹ UNİDO, 2002; s.s.11-13'den aktaran TAYMAZ, E. Ve H.SUİÇMEZ, 2005. Aktaran ADIĞÜZEL. M.

3. Sanayi sektörü, dinamik karşılaştırmalı üstünlüklerin ve teknolojik yenilik faaliyetlerinin ana kaynağını oluşturmaktadır. Şöyle ki; sanayi sektöründe beceri çeşitliliği ve derinliği daha fazla olduğundan, değişen teknoloji ve talep koşullarına uyum sağlamak için gerekli olan esneklik daha yüksektir. Buna göre güçlü bir sınai üretim yapısına sahip olan ülkelerin uluslararası piyasalarda Pazar paylarını koruma veya arttırma, dış şoklardan daha az etkilenme veya bu şoklardan yararlanma imkânları daha fazladır. Diğer yandan, tarım ve hizmetler sektörlerinde ortaya çıkabilecek yenilikler çoğunlukla bu sektörün kullandığı makine-teçhizatı üreten sektörlerindeki teknolojik yeniliğe bağımlı olması, tarım ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren firmalara veya ülkelere özgün teknolojik yeniliğe dayalı uzun dönemli rekabet gücü avantajlarının oluşturulması olanağını ciddi ölçüde kısıtlamaktadır. Bilgiye erişimin ve ticaret imkânlarının geçmiş dönemlere kıyasla oldukça önemli gelişme gösterdiği günümüzde, yukarıda belirtilen olgu daha da belirginlik kazanmıştır.

4. Her alanda yoğun bir rekabetin yaşandığı günümüz dünyasında teknolojik ilerleme ve yenilik faaliyetlerinin, rekabetçi kalabilmenin ve iktisadi büyümenin ana unsurlarından biri olduğu genel kabul görmektedir. Bir ekonomideki refah düzeyini sağlayan en önemli etkenlerden birisinin de teknolojik gelişme olduğu birçok çalışmada gösterilmiştir. Teknolojik gelişmenin üretime uygulanmasını mümkün kılan ise esas olarak sanayi sektörüdür. Teknolojik gelişme tabii ki tarım ve hizmetlere de uygulanmaktadır ama asıl uygulama alanı sanayidir, ötekiler teknolojinin uygulanma alanı olarak görece sınırlı kalmaktadır.

Sınai mülkiyet haklarının da ekonomik gelişmede rolü ve etkisi, konunun markalaşmaya olan ilgisi değerlendirildiğinde, özgün ürün yaratma ve korumada patent ve mülkiyet hakları önem kazanmaktadır. Gerçek anlamda markalaşma sürecinde özgün ürünün patent ve sınai mülkiyet hakları ile korunması bir gereklilik olmasıyla birlikte, gerçek anlamda kurumsallaşmayı da gerektirmektedir.¹¹²

Sanayide teknoloji faktörü, rekabet düzeyini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle teknolojik gelişmelerin takip edilmesi için Ar-Ge harcamaları artırılmalı ve üniversite-sanayi işbirliği imkânları geliştirilmelidir. Teknolojik yeniliklerin takip

¹¹² TMMOB. a.g.m, s.23.

edilmesi, geliştirilmesi ve üretim sürecine adapte edilmesi ve işgücünde niteliğin artırılması Ar-Ge faaliyetleri ile sağlanabilir.¹¹³

2.1.13 Reel Döviz Kuru

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen temel etkenlerden biri de döviz kuru. Uluslararası ticarete farklı ulusların iç fiyat düzeyi, paraları arasındaki değişim oranı aracılığıyla birbirine bağlıdır. Dolayısıyla bir ülke döviz kurlarını değişiklik yaparak yabancı paraya göre iç fiyat düzeyini düşürüp yükseltebilir. Sonuç itibarıyla dış denge bakımından sanki parasal milli gelir değiştirilmiş gibi bir etki oluşturulur. Döviz kurlarının değiştirilmesi, bir ülkenin elindeki en büyük araçlardan biridir. Uygulamada döviz kuru ayarlamaları genelde devalüasyon biçiminde olmuştur.¹¹⁴

Reel döviz kuru, ticarete konu olan ve olmayan malların fiyatını göstermektedir. Bir ülkede ticarete konu olan malların yurtiçi üretim maliyetinin görece olarak artmasının görece fiyatları yükselttiği, bu sebepten reel kuru değerlendirilmesine yol açtığı belirtilmiştir, diğer koşulların değişmediği varsayıldığında, bu durumda ticarete konu malların yurtiçi üretiminin görece olarak verimsizleşeceği ve ülkenin uluslararası rekabet gücünün olumsuz etkileneceğine dikkat çekilmektedir. Ancak ticarete konu olan ve olmayan mal ayrımındaki güçlüklerden dolayı reel döviz kuru, uygulamada, nominal döviz kurunun yurtiçi ve yurtdışı görece fiyatlarıyla deflate edilmesiyle hesaplanmaktadır.¹¹⁵

Reel döviz kuru dış rekabetin anahtar bir göstergesidir. Reel döviz kurunun yükselmesi fiyat rekabetinin kaybı olarak değerlendirilmekte olup reel döviz kuru ile rekabet arasındaki ilişki tek taraflı değildir. Döviz kuru, denge döviz kuruna göre aşırı değerlendirildiğinde ulusal paranın reel olarak değer kazanması genellikle rekabet gücünde bir azalma olarak yorumlanırken, bazı durumlarda verimlilikteki artış nedeniyle rekabet gücünde meydana gelen bir artışı da yansıtabilmektedir. Denge reel döviz kurunun gelişimi, ticaret hadlerine, dış ticarete konu olan ve olmayan

¹¹³ O.Z. Orhan, "Gümrük Birliği Sürecinde Türk Otomotiv Sanayi'nin ve Otomotiv Yan Sanayinin Rekabet Gücü", İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 1997-54, İstanbul. 1997.

¹¹⁴ Aren, 1998. s.s.158-159,

¹¹⁵ Z.Kotan, *Uluslararası Rekabet Gücü Göstergeleri-Türkiye Örneği*, TCMB. 2002. s.2.

sektörlerdeki toplam verimlilik artışına, tasarruf ve yatırımlara, tüketici tercihlerindeki değişimlere, hükümet harcamalarının bileşimine ve yabancı sermaye girişlerine dayanmaktadır.¹¹⁶

“Enflasyonun süreklilik kazandığı ekonomilerde, toplam talebin toplam arzı aşan kısmının ithalatla karşılanıyor olması dış ticaret haddinin, ithalat yönünden pozitif çıkmasına bu da dış ticaret açığına neden olmaktadır. Ulusal paranın sabit döviz kuru rejiminde aşırı değer kazanması, yurt içinde üretim ve ihracata konu olan malların maliyetini yükseltecek ve uluslararası piyasalarda ihracat mallarının fiyatı yükseldiğinden dolayı talebi de düşürecektir. Sabit döviz kuru rejiminde, ithalatın artması ve ihracatın azalması dış ticaret açığının büyümesine neden olacaktır”.¹¹⁷ Öte yandan devalüasyon ithal malları pahalı hale getirip ihraç mallarının fiyatlarının düşmesine neden olma etkisiyle dış ticaret dengesinin sağlanmasında arzu edilmeyen bir araçtır. Ancak bazı dönemlerde dış ticaret hadlerini dengede tutmak ve ülkelerin dış rekabetini korumak amacıyla kullanılabilir.¹¹⁸

Döviz kurunun Uluslararası Rekabet Gücü üzerindeki etkisine yönelik yapılan çalışmalarda, döviz kurundaki yükselmenin Uluslararası Rekabet Gücünü pozitif yönde etkilediği görülmüş olup, döviz kurları yükselince, ihracata yönelik üretim sektörünün üretiminde ulusal girdi kullanımı ve verimlilik artış göstermektedir. Bu ise, sektörün ihracatının ve karının artmasına imkân sağlayarak rekabet gücünü olumlu yönde etkilemektedir. Diğer taraftan döviz kurundaki yükselmenin Uluslararası Rekabet Gücünü negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Döviz kuru yükselince ihracata yönelik sektörün üretiminde ithal girdi kullanılması ve ithal girdi bağımlılığının yüksek olması, sektörün maliyetinin artmasına, ihracatının ve karının düşmesine neden olabilecektir. Bu halde döviz kurunun yükselmesi rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyecektir. Döviz kurlarının rekabet gücü üzerindeki net etkisinin, pozitif ve negatif etkilerin büyüklüğüne göre değiştiği söylenebilir. Pozitif

¹¹⁶ Fraith, J., F. Komarek “Real Exchange Rate Trends In Transitional Countries”, Warwick Economic Research Paper, S: 596, Y. 2001, s.1-34. Aktaran KESKİN Bengü

¹¹⁷ Bilal Kargı, “Devaluasyon ve Dış Ticaret Dengesinin Tayini: Türkiye Üzerine Zaman Serileri Analizi (1987-2002)”, **Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi**, S:VIII/1-2, 2004, s. 629-648.

¹¹⁸ Coşkun Can Aktan ve Vural, **İstiklal, Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri**, Rekabet Dizisi:2, TİSK Yayını, Ankara, 2004b, s.32.

etki negatif etkiden büyükse, döviz kurunun artışı rekabet gücünü olumlu yönde, negatif etki pozitif etkiden büyükse, olumsuz yönde etkilemektedir.

2.1.14 Kalite

Kaliteye bağlı rekabet, düşük fiyatta rekabet etme durumuyla mukayese edildiğinde kalitede iyileşmenin tüketicilerin tercih etme isteği bağlamında önem arz ettiğinden rekabetçi ortamı temsil etmektedir. Kaliteye dayalı rekabetçi sektörler rekabetçi pozisyonlarını kalitenin iyileştirmesinin tayin ettiği sektörler olarak bilinmektedir.¹¹⁹

Küresel dünya pazarında, uluslararası ekonomilerde üstünlük elde edebilmek için diğer rekabetçi işletmeler ve ülkeler babında en az düzeyde iye olunan Kalite Güvence Sisteminin sağlanması önemlidir. Bu sistemin geliştirilmesi için işletmelerin çağdaş kalite düşüncesi ve yönetimini benimseyip, geleneksel sistemden vazgeçmeleri gerekir. Çağımızda küresel pazar ortamında birçok ülke kendi ülkesinin hudutlarına erişecek olan mal ve hizmetler için çeşitli kalite belgeleri koşulunu izlemektedir.¹²⁰

Ürünleri diğer ürünlerden ayırmak ve üretilen ürünlerin tabi olduğu sınırları, dereceleri belirlemeye standartlaşma denir. Standart ise ürünlerin kalitelerini, özelliklerini tayin eden bir tarif listesi olup, belirli bir standarda göre bir örneklik, beraberlik sağlamak niyetiyle ürünler standartlaştırılacaktır.¹²¹

2.1.15 Hız ve Esneklik

Esneklik, işletmelerin etkinlikte bulunduğu pazarlarda karşılaşılabilecekleri her türlü değişikliğe hızlı bir biçimde uyum sağlayabilme kabiliyetidir. Çağımızda küresel rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmeler, tüketici ihtiyaçlarındaki değişimi karşılayabilmek amacıyla üretimin esnek bir yapıda olması için önemli yeni sistemler

¹¹⁹ K Aiginer, "Measuring the Intensity of Quality Competition in Industries", **WIFO**, Quarterly, 2001/1. p.6.

¹²⁰ Ö.İ.Doğan, M. Marangoz ve M.Topoyan, a.g.e. s.118.

¹²¹ B. Tenekecioğlu, "**Makro Pazarlama**", Gözden Geçirilmiş 2. Baskı, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1994, s.180.

oluşturmuşlardır. Daha küçük partiler halinde üretim, daha kısa ürün ömrü ve sürekli yeni ürünlerin piyasaya sürülmesi günümüz sanayi işletmelerinde yerleşmeye başlamıştır. “Esnek Üretim Sistemi” olarak adlandırılan bu sistemler yani esnek üretim sistemleri/teknolojileri; bilgisayar destekli tasarım, bilgisayar destekli mühendislik, benzetim, robotik, sistem yönetimi ve benzeri teknolojiler bu çerçevede içerisinde önemle durulması gereken konulardır. Üretim alanındaki gelişmeler genel olarak aşağıdaki konular üzerinde yoğunlaşmaktadır.¹²²

1. Dinamik esnek üretim yapıları,
2. Üretici ve tüketici arasındaki bilgi akışının sağlanması için elektronik veri değişimi bağlantıları,
3. Üretim sistemde yeni teknolojilerin kullanılması,
4. Üretim esnekliğinin geliştirilmesi,
5. Yeniliğin/yenilenmenin geliştirilmesi,
6. Ürün geliştirme sürecinin geliştirilmesi,
7. Bilgisayar destekli tasarım, elektronik ürün tanımlama ve sayısal teknolojilere dayalı ürün montajı,
8. Müşterilerin daha fazla bilgilendirilmesi,
9. Çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve çalışma süresinin kısaltılması,
10. Kaliteli üretim yapılması,
11. Bilgi transferi ve deneyimlerin paylaşılmasıdır.

2.1.16 Etkin Devlet

Devletlerin ülkelerinin rekabet gücünü artırmak ve bu artışı devamlı bir hale getirebilmesi için firma destekli ve piyasa ekonomisi tabanlı politikalar izlemesi gerekmektedir. Bir devletin esas varlık sebebi vatandaşlarının refah seviyesini iyileştirmek ve yaşam kalitesini artırmak ve bu artışı sürdürülebilir hale duruma getirmektir. Devletin varlık amacını gerçekleştirebilmesinin yolu sürdürülebilir bir uluslararası rekabet gücü artışı elde etmesiyle sağlanabilir. Sürdürülebilir bir rekabet gücü artışı için devlet kamu kesiminin etkinliğini artırmak için, makro ekonomik

¹²² Mahmut Tekin ve Muammer Zerenler, “Esnek İşletme”, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2007, s.73.

reformları oluşturulmasına ve sürdürülmesine yönelik olmak üzere iki temel politikayı uygulaması gerekir.¹²³

Kurallara uymayan ve kontrol edilmeyen bir serbest piyasa sistemi, yapısında kendi kendini yok etme eğilimi barındırmaktadır. Rekabetin korunması, sürekliliğin sağlanması ve geliştirilmesi (yani rekabet politikası uygulanması) piyasa sisteminin geçerli olduğu ekonomilerde devletin bir işlevi halindedir.¹²⁴

Devletin rekabeti korumak ve işlevlik kazandırmak için düzenlemeler yapması serbest piyasa ekonomisine de ters bir durum değildir. Piyasa ekonomisi, sınırlı devlet müdahalesinin ve denetiminin söz konusu olduğu ve fiyat mekanizması kurallarına göre işleyen bir piyasa demektir. Piyasa ekonomisinde tam rekabetin kendiliğinden gerçekleşeceği pek mümkün olmamaktadır. Tam rekabetten söz edebilmek için gerekli koşulların sağlanması lazımdır. Fakat gerçek yaşamda tüm bu koşulların varlığını bir arada görebilmenin imkânsız olduğundan dolayı devletin ekonomide rekabeti korumak adına düzenlemeler yapmasının gerekliliğin mühim olduğunu göstermektedir.¹²⁵ Bu hususta, rekabet politikaları, eksik rekabet ortamında yüze çıkacak sosyal refah kayıplarını önlemekte veya azaltmakta en etkin biçimde olduğuna inanılan politikalar demeti olarak ortaya çıkmaktadır.¹²⁶

Devletlerin uygulayacağı kısa ve uzun vadeli politika araçları ve tedbirler, endüstriyel ve bölgesel seviyede yeniliği teşvik edici regülasyonlar, kanunlar, sübvansiyonlar ve diğer finansal teşvikler, tüm kamusal alt ve üst yapı tesislerinin oluşturulması, danışmanlık ve teknik destek birimlerinin oluşturulması şekillerinde olabilmektedir.¹²⁷

Devlet, girişimcilerin çeşitli etkinliklerine arka çıkarak onların rekabet güçlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Devlet, iş âleminin karşılaşacağı sorunları azaltmak amacıyla fonksiyonel (eğitim, sağlık ve altyapı alanlarında ekonominin tümünü etkileyen, firmalar üzerinde yansız bir etki oluşturan ve yasaların işlevini artırmaya amaçlayan kamusal müdahaleler) ya da seçici (korumacılık uygulamaları, ihracatın

¹²³ Karaaslan veTuncer, a.g.m., s.23.

¹²⁴ Mustafa Özel, “**Piyasa Düşmanı Kapitalizm**”, İz Yayıncılık, İstanbul, 1993, s.15.

¹²⁵ Coşkun Can Aktan, “**Gerçek Liberalizm Nedir?**”, Mart Matbaacılık, İstanbul, 1994, s.82.

¹²⁶ İzak Atiyas, “Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler”, **Rekabet Dergisi**, Sayı:1 Ocak 2000, s.25.

¹²⁷ Ahmet Ayhan, “**Yenilik (İnovasyon)**”, GYTE Yayını, Gebze, 1999, s.16.

teşviki, Ar-Ge teşvikleri gibi belirli sektör ya da firmaları hedefleyen kamusal müdahaleler) vasıflardaki müdahalelerle makro-ekonomik ortamı iyileştirebilir, altyapıyı geliştirebilir ve firmaları teşvik edebilir.¹²⁸

Uluslararası rekabet gücünün artırılmasında devlet etkinliğinin sağlanması için:

- 1) Teşebbüsler için rekabet koşulları yaratmaktan başka olan işletme faaliyetlerine yönelik devlet müdahaleleri minimum olmalıdır.
- 2) Ekonomik girişimlerdeki dışsal riskleri minimize etmek için öngörülebilir makroekonomik ve sosyal koşulları devlet sağlamalıdır.
- 3) Ekonomi politikasını değişen uluslararası koşullara adapte etmede devlet esnek olmalıdır.
- 4) Toplumun güvenliği temin edilirken sağlanan doğruluk, eşitlik ve adaletin meydana getirdiği toplumsal çerçeveyi devlet sağlamalıdır.¹²⁹

Hükümetler yüksek teknoloji araçlarına sağlanan destek sayesinde yenilik ve teknoloji yayımının bütün ekonomide güçlenmesi amacıyla sağlanan dengeyi korumak zorundadır. Teknolojinin yayılmasını sağlayan sistemlerin güçlendirilmesi ve teknoloji yayımı ile ilgili tüm firmalara öncelik verilmesi gerekmektedir.¹³⁰

Demokratik bir düzen çerçevesinde devletin pazar ekonomisi ile ilişkilerinde düzenleyici bir işleve sahip olduğu görüşü, günümüz devlet-ekonomi ilişkilerinde kabullenilen bir yaklaşım olmuştur. Devletin, demokratik bir düzen çerçevesinde pazar ekonomisi ile ilişkilerinde düzenleyici bir işleve sahip olduğu görüşü, artık çağdaş devlet-ekonomi ilişkilerinde geniş ölçüde kabul gören bir yaklaşımdır. Devlet, piyasaların sağlıklı işlemini yola koymak için gereken düzenlemeleri

¹²⁸ C.Can Aktan ve İstiklal Yaşar Vural, **Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri**, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları, 2004a, ss.49-50.

¹²⁹ Stephane Garelli, **“Competitiveness of Nations: The Fundamentals”**, IMD World Competitiveness Yearbook 2006, p. 612.

¹³⁰ Oğuztürk,a.g.e., s. 132.

ayarlayan ve onların uygulanmasını zamanında denetleyen bir kurum olarak ekonomide önemli konuma sahiptir.¹³¹

Ulusal firmaların rekabet gücünü artırmak ve devamlılığını sağlamadaki devletin esas vazifesi görevi, ulusal rekabet hukuku ve politikalarını rekabete elverişli çerçevede oluşturacak biçimde düzenlemesidir. Rekabet edilebilir çevre oluşturmak için makro-ekonomik istikrarın sağlanması, serbest ticaretin oluşturulması, korumacı ticari politikaların, açık olmayan sanayi politikalarının kaldırılması, kamu hizmetlerinin azaltılması ve piyasalarda tekelleşmenin engellenmesi gerekmektedir. Bu hususta rekabet gücünü artırmada devletin gerçekleştirmesi gereken önemli rolleri aşağıda verilmiştir:¹³²

- Yurtiçi ve yurtdışı piyasalardaki koşullara, teknoloji ve fiyatlara yönelik enformasyonun sağlanması
- Etkin iletişim ve ulaşım sistemlerinin oluşturulması
- Teknolojik ve örgütsel teknik bilginin (know-how) sağlanması
- Nitelikli beşeri kaynakların oluşturulması
- Üretimi destekleyecek fiziki, ekonomik ve sosyal altyapının iyileştirilmesi
- Girişimcilik kapasitesinin teşvik edilmesi
- Üniversite ve eğitim sistemi ile sanayi arasındaki ortaklığın geliştirilmesi
- Olumlu dışsallıkların (ör: teknolojik ilerleme ve beşeri kaynak eğitimi) teşvik edilmesi, olumsuz dışsallıklar (ör: doğal çevreye zarar verilmesi) caydırılarak piyasa aksaklıklarının düzeltilmesi
- Sağlam bir para ve maliye politikasının oluşturulması
- Sosyal güvenlik sisteminin etkin hale gelmesi için reformların yapılması

¹³¹ Hasan Sabır, Küreselleşen Dünyada Rekabet Politikası ve Gelişmekte Olan Ülkeler, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C. 1, S.1, 2013, s.123.

¹³² Lachmann W, "The Development Dimension of Competition Law and Policy", UNCTAD Series on Issues in Competition Law and Policy, United Nations, New York and Geneva, 1999, p.p. 19-21.

- Siyasi ve ekonomik istikrarı sürdürecektir uygulamaların hayata geçirilmesi
- Genel mülkiyet ve fikri mülkiyet haklarının korunması
- Dengeli, etkin ve dünya koşullarına uygun bir vergi sistemi ve rekabet hukukunun oluşturulması

Yeni koşullarda ve kriz ortamında devlet gerekli tedbirleri alarak, işletmelerin rekabet güçlerini arttıracak bir faktör haline gelmiştir. Rekabet gücünün geliştirilmesinde devletin rolü dolaylı yönden olup, devletin görevi rekabet gücü sağlamak değil, rekabet gücünün temel belirleyenleri üzerinden bölgeyi desteklemek olmaktadır. Faktör geliştirme durumunda ise devletin üretim koşulları işlevi devreye girmektedir. Ulaşım, altyapı, eğitim, sağlık gibi yatırımların yapılması faktör geliştirme yönünden önemlidir. Fakat bu yatırımların ciddi sermaye gerektirdiğinden dolayı devlet yardımıyla veya kamu-özel sektör işbirliğiyle sağlanması gerekmektedir. Faktör geliştirmeye yönelik faaliyetleri; gelişmiş ve uzman araştırma kurumlarının çalışmalarını teşvik etmek, üniversite-sanayi işbirliğini güçlendirmek, Ar-Ge çalışmalarını arttırmak, eğitimin kalitesini yükseltmek ve altyapının belirli alanlara yönelik uzmanlık kazanmasını teşvik etmek olarak sıralanabilir. Sonuç itibarıyla devletin piyasa yapısı ve rekabet stratejileri ile rekabet gücü kazanma yönündeki görevi tamamen dolaylı olup, rekabet koşullarının önündeki yasal ve yapısal engellerin kaldırılması, kurumsal yapının güçlendirilmesi ve işletmelerin kendilerine uygun rekabet stratejileri belirleyip sürdürebilecekleri istikrarlı ekonomik ortamın oluşturulması bu faaliyetlere örnektir.

2.1.17 Makroekonomik İstikrar ve Politikalar

Uluslararası fiyat rekabetini etkileyen makroekonomik göstergeler; enflasyon, döviz kuru, piyasa hacmi (GSYİH), nispi pozisyon gelişmeleri, işgücü maliyeti (birim

ücret), Ar-Ge harcamaları, ihracat kâr marjları, dışa açıklık, doğrudan yabancı yatırım, faiz oranları, bütçe açıkları vb. olarak bilinmektedir.¹³³

1980’li yıllardan itibaren iktisat literatüründe URG’ne etki eden faktörleri açıklamak üzere yapılan çalışmaların çoğunda ekonomik faktörlerin etkinliği üzerinde durulmuştur. GOÜ’lerin ekonomik anlamda giderek daha da güçlü konuma gelmesi ve GÜ’lerle rekabet etmeye başlaması bu konuda etkili olmuştur. Bu sayede birçok ekonomik değişken ele alınmış olmakla birlikte işgücü maliyeti (birim ücret), döviz kuru, piyasa hacmi (GSYİH) ve dışa açıklık literatürde en fazla kullanılan değişkenler haline gelmiştir.¹³⁴

Makro ekonomik ortam ekonomik performansın arttırılmasında, sektörlerin istikrarlı bir şekilde faaliyet göstermesinde ve dış istikrarın sağlanmasında büyük bir önem taşımaktadır. Ülkenin makroekonomik yapısının iyileştirilmesi, rekabetçi ortamın daha kalıcı ve uzun vadeli olması açısından önemlidir.¹³⁵

Makroekonomik istikrar iş dünyası için ve bu bağlamda ülkenin rekabet gücü için büyük önem taşımaktadır. Örneğin, yüksek enflasyon ortamının varlığı, büyük bütçe açığı, makro ekonomik ortamda faizlerin yüksekliği ve gelecek ile ilgili belirsizlikler yatırımları ve rekabet gücünü olumsuz etkileyecektir.¹³⁶

Ulusal bir ekonominin rekabet gücü, birçok şirketin üretkenliği ve çalışma ortamıyla ilgili oldukça karışık bir yapılanmadan oluşur. Diğer taraftan bu işletmelerin performansı, doğal olarak büyük ölçüde uygulanan makro ekonomi politikalarına bağlıdır. Ulusun makro ekonomi politikalarının ana amacını; ekonomik istikrarın, büyümenin ve refahın artırılması oluşturur. Ülkeler, bu konularla ilgili önlemler almak üzere makro ekonomi politikalar geliştirirler. Bunlar,¹³⁷

1. Enflasyonla başa çıkmak,

¹³³ Rekabet Forumu, Türkiye Küresel Rekabet Raporu, TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi, İstanbul, 2006, s.s. 36-38. <http://cgft.sabanciuniv.edu/sites/cgft.sabanciuni.edu/files/RekabetRaporu.pdf> erişim tarihi:23.03.2016

¹³⁴ Sevda Yapraklı, “Uluslararası Rekabet Gücünü Etkileyen Makroekonomik Faktörler:Türk İmalat Sanayi Üzerine Bir Uygulama”, **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**,

¹³⁵ REF,Tüsiad - Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu, Türkiye Küresel Rekabet Raporu, Lebib Yalkın Yayınları,İstanbul, 2006, s.4.

¹³⁶M.Adıgüzel., a.g.e., s.159.

¹³⁷ P. Kotler, S.Fatusrıpitap ve S. Maesincee 2000, s.251. aktaran M. Adıgüzel a.g.e.,s. 160.

2. Sermaye yatırımlarının uyarılması,
3. Döviz kuru oranlarının yönetilmesi,
4. Mali politikaların yönetilmesi,
5. İşsizlikle mücadele etmek,
6. Dış kaynaklı krizlerin üstesinden gelebilmektir.

Doğru makroekonomik politikaların birincil koşulu fiyat istikrarı olarak kabul edilmektedir. Yüksek enflasyonun ve fiyattaki oynaklığın büyüme sürecini olumsuz etkilediği artık genel kabul görmektedir. Maliye politikası, ikinci önemli alandır. Her ne kadar eğitim, sağlık, altyapı, Ar-Ge gibi alanlardaki kamu yatırımlarının büyüme sürecine pozitif etkisi bilinmekle birlikte, bu harcamaların finansmanı ve yol açabileceği kamu açıkları, bu harcamalar için daha dikkatli olunmasını gerektirmektedir. Yüksek kamu açıklarının özel sektör yatırımlarını dışlayıcı rolü hakkındaki görüşün yanı sıra, TFV' ni olumlu etkileyecek kamu harcamaları yapmak için toplanması gereken vergi gelirleri nedeniyle, kamu sektörünün ekonomi içindeki büyüklüğü de büyüme hızını olumsuz etkileyebilecek bir faktör olduğu ileri sürülmeye başlanmıştır.¹³⁸

2.1.18 Kurumlar

Kurumsal değişim, toplumların gelişimlerine yön verdiğinden, tarihi değişimi algılamayı da kolaylaştırmaktadır. Kurumların, ekonomilerin performansları üzerinde etkisi büyüktür. Kurumlardaki gelişim ekonomilerin zaman içerisinde farklı performans sunmasına sebep olabilmektedir.¹³⁹

Kurumsal çerçeve, ekonomik rekabet gücünü ve büyümeyi, bireysel ve organizasyonel yönden kaynak birikimini ve geliştirilmesini, teknoloji geliştirme ve difüzyonunu, yeniden kaynak tahsisini, kullanma (utilization) ve koordinasyonu,

¹³⁸OECD The Source of Economic Growth in OECD Countries, Paris'ten 2003 aktaran, Ü. İzmen "Geçmişte ve Günümüzde Büyüme Stratejisi Uygulamaları" İçinde Türkiye'ni Perspektifleri: Makroekonomik Çerçeve/Dinamikler/Strateji, TUSİAD, İstanbul. 2005

¹³⁹ North Douglas'den aktaran C.Can Aktan., "Değişim Çağında Devlet", Çizgi Kitapevi, Konya. 2003, s.207.

ürün piyasalarında satıcı ve alıcıların etkileşimini, iş aktivitelerinin uluslararası anlaşmasını şekillendirir.¹⁴⁰

Kurumlar insanlar tarafından oluşturulmuştur ve insanlar tarafından değiştirilirler. Kurumlar, ekonominin uzun dönemde sergilediği performansında belirleyici unsur olarak yer alır. Kurumlar, ekonominin performansını değişim ve üretim maliyeti üzerindeki etkiler vasıtasıyla etkilerler. Kullanılan teknolojiyle birlikte, toplam maliyeti oluşturan değişim ve dönüşüm (üretim) maliyetini belirlemede etkin rol oynarlar.¹⁴¹

2.1.19 Coğrafi Konum

Marshall, tüketicilere ve girdi sahiplerine yakın yerleşme nedeniyle, firmaların ulaşım maliyetlerinin düştüğünü ileri sürmüştür. Dolayısıyla yerleşim yeri seçimi, verimlilik sağlayarak rekabet gücünü etkileyebilmektedir. Kalkınma sürecindeki önemi ilk kez Marshall tarafından vurgulanan endüstriyel bölgeler yaklaşımı, Porter'ın ülke, bölge ve firma düzeyinde rekabet gücünün artırılması üzerinde duyarlılık göstermesi üzerine ilgi duyulmuştur.¹⁴² Endüstriyel bölge ve aynı coğrafyada bulunan sanayi kümelerine yönelik ilişki kaynağında ekonomik büyümeyi tetikleyici dışsallıklar bulunmaktadır.¹⁴³

Eski yaklaşımlara göre kuruluşların aynı mekânda kümelenmesi coğrafi uzaklıklardan doğan işlem maliyetlerini azaltma ihtiyacına bağlıdır. Fakat yeni yaklaşımlar, kümelenmelerin kalıcılığını teknolojik dışsallıklar, emek pazarları, yerel gelenekler, normlar ve değerler ile ifade etmektedir. Bu nedenle bölgelerin başarısını

¹⁴⁰ Dani Rodrik, "Institutions for High Quality Growth: What they are and how to Acquire them", Draft paper prepared for the IMF Conference on Second-Generation Reforms, Washington D.C., November 8-9, 1999. aktaran Adıgüzel M.

¹⁴¹ Hasan Gürak., Kurumlar ve İktisat; www.hasmendi.net/makale_gurak/kurumlar.pdf

¹⁴² Neşe Kumral, "Endüstriyel Yerelleşme: Türkiye NUTS 1 Bölgeleri Örneği" **İktisat İşletme ve Finans Dergisi**, C.19, S.215, Şubat 2004, s. 66.

¹⁴³ Neşe Kumral, a.g.m, s.67.

ve gelişmesini organizasyonel ve teknolojik öğrenmenin yığılma içerisinde birlikte gerçekleşmesine bağlayan yaklaşımlar, büyük ilgi görmüşlerdir.¹⁴⁴

Bölge içi ağlarla birlikte yerele ve mekâna bağlı olmayan bölge dışı ve bölgelerarası ağlar da ciddi öneme sahiptir. Bölgesel kalkınma modeli olarak bölgeselleşme, bölgesel ekonomilerin güç sağlamasıyla hem de bölgesel kümelenmelerin büyümesiyle yakından bağlantılıdır. Küçük coğrafi alanlar, aynı endüstride bulunan çeşitli firmaları kapsamakta ve bu firmalar, resmi ve resmi olmayan yerel ağlarla iletişime geçmektedir. Yeni endüstriyel bölgeler, bilgi ağının yayılması yoluyla tedarikçi, firma ve tüketiciler arasındaki güçlü ilişkileri sağlamaktadır. Dolayısıyla yeni endüstriyel bölgeler, ölçek ekonomilerini ve ekonomik büyümeyi etkiler hale gelmektedir.¹⁴⁵

Yeni endüstriyel bölgelerde yenilik, sadece yakın etkileşimden ve coğrafi yakınlığa dayalı işbirliklerinden kaynaklı değildir. Günümüzde bilgi, kolay ulaşılabilir hale gelmiştir. Uzak, yakın mesafeye bakmadan kolaylıkla transfer edilebildiğinden coğrafi sınırlara bağlı kalmak gerekmemektedir. Küresel rekabet gücü açısından, hem yakın işbirliği hem de uzak mesafeli işbirliğine yol açan ağsal iletişim, bir arada olması gereken unsurlardır. Artık sadece yerele ve mekâna bağlı kalmamak, yerel bilgi ile dışsal bilgiyi birleştirmek gerekmektedir. En başarılı bölgeler, hem yakın hem de uzak mesafeli etkileşimler kurabilen ve her tür bilgiyi elde edebilen bölgelerdir.¹⁴⁶

2.1.20 Girdi ve Üretim Maliyetleri

Üretim girdileri; üretim alanı, sermaye, işgücü, fiziksel altyapı, ticari ve yönetsel altyapı, doğal kaynaklar ve bilimsel bilgiyi kapsamaktadır. Rekabetçi üstünlük genel anlamda girdilerin maliyeti ve ulaşılabilirliğine dayanmaktadır. Ancak, örneğin limanlar, yollar ve yüksek eğitimli işçi kadrosu gibi temel girdiler zorunlu olmalarına karşın, tek başlarına bir üstünlük kaynağı değildir. 1980 öncesi, kapalı ekonomilerde

¹⁴⁴ Onur Sungur ve Hidayet Keskin, “Coğrafi Yakınlık Hala Önemli mi? Yerel İnovasyon Modellerinden Çok-Yerelli Bilgi Dinamiklerine Dönüşüm”, *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C. 1, Sayı: 2, 2009, s.107.

¹⁴⁵ Sungur ve Keskin, a.g.e., s.108.

¹⁴⁶ Sungur ve Keskin, a.g.e., s.110.

rekabetin durağan olduğu ve maliyet minimizasyonuna dayandığı görölmektedir. Kapalı ekonomilerde, üretim faktörlerindeki rekabetçi üstünlük veya ölçek ekonomileri belirleyici olmaktadır. Ancak bu görünüm, günümüzde gerçek rekabeti ortaya koymakta başarısız kalmaktadır. Rekabet, yeniliğı ve stratejik farklılıkları araştırmaya dayalı hale gelmiştir. Faktör girdilerine dayalı minimizasyonun değerini yitirmesinde üç koşul etkin rol oynamaktadır. Bunlar:

1. Küresel ekonomiye daha fazla ülkenin katılması ile girdi tedarikinin genişlemesi,
2. Ulusal ve uluslararası faktör piyasalarının daha geniş etkinliğe ulaşması ve faktör rekabet yoğunluğunun azalması,
3. Satın alıcılar, tedarikçiler ve diğer kurumlar ile yakın ilişkilerin, sadece etkinliğe değil aynı zamanda gelişme ve yenilikçiliğe de önemli bir şekilde katkı sağlamasıdır.¹⁴⁷

Rekabet alanında üstünlüğe ulaşmak isteyen işletmeler maliyet stratejisi, farklılaştırma stratejisi ve odaklanma stratejilerinden birinde yetkinlik kazanarak rekabet başarısını kazanmaya çalışmaktadırlar.

İşletmelerin rekabet gücünü etkileyen temel unsurların başında; yüksek kalite, düşük maliyet, verimlilik, yenilik ve yaratıcılık gelmektedir. İşletmenin kalite önem vermesi verimlilik seviyesinde ciddi artışlar kazandırır ve kaliteyi arttırmayı amaçlayan bir işletme israf ve savurganlıkları önemli ölçüde aza indirmiş olur. Hedefine hatasız bir şekilde ulaşmaya çalışır. Bu hedefler sonucunda işletmenin üretim maliyetlerinde azalma meydana gelir. Rekabette başarının sırrı düşük maliyet ve yüksek kalitedir. Bu iki amacı bir arada sağlayabilen firmalar, rekabette başarıya ulaşmış olurlar ve işletmenin rekabet gücü de artmış olur.¹⁴⁸

¹⁴⁷ Michael PORTER, On Competition, Harvard Business Review Book, USA1998, p.p:209-212.

¹⁴⁸ Coşkun Can Aktan ve İstiklal Y.Vural, **Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri**, s.14. TİSK Rekabet Dizisi-1,Ajans-Türk Basın ve Basım Yayınevi, Ankara 2004, s.14

2.1.21 Altyapı

Yüksek kalitede altyapıya sahip olma bir ekonominin etkin şekilde işlemesi ve uluslararası rekabet gücü için kritik bir role sahip olduğu gibi altyapı düzeyi ekonomik faaliyetlerin konuşlanmasını da belirleyen önemli bir faktördür. Yüksek kalitede altyapı ulusal piyasanın entegre olması ve diğer ülkelerdeki piyasalara bağlanmada bölgeler arasındaki uzaklığın etkilerini azaltır. Yaygın ve yüksek kalitedeki altyapı, rekabetçiliğin önemli bir belirleyicisidir ve ekonomik büyümeye pozitif katkı sağlar. Bu bağlamda, iyi gelişmiş ulaştırma ve iletişim altyapısı, piyasaların etkin işlemesi ve ihracatın büyümesinde ön koşuldur. Kaliteli yollar, demiryolları, limanlar ve hava taşımacılığı insanların, mal ve hizmetlerin efektif şekilde ulaştırılmasını sağlayarak, girişimcilere ve emek sahiplerine piyasa içinde güvenli ve zamanında tedarik, esnek hareket kabiliyeti ve kolaylık sağlar. Ekonomiler sürekliliği olan elektrik artışına ihtiyaç duyarlar. Son olarak, yaygın ve sağlam bir telekomünikasyon ağı, hızlı ve bağımsız bilgi akışına izin verirken ekonomik faktörlere kararları için uygun bilgi sağlayarak ekonomik etkinliği bütün olarak artırır.¹⁴⁹

“Altyapı, firmaların faaliyetleri ve büyümesi için bir ön şarttır. Güvenilir altyapı ve hizmetlerin olmaması, girdi ve çıktı pazarlarına erişimi kısıtlayarak, işlem ve işletme maliyetlerini arttırarak ve mevcut firmaları ek yatırımdan ve yeni firmaların kuruluşundan caydırarak özel sektörün rekabetçiliğini azaltır.”¹⁵⁰

İşletme altyapısı genel yönetim, planlama, muhasebe ve finansman, kalite yönetimi gibi bir takım etkinliklerden oluşmaktadır. Altyapı faaliyetleri değer zincirindeki tüm etkinlikleri desteklemekle birlikte önemli ölçüde rekabet avantajı yaratabilecek potansiyele sahiptir.¹⁵¹

¹⁴⁹ Adıgüzel, M, a.g.e. s.168.

¹⁵⁰ TEPAV, Türkiye Yatırım Ortamı Değerlendirme Raporu, Cilt 2, TEPAV 2007, Ankara:www.tepav.org.tr/tur/admin/dosyabul/.../turkiye_yatirim_ortami_v1.pdf

¹⁵¹ Halil Emre Akbaş, “Endüstri İşletmelerinde Değer Zinciri Analizinin Mamul Maliyetleri Üzerine Etkileri ve Uygulama Örneği”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul 2008, s.s 84-89.

2.1.22 Kümelenme ve Rekabet Gücü İlişkisi

Porter ulusal rekabet gücü araştırmalarında endüstriyel yapının üzerinden değerlendirilmelerin yapılmasının gerekliliğini belirtmiştir. Ona göre ülkeler dünya ile bir bütünlük sağlayamamış endüstrileriyle rekabetçi konumuna erişemeyeceklerdir. Yatay ve dikey bağlarının güçlü olduğu, ulusal elmasın üstün kuvvete sahip olduğu endüstri ve endüstrilerde, işletme kümelerinde üstünlüğe kavuşacaktır. Bu sebepten uluslararası rekabetçi üstünlüğün sağlanmasında kümelenmeler önemli konuma sahiptir.¹⁵²

Endüstriyel bölgeler, kümelenmeler şeklinde günümüzde etkinliklerini sürdürmektedir.¹⁵³

Küçük ölçekli ve bazı alanlarda uzmanlaşmış esnek firmaların kümelenmesi endüstriyel bölgeler yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır. Üretim bünyesindeki değişimin verimliliğe tesiri ve firmaların kuruluş mekânları ile bağlantılı olarak endüstriyel bölgelerdeki rekabet gücü değerlendirilmektedir.¹⁵⁴

İhracatın dünya piyasasındaki fiyatlara karşı duyarlılığı Az Gelişmiş Ülkeleri (AGÜ) döviz kuru ve kaynak maliyet çevrimlerine mecbur durumda bırakmaktadır. Gelişmiş ülkelerin (GÜ) uyguladığı koruma politikaları ise ciddi sorunlardan en önemlisidir. GÜ çok AGÜ'nin üstünlük elde ettiği tekstil ve tarım gibi alanlarda ticaret kısıtlamalarını getirmektedir.¹⁵⁵

İşletme kümeleri, işletmelerin endüstri ile ilgili farklı kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları ve diğer gerekli birim ve işletmelerin birlikte etkinlikler gerçekleştirdiği endüstriyel bölgelerdir. Bir başka tanımlamayla “kümelenme; benzer, ilişkili ve tamamlayıcı iş/sektör gruplarının coğrafi olarak belirli bir bölgede yoğunlaşması ile

¹⁵² M.E. Porter, 2004, s.39-56.; SNOWDON, B., STONEHOUSE, G., 2006, Competitiveness in a globalised world:Michael Porter on the microeconomic foundations of the competitiveness of nations, regions, and firms” interview with Professor Michael Porter, Journal of International Business Studies, vol.37, pp.163-175, s.168.

¹⁵³ F. Tutar, E. Tutar ve M.V. Eren, "Bölgesel/Yerel Ekonomik Kalkınmanın Popülerleşen Yeni Aktörü: Kümelenme", **Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, 3(2), 2011, s.94-116.

¹⁵⁴ K. Berliant ve H. Konishi, "The Endogenous Formation of a City: Population Agglomeration and Marketplaces in a Location-Specific Production Economy", *Regional Science and Urban Economics*, 30, 2000, p.289–324.

¹⁵⁵ M. E. Porter, *The competitive advantage of nations.*, New York: The Free Press.1990, p. 675

ortaya çıkan, o coğrafi alanda ortak altyapı, iş gücü ve hizmetleri paylaşarak birbirleri ile çeşitli endüstriyel, ticari faaliyetlerde bulunmaya, iletişime ve işbirliğine açık, ortak fırsatlar ve tehditler ile karşı karşıya olan bir iş oluşumudur”.¹⁵⁶

Rekabet gücü ve kümelenme ilişkisi ölçümünde Porter’in Elmas modeli ve bu modele dayandırılan Yakup modeli kullanılmıştır. Rekabetçilikle ilgili çeşitli teoriler ve iddialar değerlendirildiğinde, daha önceki klasik teorilerin sadece rekabetçiliğin farkına nasıl varılacağı hususunda yol göstereceğini ifade ettiklerini göstermesi bu modelin kullanılmasının esas nedeni sayılmaktadır. Yakup modeli uygulamasıyla, ekonomik büyüme olgusu mikro ekonomik düzeyde, işletme düzeyinde ve sektör düzeyinde tam olarak anlaşılabilir şekilde ölçülebilmektedir.

Kümelenme başarılarının çoğu, farklı firma ve sektörler arasındaki dışsal ekonomilere bağlıdır. Bu sebepten kümelenme, bir bütün şekilde kendi oluşumunu sağlayan parçaların toplumundan çok büyük bir değer kazanan firma ve kurumların birleşimidir.

Ekonomistler firma yoğunlaşmalarını yığılma ekonomileri açısından değerlendirmişlerdir. Endüstri düzeyinde veya çeşitlendirilmiş bir kentsel ekonomi içinde ortaya çıkabilen yığılma ekonomilerini değerlendirenlerin pek çoğu, girdilere ve piyasalara yakınlığı nedeniyle oluşan maliyet minimizasyonuna dikkat çekmişlerdir. Çağımızda teknolojinin ve tedarik kaynaklarının küreselleşmesi ile mobilitenin artması ve iletişim ve ulaşım maliyetlerine asgari seviyede erişilmesi, maliyet minimizasyonunun etkilerini güçsüzleştiren unsurlar olarak görülmektedir. Doğasında bazı kaymalara uğramakta olan yığılma ekonomilerinin önemi kümelenme düzeyinde artmaktadır.

Kümelenmelerin varlığı tüm ekonomilere yayılmakla birlikte, tüm alanlarda eşit seviyede rekabetçi üstünlükleri sağlanamamıştır. Kümelenmelerin üstünlüğü, rekabete dayanan üç büyük etkisinin (kişisel ilişkiler, yüz yüze iletişim, birey ve kurumların oluşturduğu ağlar) kendi aralarındaki etkileşim derecelerine bağlıdır. Kümelenmenin varlığı, bu tür ilişkilerin ilgili alanda gelişmesine ve daha etkili olmasına imkan tanırken, formel veya enformel düzenli mekanizmalar ve kültürel

¹⁵⁶ M.E.Porter, “Building the Microeconomic Foundations of Prosperity:Findings from the Business Competitiveness Index”, Global Competitiveness Report 2003-2004, WEF, 2004 s. 39-56.

normlar ise, kümelenmenin gelişiminde ve çalışmasında önemli bir rol üstlenmektedir¹⁵⁷

Kümelenmeler firmalarının daha hızlı büyümelerine yol açan yenilik ve verimlilik artışına katkı sağlayacak kapasite olanağını sunuyor. Çünkü müşteri tercihleri ve yenilik avantajları kümelenmeler bünyesinde kolayca fark edilmektedir. Fırsatları değerlendirebilecek işgücü, sermaye ve diğer unsurlara ulaşım kolaylığı da mümkündür. Kümelenme kuruluşları, firmaları ilgilendirecek işbirliği imkânlarını takdim etmektedir. Kümelenme yapısına dâhil firmalar küme içerisinde bir birleriyle rekabet etmekle yetinmeyip, dikey bütünleşmiş firmalar başta olmak ortaklaşa işbirliği imkânlarını da sağlamışlardır.¹⁵⁸

2.2 Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Gücü Endeksi-GCI

Dünya Ekonomik Forumu (WEF-World Economic Forum) tarafından ülkelerin rekabet güçleri her yıl tekrar edilen kapsamlı bir çalışma ile ölçülmektedir. WEF dünya ülkelerinin rekabet gücüne göre sıralayarak hazırladığı Global Rekabetçilik Raporu (Global Competitiveness Report-GCR)'nu 1979 yılından beri yayımlamaktadır. GCR ekonomik büyümenin temel faktörlerini anlamak konusunda katkı sağlamaktadır ve ülkelerin ekonomik büyümesinin artmasının başarı sebeplerini açıklamaya çalışmaktadır.

WEF, “Global Rekabet Endeksi-GCI” olarak adlandırılan bir endeks yardımıyla ulusal rekabetçilik konusunda ülkeleri makro ekonomik ve mikro ekonomik açısından kapsamlı bir şekilde analiz ederek, ülkelerin uluslararası rekabet gücünü durumunu belirlemektedir. GCI, üç temel prensibe sahiptir ve şu şekilde sıralanır.¹⁵⁹

1) Rekabet gücünün belirleyicileri komplekstir ve rekabet gücü ölçümü 12 ana başlık altında yapılır.

¹⁵⁷ Porter, 1998, a.g.e. s. 212.

¹⁵⁸ Porter, 1998, a.g.e. s. 214.

¹⁵⁹ WEF, 2012.

2) Ekonomik kalkınma, başarılı gelişmenin dinamik bir sürecidir ve üç safhadan oluşmaktadır. Bunlar, Faktör Temelli Gelişim Aşaması, Verimlilik Temelli Gelişim Aşaması ve Yenilikçilik Temelli Gelişim Aşamasıdır.

3) Ekonomiler, bir safhadan daha gelişmiş diğer safhaya geçerek gelişirler.

GCI, kısa ve uzun vadeli olarak ülkeleri kurumsal ve politik yönden değerlendirmektedir. Endeksin hesaplanmasında 12 bileşenden yararlanılmaktadır ve önemi şu şekilde özetlenebilir;

1.Kurumlar; bireylerin, firmaların ve devletin gelir ve refah artışı sağlamak amacıyla iletişim halinde bulunduğu hukuksal ve yönetsel çevreyi ifade etmektedir.

2. Altyapı; fiziki altyapının kaliteli bir şekilde sağlanması, ekonomik etkinliklerin verimliliğini arttırmaktadır. Bu sayede bölgeler arası mesafenin etkisinin azalması ticaret kolaylaşmasına yol açar ve durum rekabet gücünün artışı sağlar.

3. Makroekonomik Çevre; Bu bileşim ekonominin büyüme sağlamak hem de ülkenin rekabetçiliğini arttırmak açısından önemlidir.

4. Sağlık ve Temel Eğitim; sağlıklı bir işgücü ülkenin üretkenliği ve verimliliği dolayısıyla da rekabetçiliği açısından önem taşımakta, temel eğitim ise çalışanların verimini arttırmaktadır.

5. Yüksek Öğrenim ve Mesleki Eğitim; Lise ve yükseköğretim kurumlarına kayıt oranları gibi değişkenleri ifade eden bu bileşim, işgücünün değişen ekonomik şartlara ve üretim sisteminin uyumuna yön vermektedir.

6. Mal Piyasasının Etkinliği; Bu bileşen rekabet ve talep koşullarının niteliğini kapsamaktadır. Mal piyasasının sağlıklı işlemesi, iç ve dış piyasalarda sağlıklı bir rekabet, pazar etkinliğinin sağlanması ve piyasanın talepleri ile uyumlu bir yapının oluşturulması açısından önemlidir.

7. İşgücü Piyasasının Etkinliği; bu bileşen ücretlerin esnekliği ve işgücü kapasitesinin etkin biçimde kullanımı gibi faktörlerden oluşmaktadır. İşgücü

piyasaının etkinliği, piyasaının esnekliği ve çalışanları en verimli oldukları alanlara sevk etmek açısından önemlidir.

8. Finansal Piyasaının Gelişmişliği; Finansal piyasaların sağlıklı işlemesi, kaynakların politik kaygılarla belirlenen noktalar yerine en etkin alanlara yönlendirilmesini sağlayarak en yüksek beklenen getirinin elde edilmesini sağlamaktadır.

9. Teknolojik Hazırlık; İşletmeler tarafından verimlilik artışını sağlamak amacıyla teknolojik imknların ne ölçüde sağlandığını gösterir.

10. Piyasaının Büyüklüğü; lek ekonomisinin avantajlarından yararlanılması konusunda büyük piyasaların firmalara imkân sağlaması, üretkenliğin artmasına götürmektedir.

11. İş Piyasaının Gelişmişliği; İş piyasaının gelişmesi üretim artmasına sebep olmaktadır. Bu artış rekabet gücünü olumlu yönde etkilemektedir.

12.Yenilikçilik; Kurumların kalitesini iyileştirmek, makroekonomik istikrarsızlığın azaltılması, altyapının yapılması üstünlüğe götürebilir, fakat bütün bu faktörler sonucunda azalan bir verim sağlamaktadır.¹⁶⁰

Yenilikçilik, gelecek nesiller açısından rekabet gücü sağlanabilirliğin, istihdam artışının ve kaliteli bir seviyede yaşam standardının esas taşıdır. Yeni sektörlerin ve yeni iş imkânlarının ortaya çıkmasına ve iyileşmesine yol açarak ülkenin rekabet gücünü artırmaktadır.¹⁶¹

2.3 Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD) Endeksi

Ulusal düzeyde rekabet gücünü ölçen endeks çalışmalarından bir diğeri Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute for Management Development - IMD) tarafından yürütülmektedir.

IMD Dünya Rekabet Gücü Yıllığında, çok yönlü ve detaylı göstergelerden hareketle ülkelerin genel rekabet gücü sıralaması ortaya konmaktadır.¹⁶² IMD, bir ülkenin

¹⁶⁰ WEF, 2013.

¹⁶¹ U.S.Department of Commerce, 2012.

¹⁶² 2008 yılı Dünya Rekabet Gücü Yıllığında 331 kritere (belirleyiciye) dayalı olarak 55 ülkenin uluslararası rekabet gücü sıralaması yapılmıştır. Endeks hesaplamasında kullanılan bilgiler ulusal,

uluslararası rekabet gücünün sadece GSYİH ve verimliliğe dayanarak ölçülmesinin yeterli olmadığını belirtmektedir. Çünkü işletmelerin politik, sosyal ve kültürel boyutlarla da uğraşmak durumunda olduğunu bir gerçektir. Bu sebepten dolayı ülkelerin rekabet gücünün işletmelerin rekabet gücüne bağlı olduğunu düşünmektedir. Ülkelerin, işletmelerin rekabet gücünü arttıracak en etkin bünyeye, kurumlara ve politikalara sahip bir ortam oluşturması mühim olduğunu ifade etmektedir.¹⁶³

IMD Dünya Rekabet Gücü Yıllığı, işletmelerin uluslararası rekabet gücünü destekleyen ortamın oluşturulması ve sürdürülmesi açısından ülkelerin olgusunu analiz ederek bir sıralama oluşturmuştur. Bu çerçevede, çok sayıda kriterden (belirleyiciden) hareketle her biri beş alt faktörden oluşan ekonomik performans, hükümet etkinliği, iş alemi etkinliği ve altyapı faktörlerine dayalı olarak ekonominin genelinin uluslararası rekabet gücüne ulaşmaktadır.

Tablo 3. Uluslararası rekabet gücü faktörleri

Ana Faktörler		Alt Faktörler
Ekonomik performans	(80 kriter)	Ülke ekonomisinin makroekonomik değerlendirilmesi: • Yerel ekonomi, • Uluslararası ticaret, • Uluslararası yatırım, • İstihdam,

uluslararası kuruluşlar ile dünya genelinde belirlenmiş 52 adet işbirliği halindeki kuruluştan ve yönetici görüşleri araştırmasından temin edilmekte ve 2 3 'ü istatistiki verilere, 1 3'ü yönetici görüşleri araştırmasına dayanmaktadır. 2008 yılında, yönetici görüşleri araştırması kapsamında 3.960 cevap (geri dönüş) alındığı belirtilmektedir.

¹⁶³ IMD (International Institute for Management Development) (2011b), Frequently Asked Questions, <http://www.imd.org/research/publications/wcy/upload/FAQs.pdf>. s.485-487.

		• Fiyatlar.
Hükümet etkinliği	(73 kriter)	Hükümet politikalarının, uluslararası rekabet gücüne katkı sağlama boyutu: • Kamu finansmanı, • Maliye politikası, • Kurumsal çerçeve, • İşlemine ilişkin mevzuat, • Sosyal çerçeve.
İşalemi etkinliği	(70 kriter)	Ulusal ortamın, işletmelerin yenilikçi, karlı ve sorumlu bir yapıda faaliyette bulunmasını destekleme boyutu: • Verimlilik, • İş gücü piyasası, • Finans, • Yönetim uygulamaları, • Tutum ve değerler.
Altyapı	(108 kriter)	Temel, teknolojik, bilimsel ve beşeri kaynakların iş aleminin ihtiyaçlarını karşılama boyutu: • Temel altyapı, • Teknolojik altyapı, • Bilimsel altyapı,

		• Sağlık ve evre, • Eğitim.
--	--	--

**Kaynak: Rosselet-McCauley, “ Methodolgy and Principles of Analysis”,
IMD World Competitiveness Yearbook 2008.**

IMD Rekabet Gücü Yıllığında, ülkelerin genel uluslararası rekabet gücü sıralamasının yanı sıra, her bir ülkenin uluslararası rekabet gücü ana faktörler ve alt faktörler itibariyle ayrıntılı olarak analiz edilmekte, güçlü ve zayıf yanları ortaya konmaktadır. Ayrıca, her bir temel faktör kapsamındaki tüm kriterler bazında ülkelerin uluslararası rekabet gücü sıralaması sunulmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKMENİSTAN EKONOMİSİ'NİN REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) Yöntemi

Çalışmamızda, öncelikle Balassa (1965) tarafından ortaya atılan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA-Revealed Comparative Advantage) yaklaşımın Vollrath (1991) tarafından göreceli ithalat avantajı da dikkate alınarak formüle edilen RCA indeksine göre Türkmenistan'ın 2000-2015 dönemi sektörel rekabet güçleri Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonu (GTİP) ikili düzeyde tüm sektörler bazında incelenmektedir.

Vollrath'ın RCA için kullanılacak hesaplama yöntemi aşağıdaki yer almaktadır.

$$RCA = [\ln (X_{ij} / X_{it}) / (X_{nj} / X_{nt})] - \ln [(M_{ij} / M_{it}) / (M_{nj} / M_{nt})]$$

$$RCA = \ln (X_{ij} / X_{it}) - \ln (X_{nj} / X_{nt}) - \ln (M_{ij} / M_{it}) + \ln (M_{nj} / M_{nt})$$

Burada , (X_{nj} / X_{nt}) dünyadaki (ülkeler grubundaki) j malının toplam ihracatının dünya (ülkeler grubu) toplam ihracatına oranını ve (M_{nj} / M_{nt}) de dünyadaki (ülkeler grubundaki) j malının toplam ithalatının, dünya (ülkeler grubu) toplam ithalatına oranını göstermektedir. İhracat ve ithalat arasındaki hesaplama farkları (sigorta, navlun vb) ihmal edildiginde(**) $(X_{nj} / X_{nt}) = (M_{nj} / M_{nt})$ olup yani, bir malın dünyadaki toplam ihracatı, o malın dünyadaki toplam ithalatına eşittir. Bu durumda ;

$$\ln (X_{nj} / X_{nt}) - \ln (M_{nj} / M_{nt}) = 0 \text{ olacaktır ve}$$

$$RCA = \ln (X_{ij} / X_{it}) - \ln (M_{ij} / M_{it})$$

halini alacaktır. Bu ifadeyi aşağıdaki gibi yazmak mümkündür;

$$RCA = \ln [(X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it})]$$

Formüldeki i indisi belirli bir ülkeyi ifade etmektedir. Çalışmamızda, ülkelerin değil sektörlerin göreceli rekabet güçleri karşılaştırılacaktır. RCA indeksi mal grubu (j)

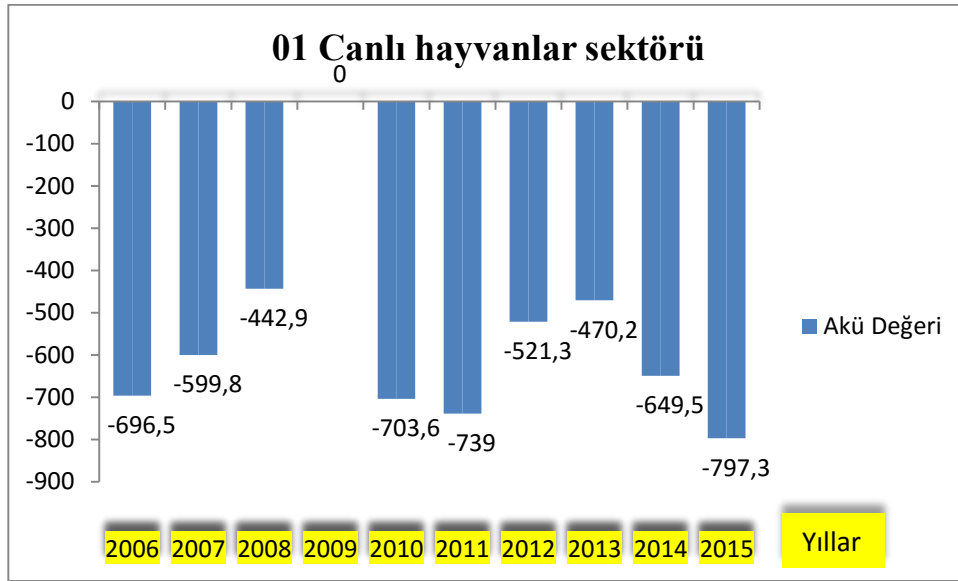
sabitken, farklı ülkelerin (i) aynı mal grubundaki göreceli üstünlüklerini karşılaştırmaya yöneliktir. Bu nedenle, çalışmamızda Türkmenistan'ın ekonomisinin dünyaya ihracatı ile, Türkmenistan ekonomisinin dünyadan ithalatı dikkate alınacağından, formüldeki ülke indisi olan (i), her bir sektör (j) için sabittir ve ihmal edilebilir. Bu durumda formülün yeni hali,

$$RCA = \ln [(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]$$

olacaktır. Dolayısıyla, herhangi bir mal (sektör) için rekabet gücü o malın (sektörün) ihracatının ülke toplam ihracatına (bizim çalışmamızda sanayi sektörü ihracatı) oranının, o malın (sektörün) ithalatının ülke toplam ithalatına (bizim çalışmamızda sanayi sektörü ithalatı) oranının doğal logaritmasına eşit olacaktır. RCA değerinin sıfır olması, $[(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]$ değerinin 1'e eşit olmasını ($\ln 1 = 0$) göstereceğinden, bu değere sahip mal (sektör) için rekabet gücü sınırdadır; RCA değerinin sıfırdan büyük olması $[(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]$ değerinin 1'den büyük herhangi bir değere sahip olmasını göstereceğinden, bu mal (sektör) için rekabet gücünün yüksek olduğunu ve nihayet de RCA değerinin 0'dan küçük olması $[(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]$ değerinin sıfırdan küçük olmasını işaret edeceğinden, o mal için de rekabet gücün zayıf olduğu (rekabet gücünün bulunmadığı) anlamına gelecektir. RCA değerinin daha da hassas ölçümü ve bir endeks olarak ifade edebilmek için eşitliğin sağ tarafı 100 ile çarpılırsa, formülümüz, $RCA = (\ln [(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]) * 100$ halini alacaktır.

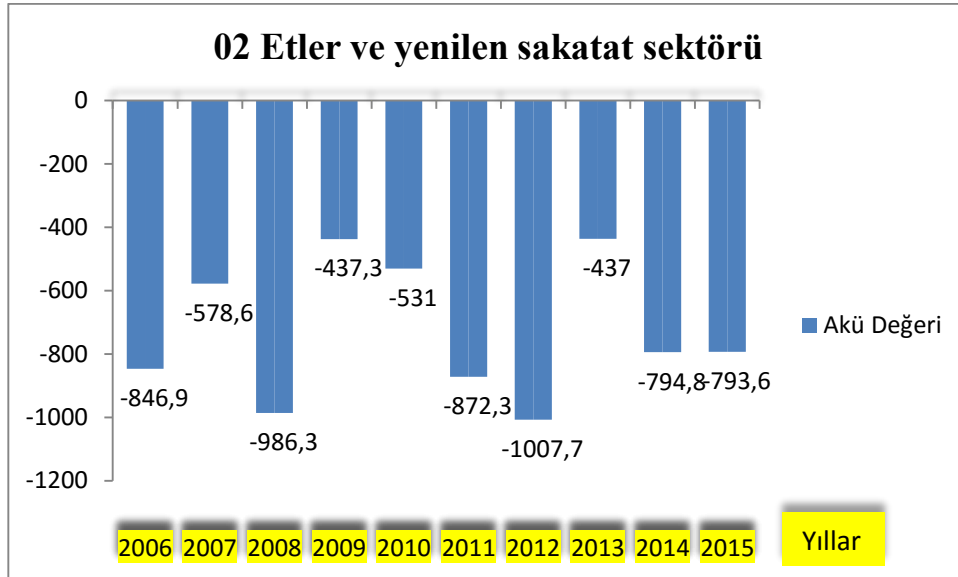
Bu çerçevede, RCA'lara göre sektörlerin rekabet gücü; $RCA > 50$ ise o sektörün rekabet gücünün yüksek, $-50 < RCA < 50$ ise o sektörün rekabet gücünün sınırdadır olduğu, $RCA < -50$ ise o sektörün rekabet gücünün düşük olduğu kabul edilmektedir. Burada, sözkonusu olan rekabet gücü dış ticaretle ilgili olup, satışlarının tamamını ya da ağırlıklı bir bölümünü iç piyasaya yapan sektörler için rekabet gücü anlamında belirleyici olamayabileceği ortadadır.

1. Canlı Hayvanlar Sektörü



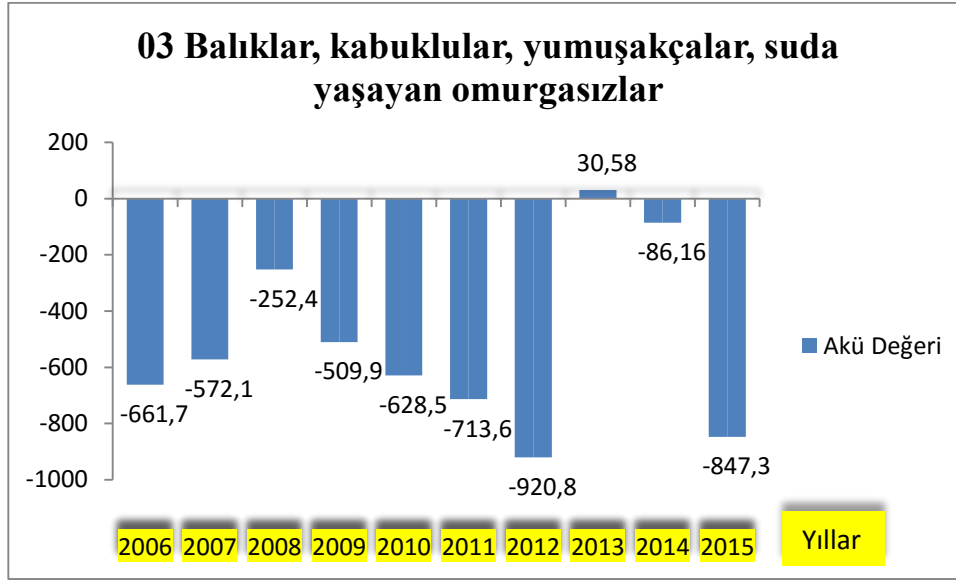
Canlı hayvanlar sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -797 ile -442 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

2. Etler ve Yenilen Sakatat Ürünleri sektörü



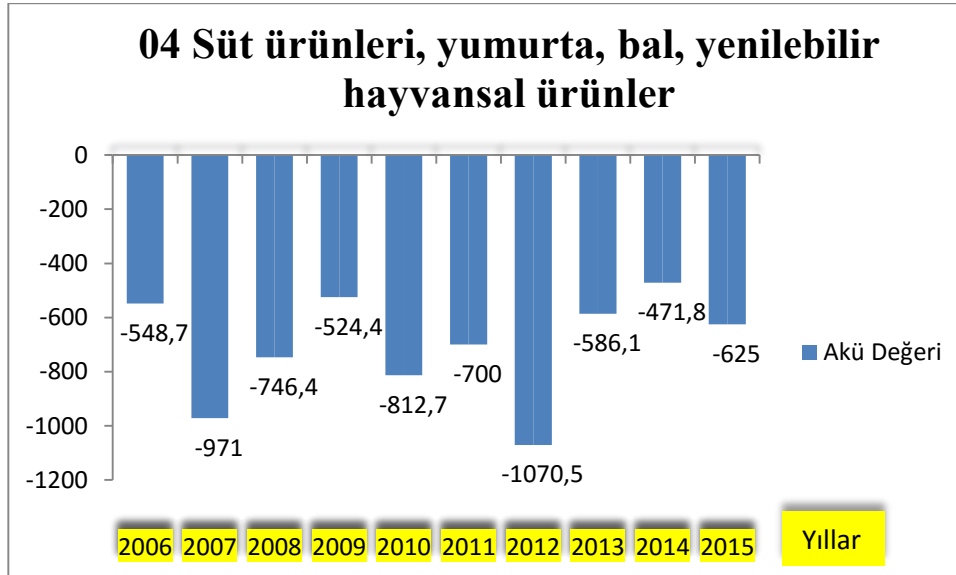
Et ve yenilen sakatat ürünleri sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri -1007 ile -437 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

3. Balıklar, Kabuklular, Yumuşakçalar, Suda yaşayan omurgasızlar sektörü



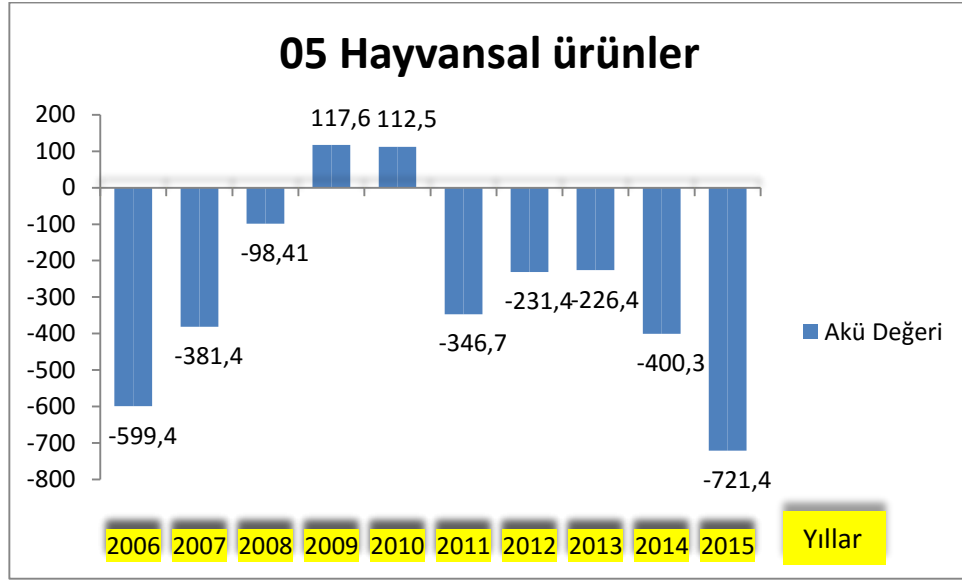
Balıklar, Kabuklular, Yumuşakçalar, Suda yaşayan omurgasızlar sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -920 ile -86 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü düşüktür.

4. Süt Ürünleri, Yumurta, Bal, Yenilebilir Hayvansal Ürünler Sektörü



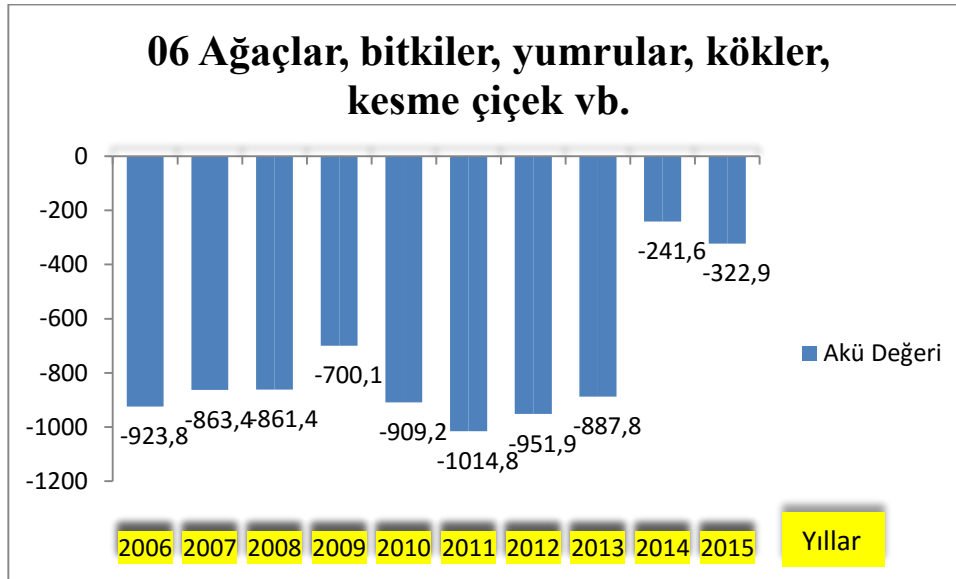
Süt ürünleri, yumurta, bal, yenilebilir hayvansal ürünler sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1070 ile -471 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

5. Hayvansal Ürünler



Hayvansal ürünler sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -721 ile -98 arasında yer almıştır. 2009 yılında +117 ve 2010 yılında +112 değer gösteren bu sektörün dönem ortalaması -50'nin altında olduğundan Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü düşüktür.

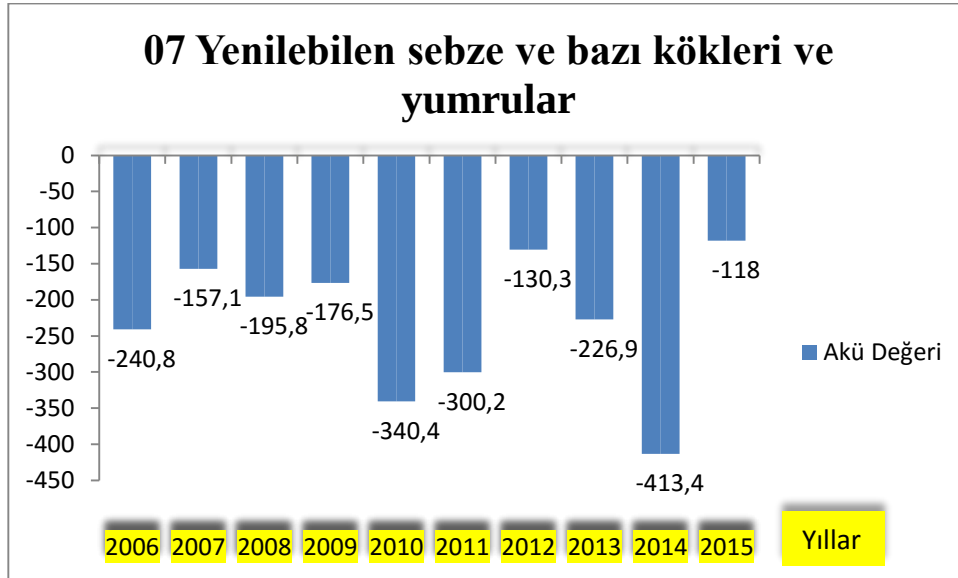
6. Ağaçlar, Bitkiler, Yumrular, Kökleri, Kesme Çiçek vb.



Ağaçlar, Bitkiler, Ampuller, Kökleri, Kesme Çiçek vb. sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1014 ile -241

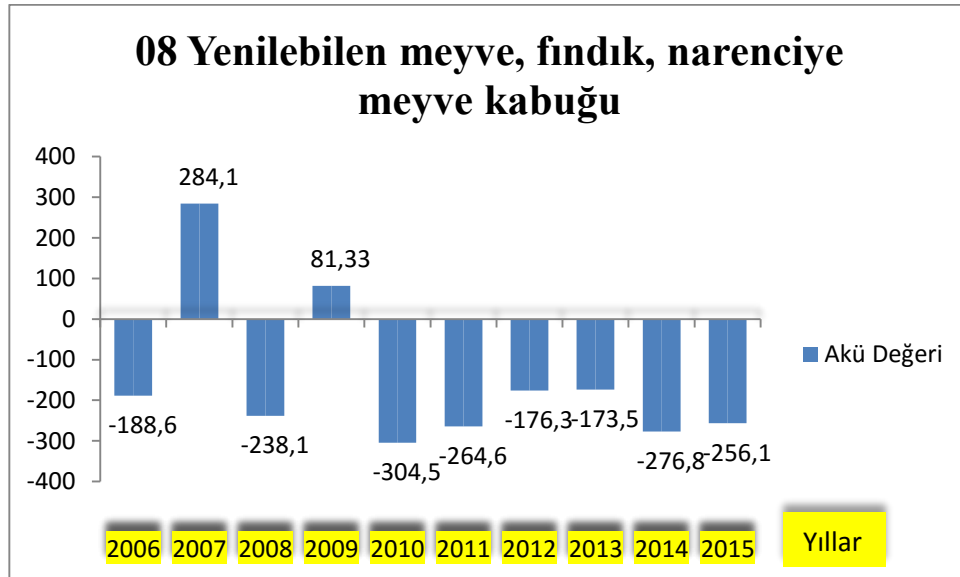
arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50 nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür.**

7. Yenilebilir Sebze ve Bazı Kökleri ve Yumrular Ürünleri Sektörü



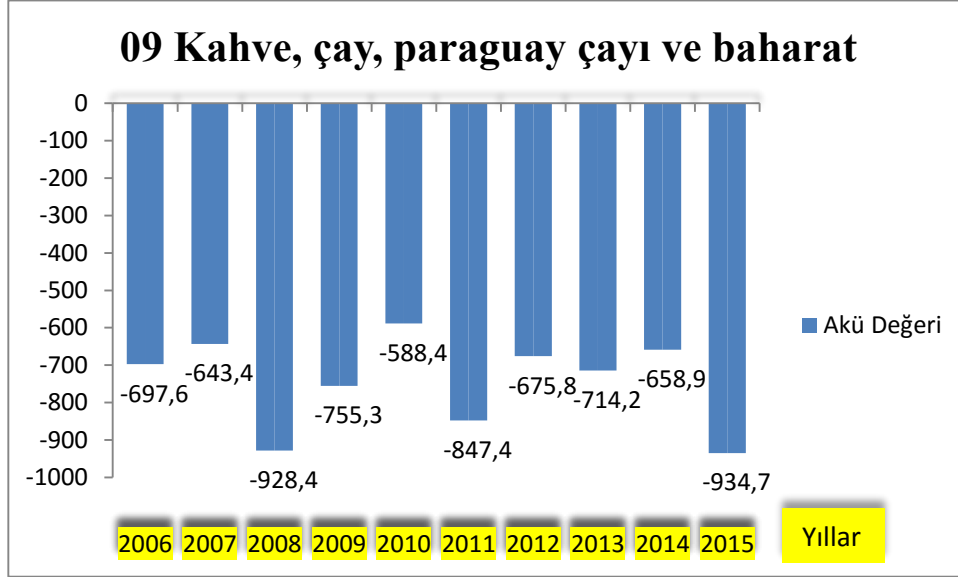
Yenilebilir sebze ve bazı kökleri ve yumrular sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri -413 ile -118 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür.**

8. Yenilebilir Meyve, Fındık, Narenciye Meyve Kabuğu Ürünleri Sektörü



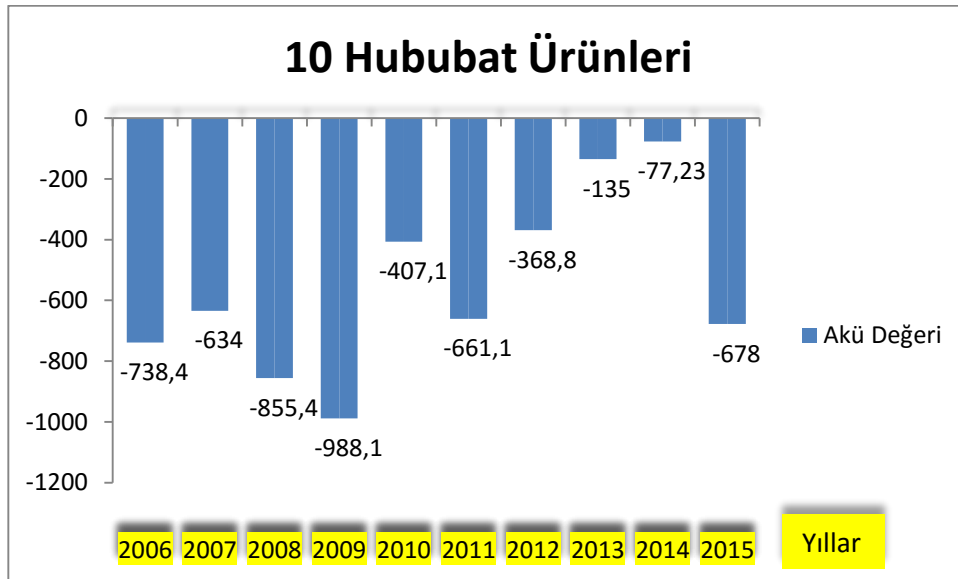
Yenilebilir meyve, fındık, narenciye meyve kabuğu sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri -304 ile -173 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında kalan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü düşüktür.

9. Kahve, Çay, Paraguay Çayı ve Baharat Ürünleri Sektörü



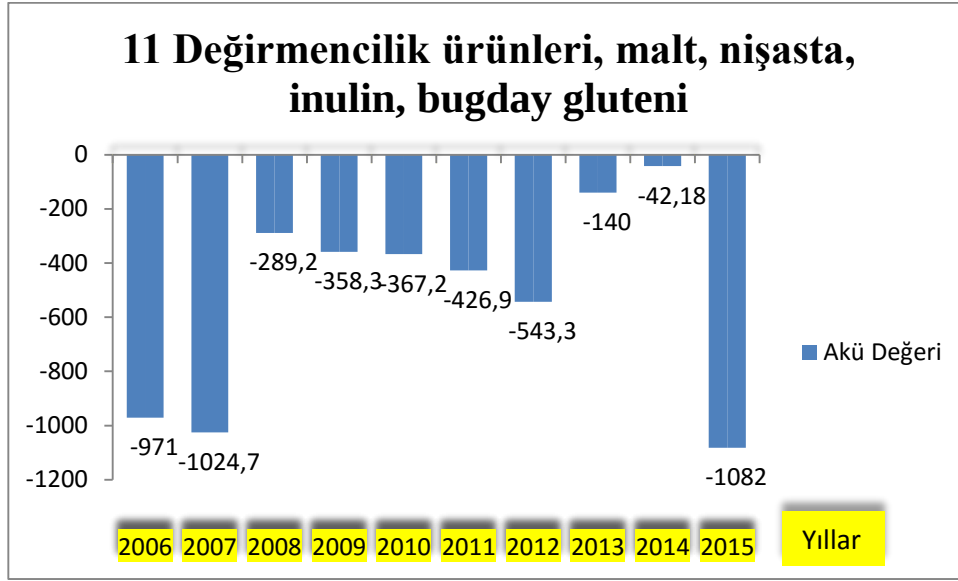
Kahve, çay, Paraguay çayı ve baharat ürünleri sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -934 ile -588 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

10. Hububat Ürünleri



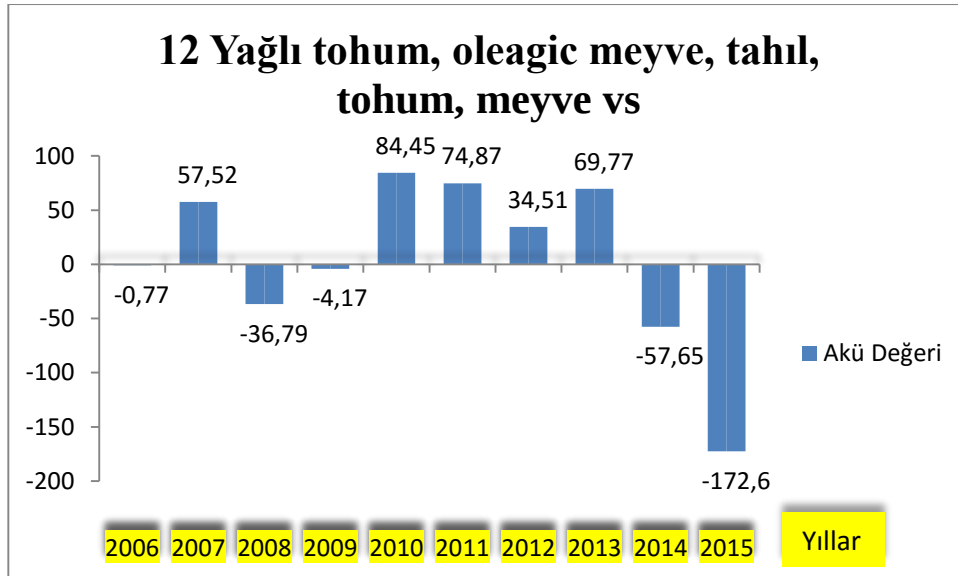
Hububat ürünleri sektörünün sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -988 ile -77 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

11. Değirmencilik Ürünleri, Malt, Nişasta, İnulin, Buğday Gluteni Ürünleri Sektörü



Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inulin, buğday gluteni ürünleri sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1082 ile -42 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50 nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü düşüktür.

12. Yağlı Tohum, Oleagic Meyve, Tahıl, Tohum, Meyve vb Ürünleri Sektörü



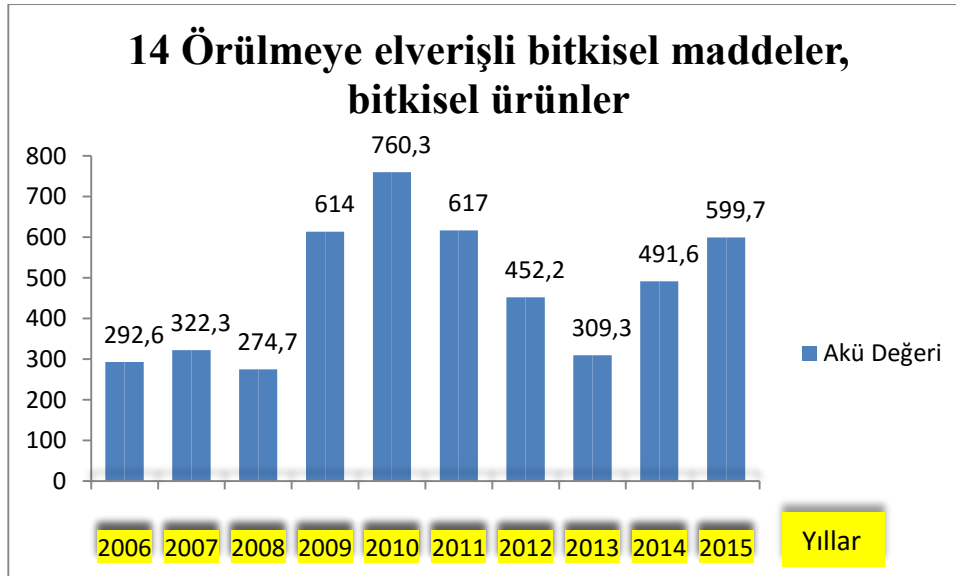
Yağlı tohum, oleagic meyve, tahıl, tohum, meyve vb ürünleri sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -172 ile +84 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması +50 ile -50 nin arasında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü sınırdadır.

13. Lak, Sakızlar, Reçineler, Bitkisel Özsu ve Ekstreleri Sektörü



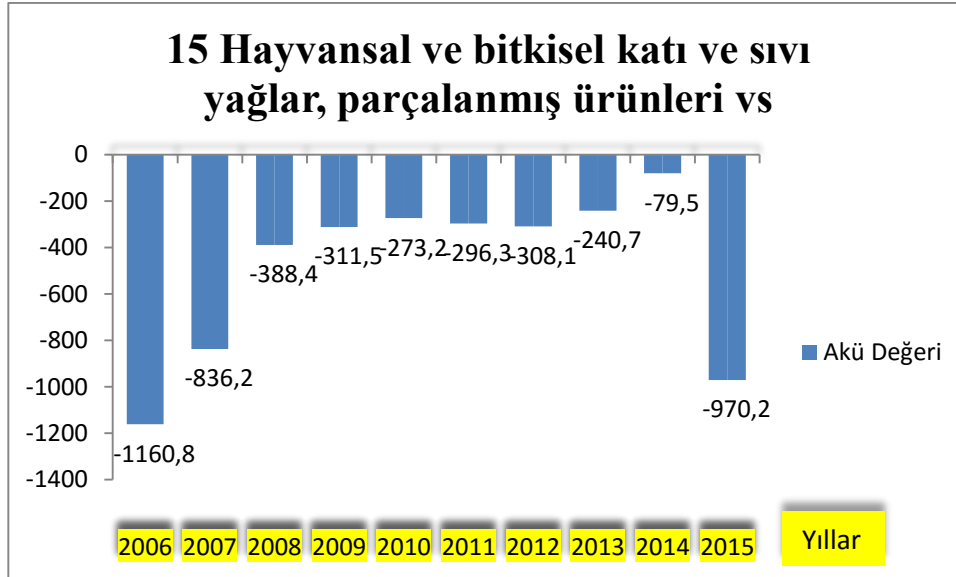
Lak, sakızlar, reçineler, bitkisel özsu ve ekstreleri sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli +50'nin üzerinde; +188 ile +643 gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **yüksek** olduğu görülmektedir.

14. Örölmeye Elverişli Bitkisel Maddeler, Bitkisel Ürünler Sektörü



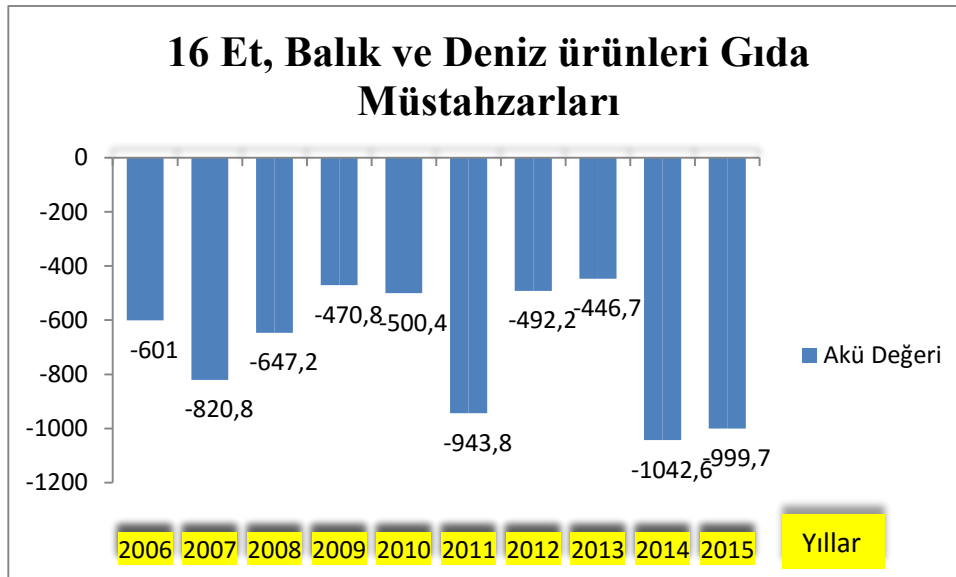
Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, bitkisel ürünler sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri +188 ile +643 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **yüksektir**.

15. Hayvansal Ve Bitkisel Katı Ve Sıvı Yağlar, Parçalanma Ürünler Sektörü



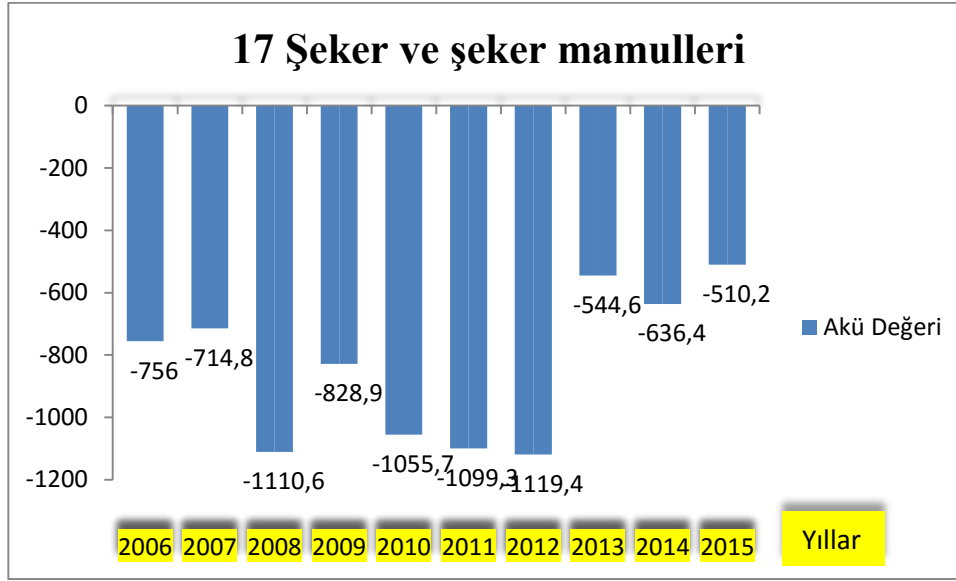
Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar, parçalanma ürünler sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1160 ile -79 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

16. Et, Balık ve Deniz Ürünleri Gıda Müstahzarları Sektörü



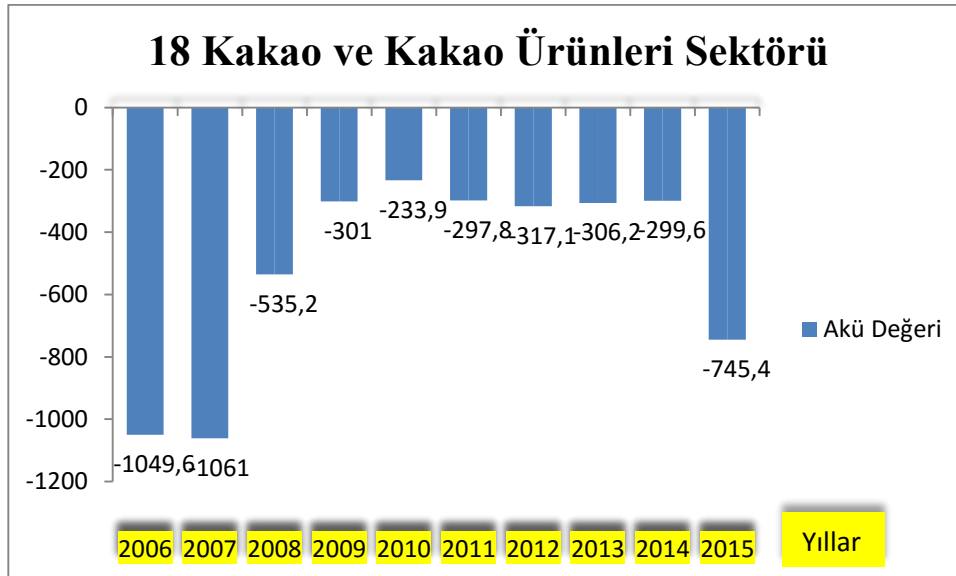
Et, Balık ve Deniz ürünleri gıda müstahzarları sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1042 ile -446 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50 nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

17. Şeker ve Şeker Mamulleri Sektörü



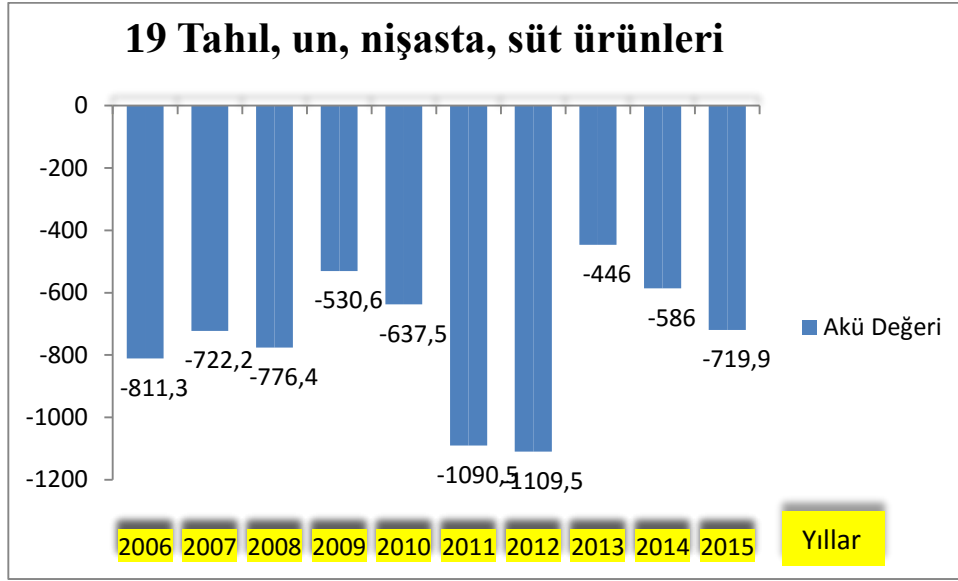
Şeker ve şeker mamulleri sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli -50'nin altında; -1110 ile -510 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

18. Kakao ve Kakao Ürünleri Sektörü



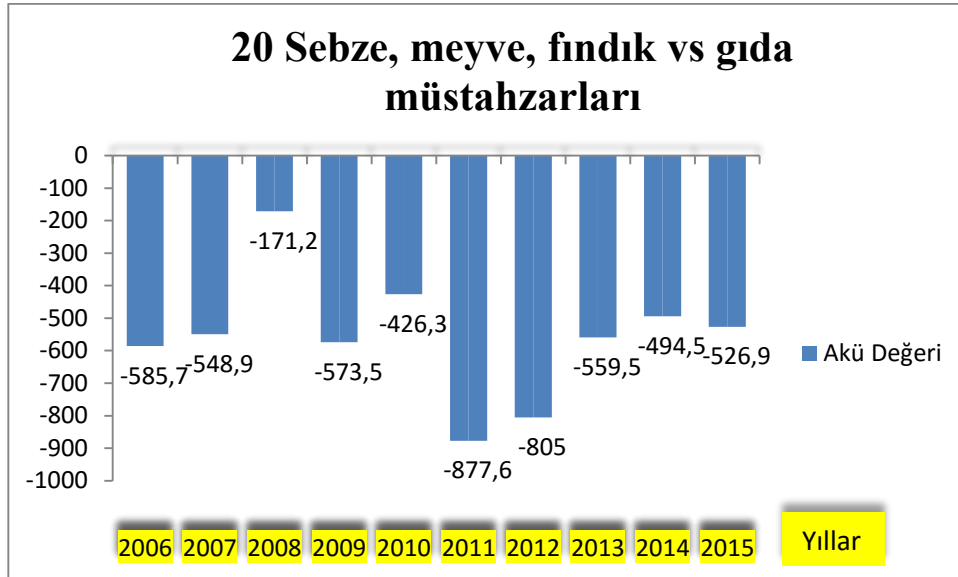
Kakao ve kakao ürünleri sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri -1061 ile -233 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

19. Tahıl, Un, Nişasta, Süt Ürünleri Sektörü



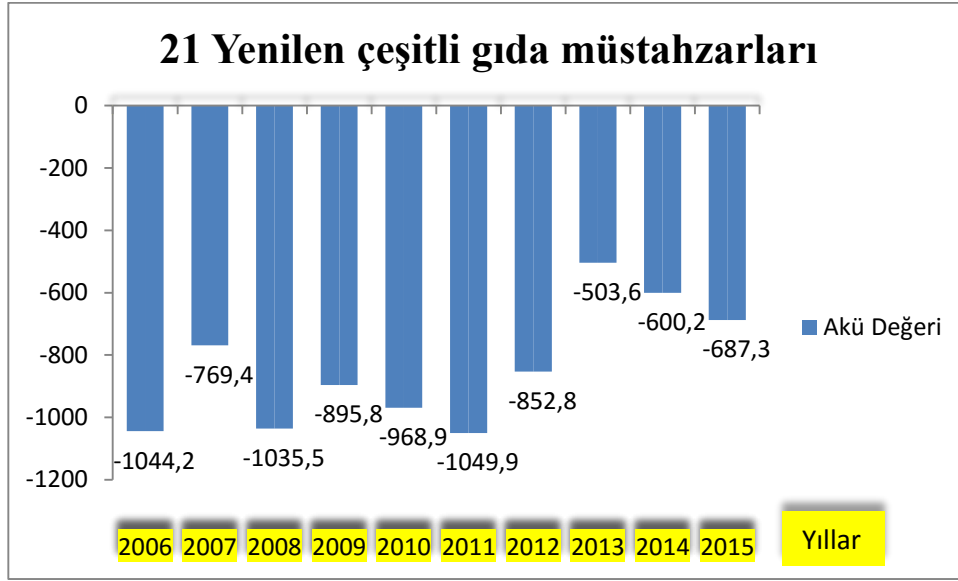
Tahıl, un, nişasta, süt ürünleri sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1109 ile -446 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

20. Sebze, Meyve, Fındık vs Gıda Müstahzarları Sektörü



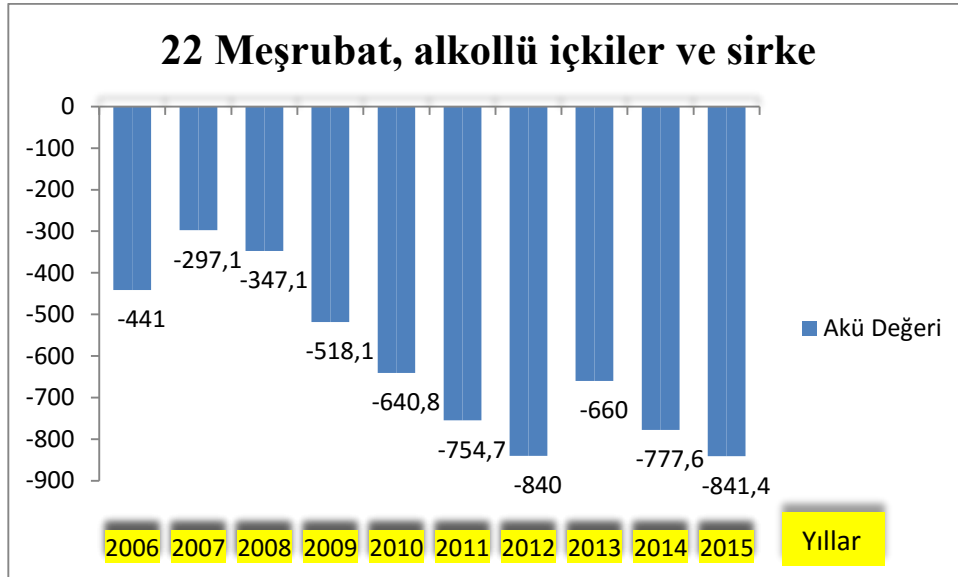
Sebze, meyve, fındık vs gıda müstahzarları sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -877 ile -171 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

21. Yenilen Çeşitli Gıda Müstahzarları Sektörü



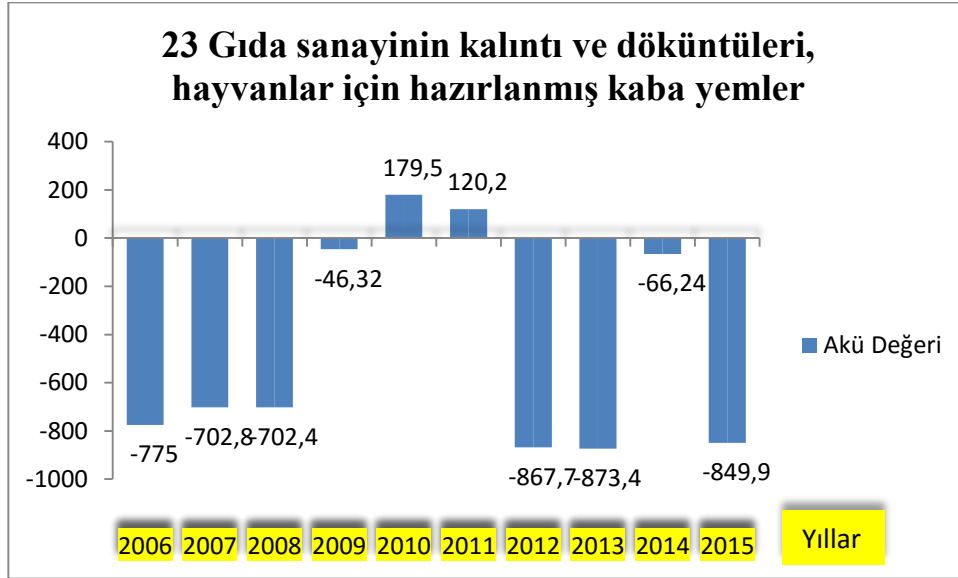
Yenilen çeşitli gıda müstahzarları sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri -1049 ile -503 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

22. Meşrubat, Alkollü İçkiler ve Sirke Üretim Sektörü



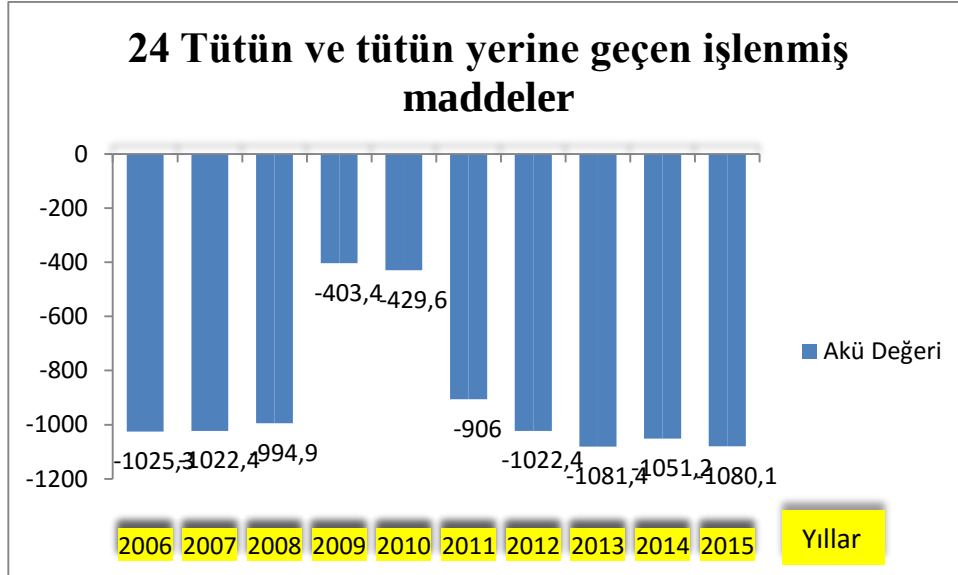
Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke üretim sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli -50'nin altında; -841 ile -441 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

23. Gıda Sanayinin Kalıntı Ve Döküntüleri, Hayvanlar İçin Hazırlanmış Kaba Yemler



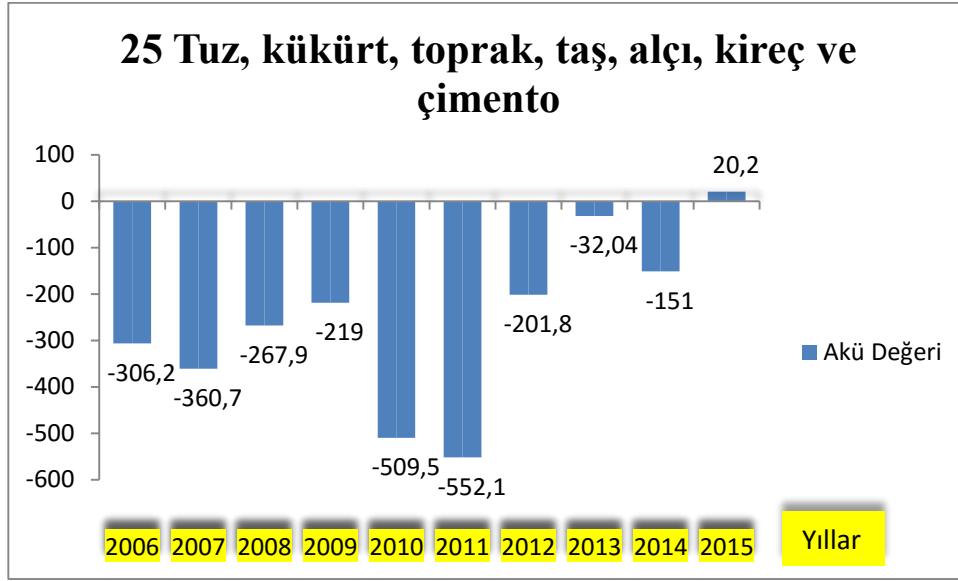
Gıda sanayinin kalıntı ve döküntüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri -873 ile +179 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

24. Tütün Ve Tütün Yerine Geçen İmal Edilmiş Ürünler Sektörü



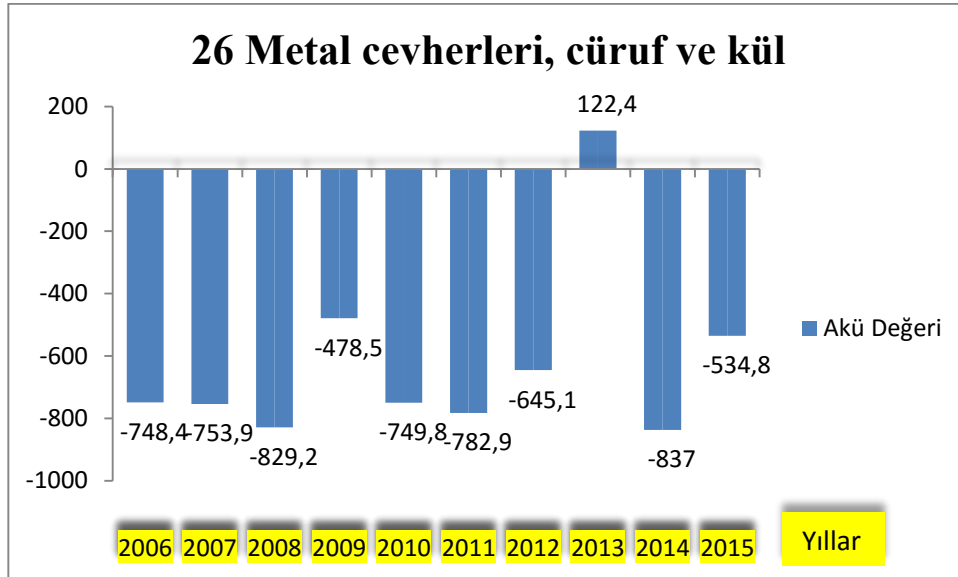
Tütün ve tütün yerine geçen imal edilmiş ürünler sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1080 ile -403 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

25. Tuz, Kükürt, Toprak, Taş, Alçı, Kireç Ve Çimento Ürünler Sektörü.



Tuz, kükürt, toprak, taş, alçı, kireç ve çimento ürünler sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri -552 ile -151 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

26. Metal Cevherleri, Cüruf ve Kül Ürünleri Sektörü



Metal cevherleri, cüruf ve kül ürünleri sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri

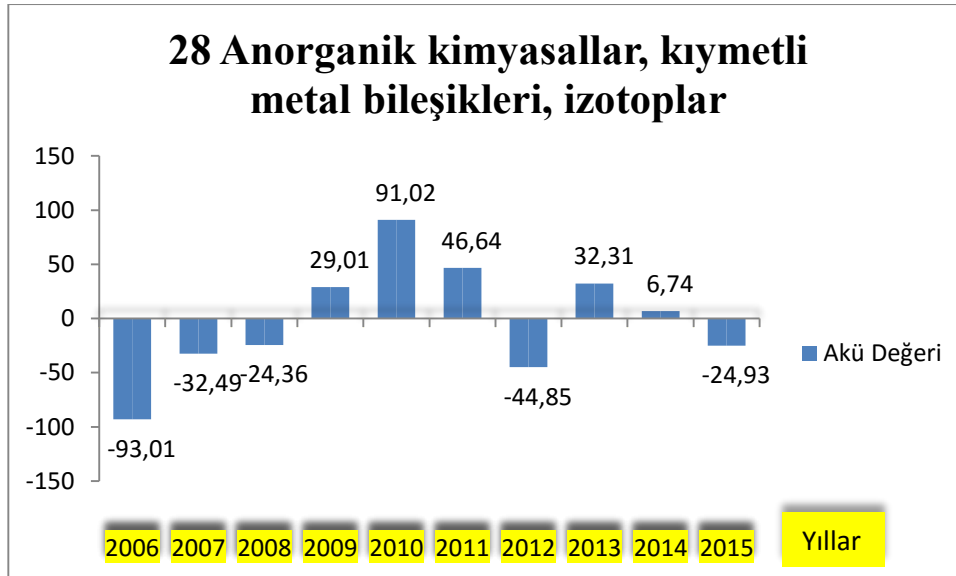
-837 ile -478 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

27. Mineral Yakıtlar, Yağlar, Damıtma Ürünleri Sektörü



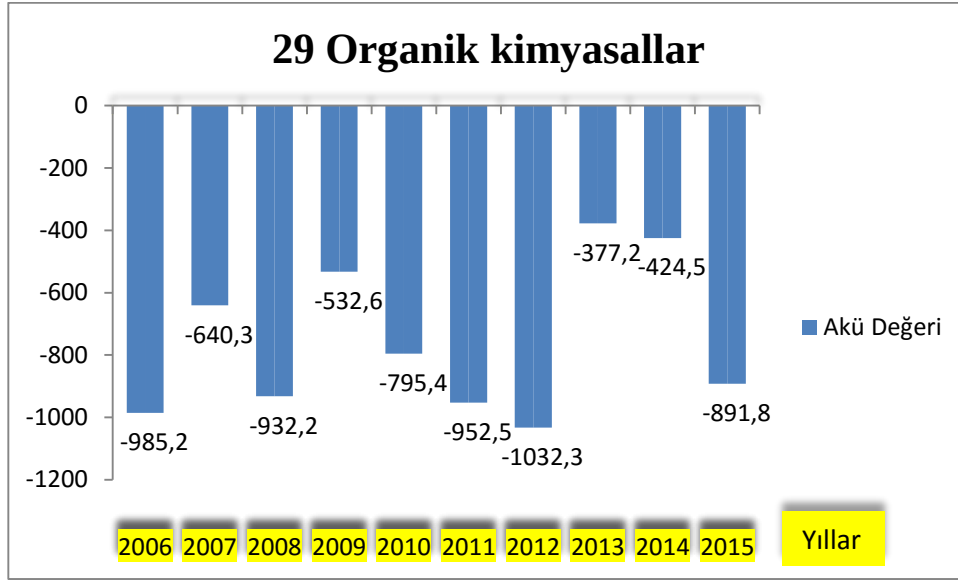
Mineral yakıtlar, yağlar, damıtma ürünleri sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli +50'nin üzerinde; +297 ile +705 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **yüksek** olduğu görülmektedir.

28. Anorganik Kimyasallar, Kıymetli Metal Bileşik, İzotop Ürünler Sektörü



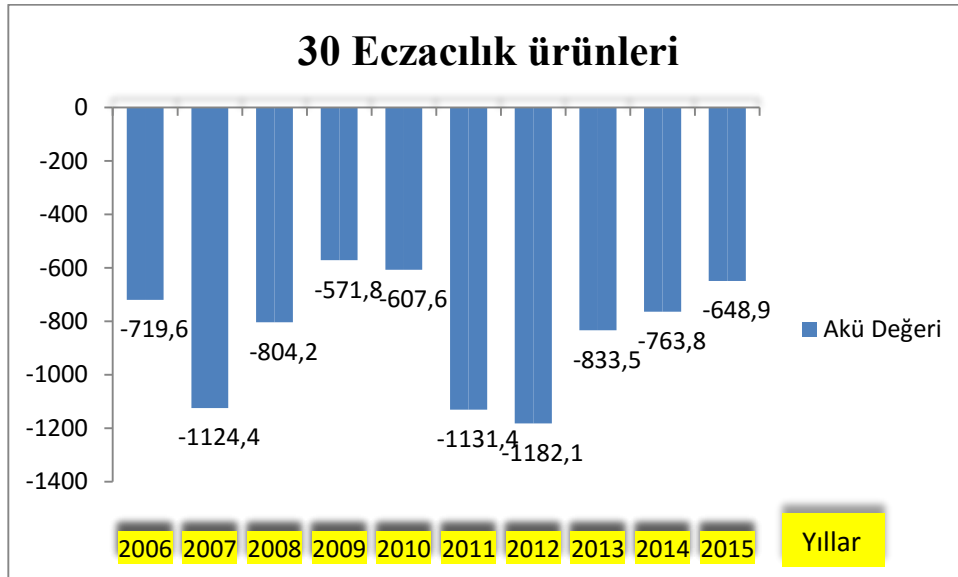
Anorganik kimyasallar, kıymetli metal bileşik, izotop ürünler sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri -93 ile + 91 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **sınırdadır**.

29. Organik Kimyasallar



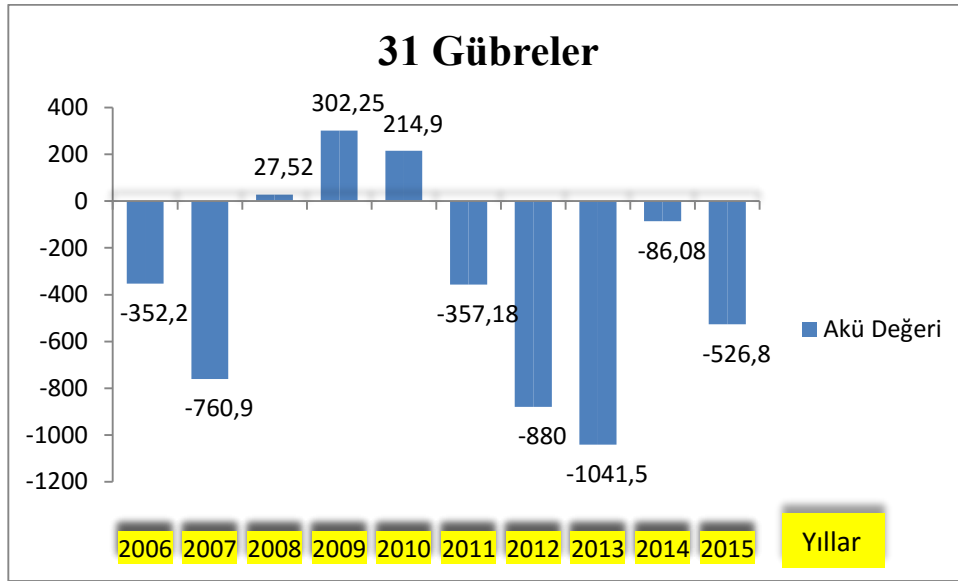
Organik kimyasallar sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1032 ile -377 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

30. Eczacılık Ürünleri



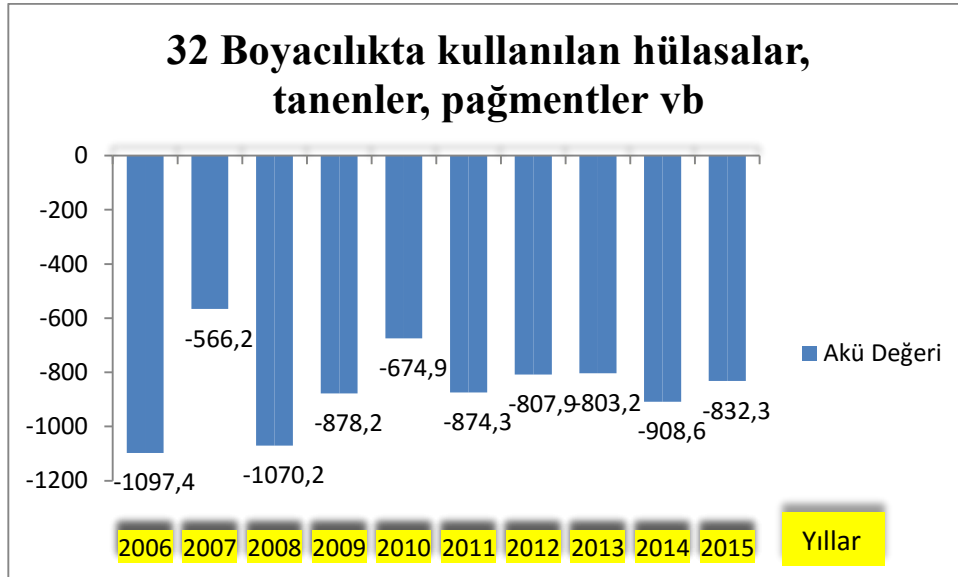
Eczacılık ürünleri sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1182 ile -571 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

31. Gübreler Sektörü



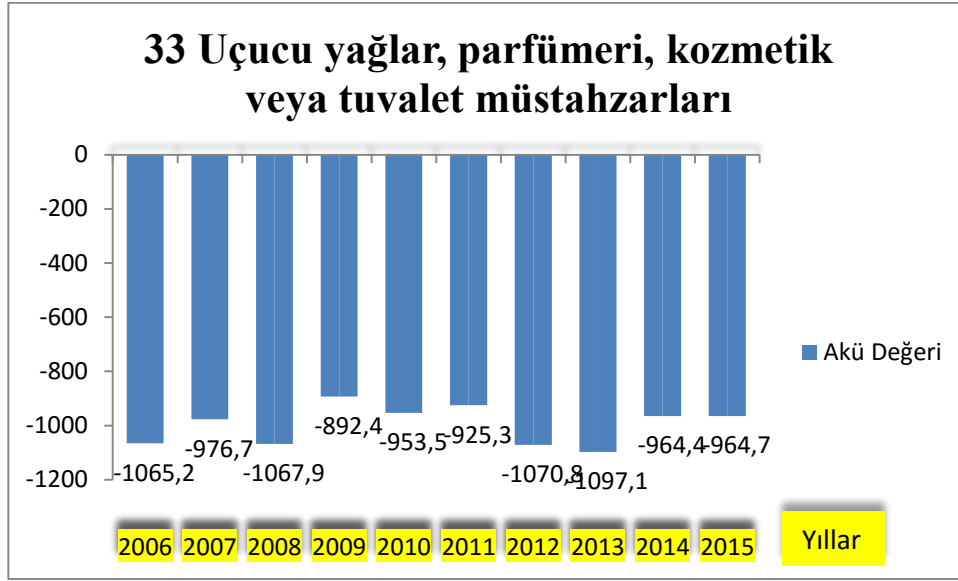
Gübreler sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri -1041 ile + 302 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü düşüktür.

32. Bronzlaşma, Boyama Ekstreleri, Tanen, Derivs, Pigmentler vs Ürünler Sektörü



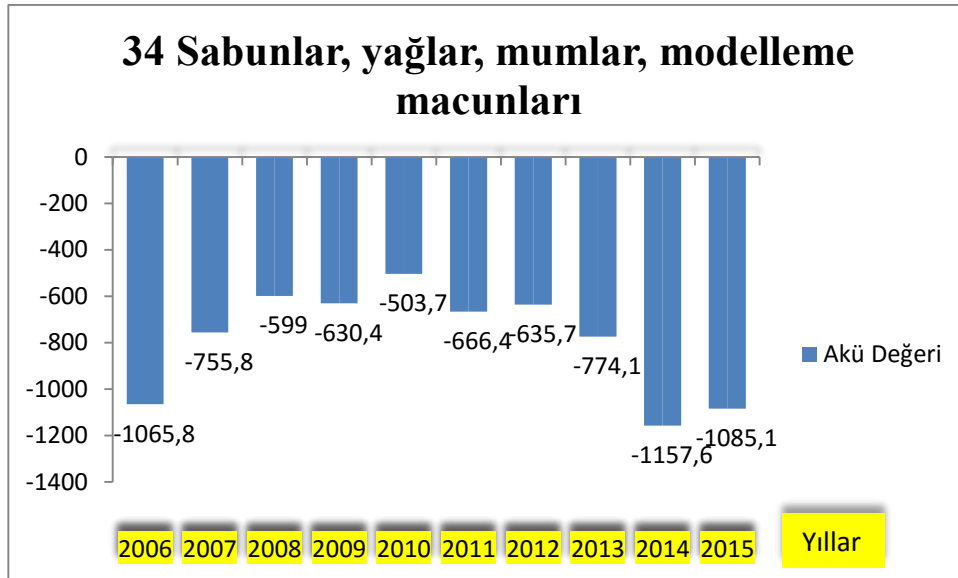
Bronzlaşma, boyama ekstraktları, tanen, derivs, pigmentler vs ürünler sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1097 ile -566 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü düşüktür.

33. Uçucu Yağlar, Parfümler, Kozmetik Ürünler Sektörü



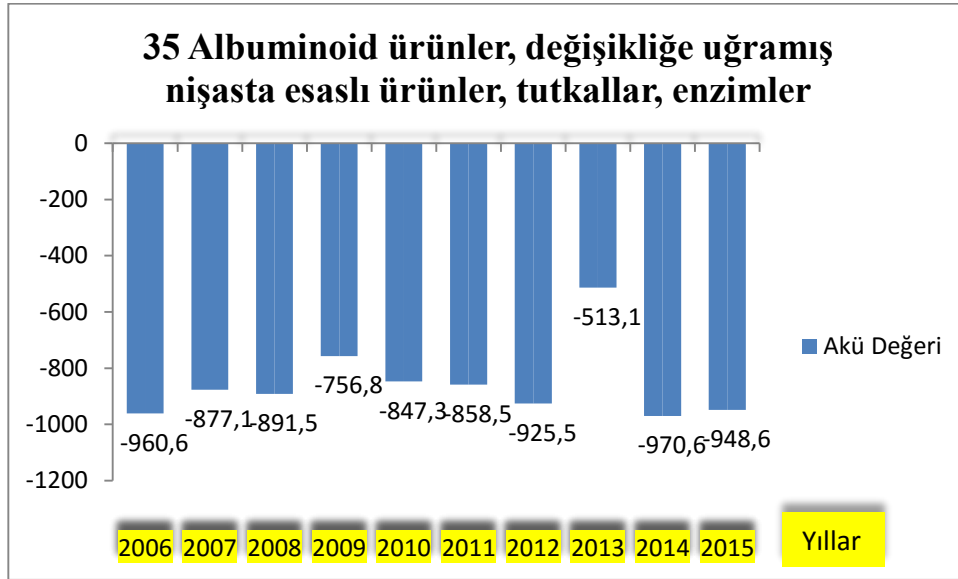
Uçucu yağlar, parfümler, kozmetik ürünler sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli -50'nin altında; -1097 ile -892 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

34. Sabunlar, Yağlar, Mumlar, Modelleme Macunları



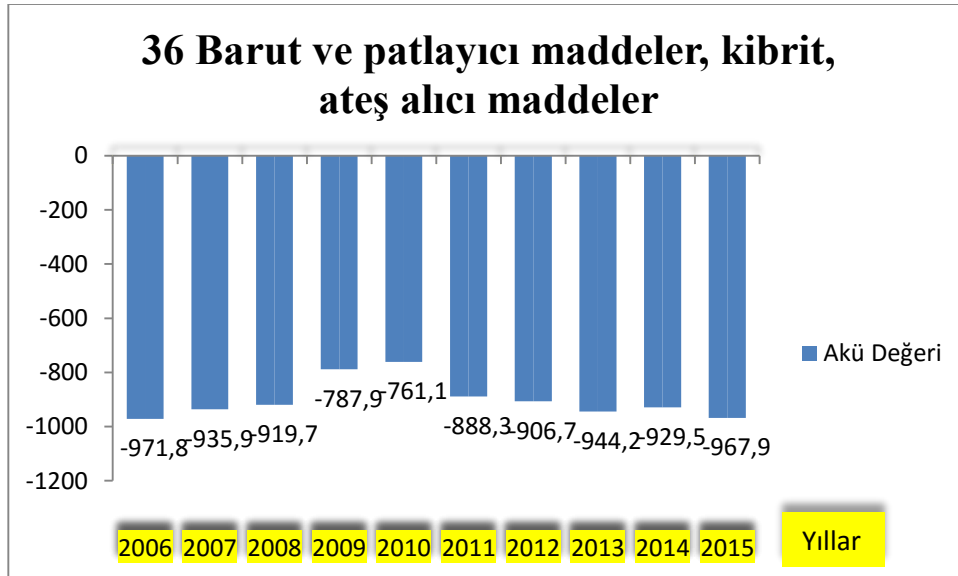
Sabunlar, yağlar, mumlar, modelleme macun ürünleri sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1157 ile -503 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

35. Albuminoids, Nişastalar, Yapıştırıcılar, Enzimler Sektörü



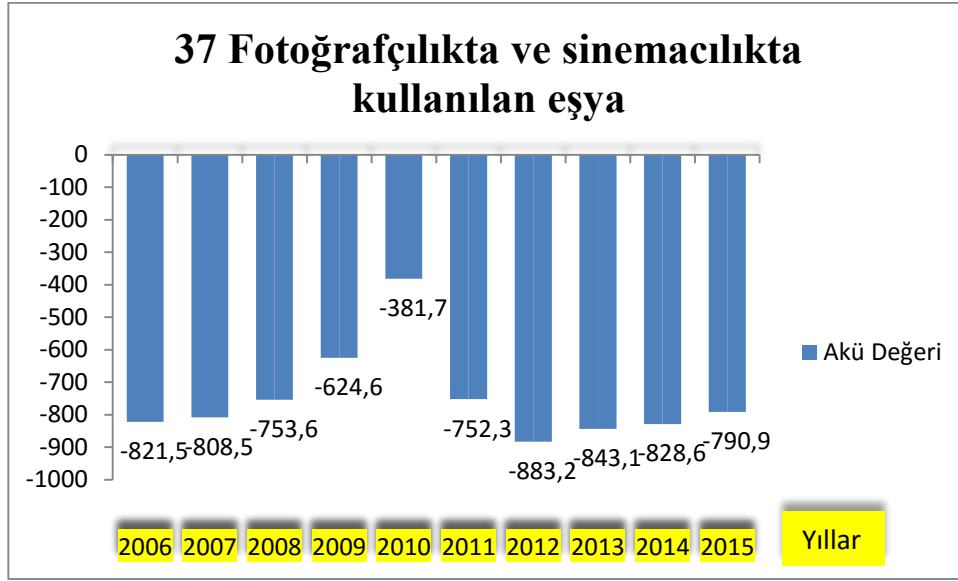
Albuminoids, nişastalar, yapıştırıcılar, enzimler sektörünün 2006-2015 arası dönemin AKÜ değerleri -970 ile -513 arasında bulunmuş olup, Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

36. Patlayıcılar, Piroteknik, Kibrit, Pyrophorics vs Ürünler Sektörü



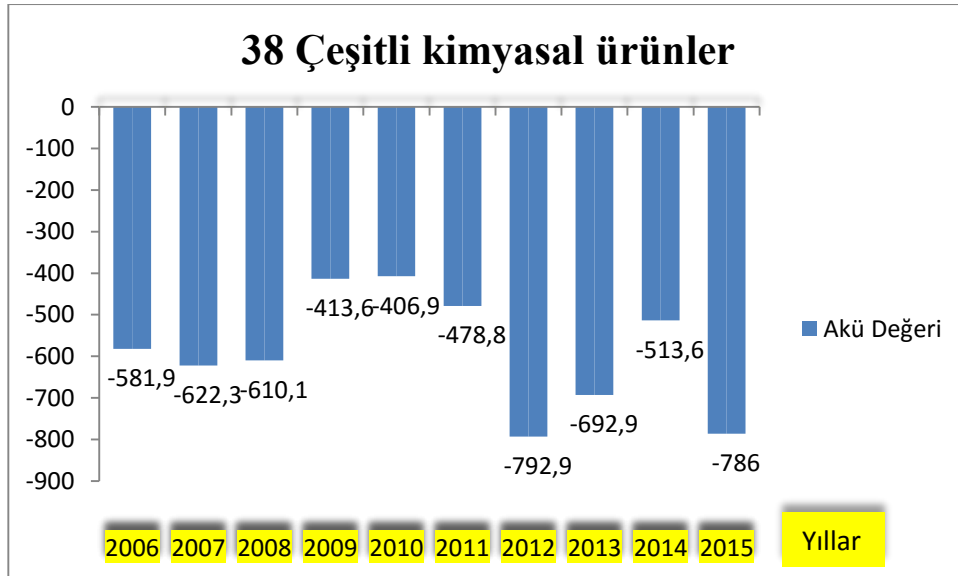
Patlayıcılar, piroteknik, kibrit, pyrophorics vs ürünler sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -971 ile -761 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması sürekli -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

37. Fotoğrafçılıkta ve Sinemacılıkta Kullanılan Ürünler Sektörü



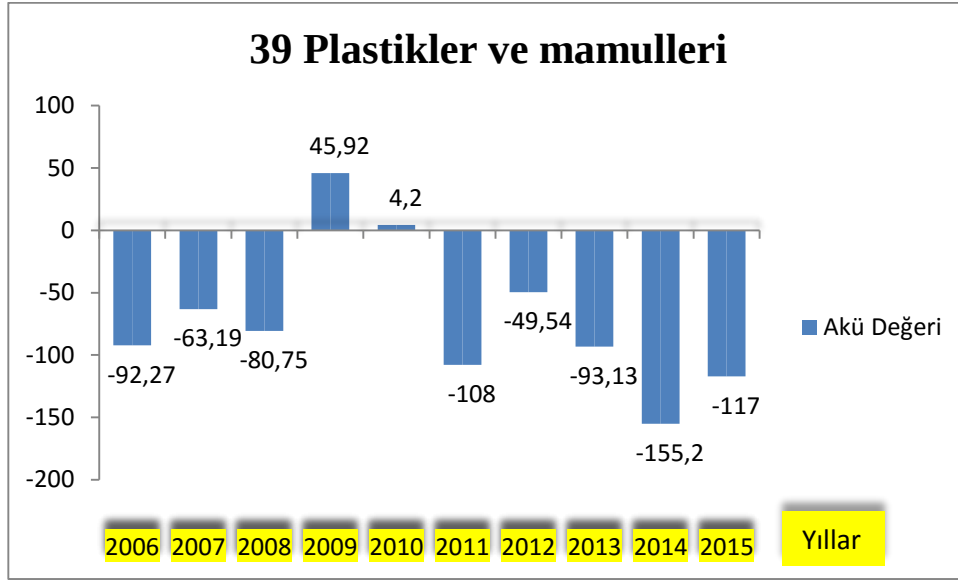
Fotoğrafçılık veya sinematografik ürünler Sektörü 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli -50'nin altında; -883 ile -381 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

38. Çeşitli Kimyasal Ürünler Sektörü



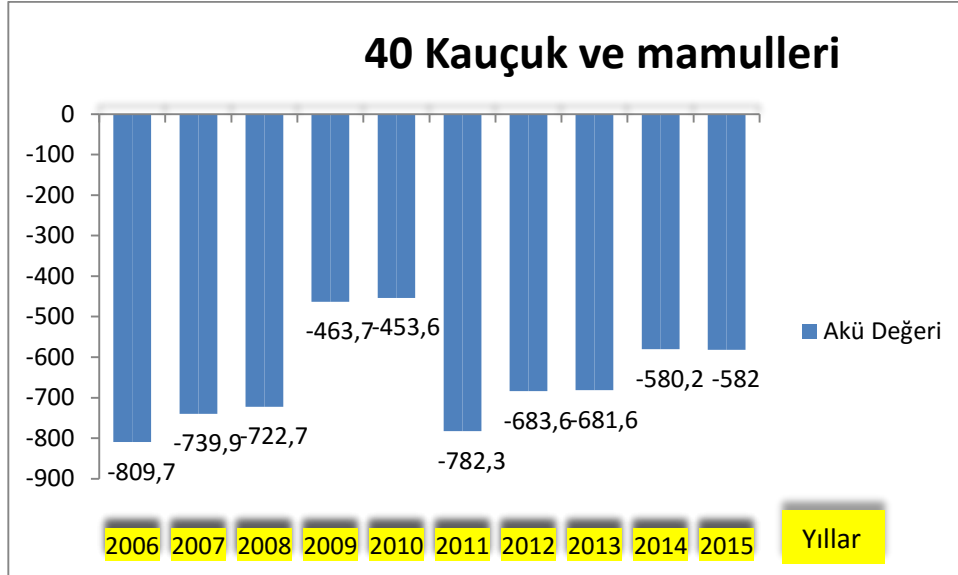
Çeşitli kimyasal ürünler sektörünün 2006-2015 arası AKÜ değerleri -792 ile -406 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

39. Plastik ve Mamulleri Sektörü



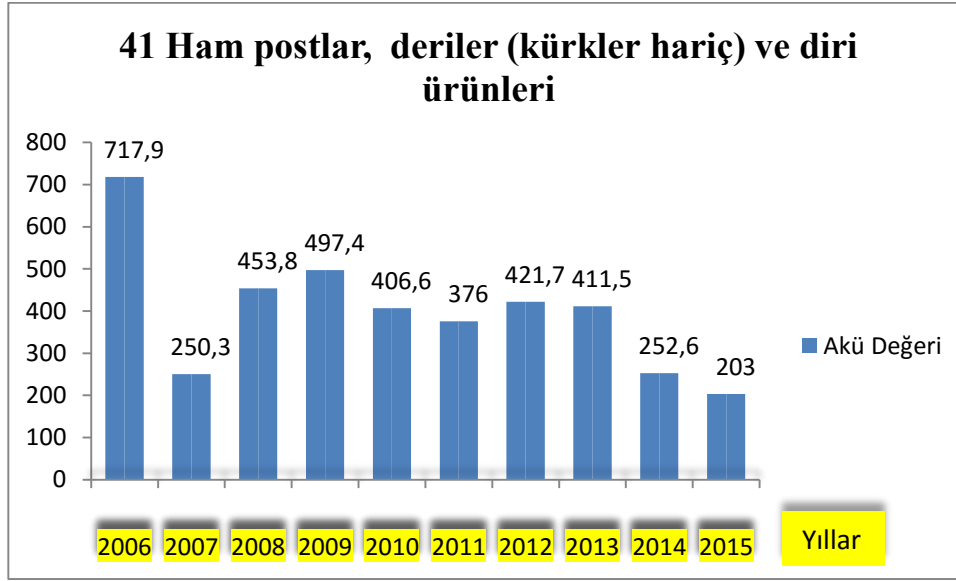
Plastik ve mamulleri sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında tablodan da görüldüğü gibi -155 ile -63 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü düşüktür.

40. Kauçuk ve Mamulleri Sektörü



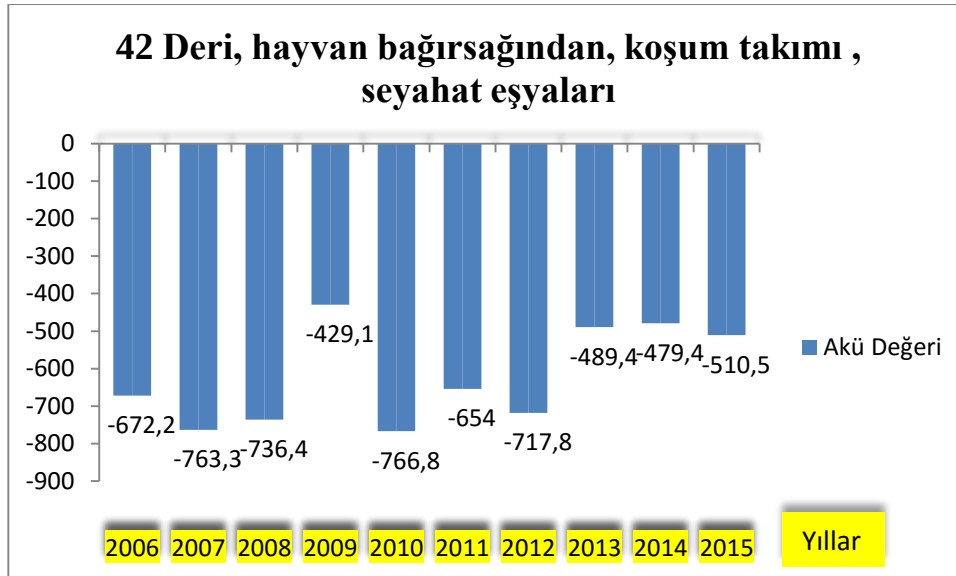
Kauçuk ve mamulleri sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -809 ile -453 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür.**

41. Ham Postlar, Deriler (Kürkler Hariç) ve Deri Ürünleri Sektörü



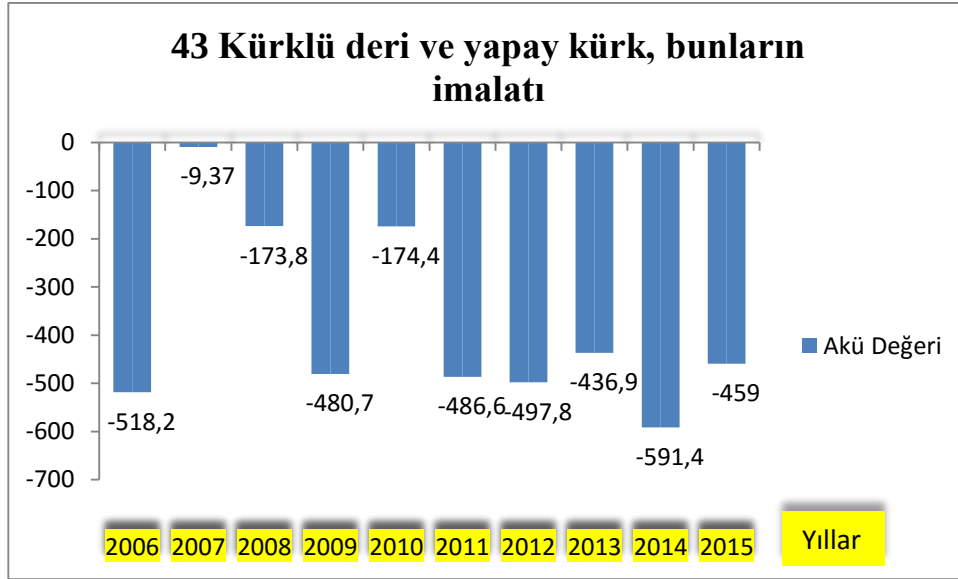
Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve deri ürünleri sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli +50'nin üzerinde; +203 ile +717 gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **yüksek** olduğu görülmektedir.

42. Deri, Hayvan Bağırsağından, Koşum Takımı, Seyahat Eşyaları Üretim Sektörü



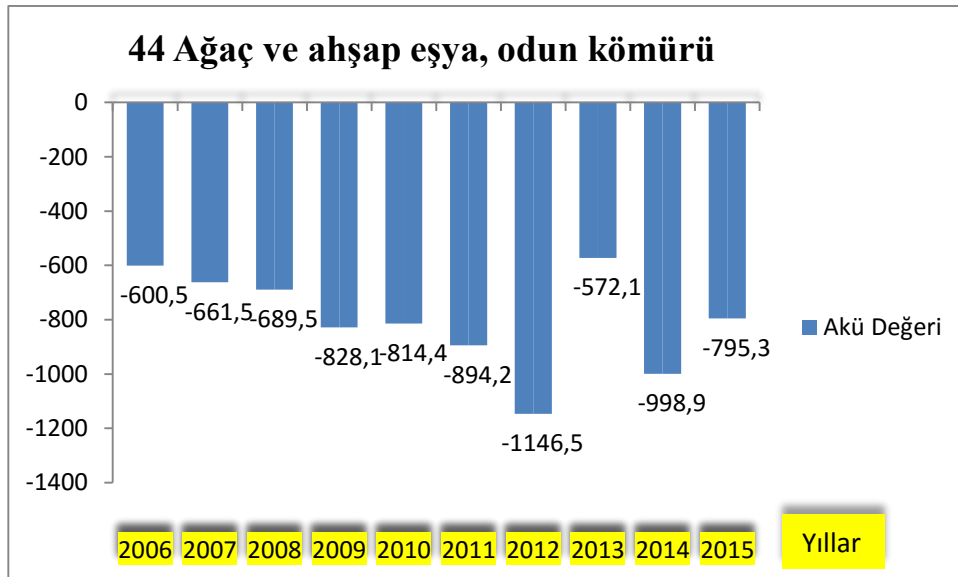
Deri, hayvan bağırsağından, koşum takımı, seyahat eşyaları üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -766 ile -429 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

43. Kürklü Deri ve Yapay Kürk, Bunların İmalatı Sektörü



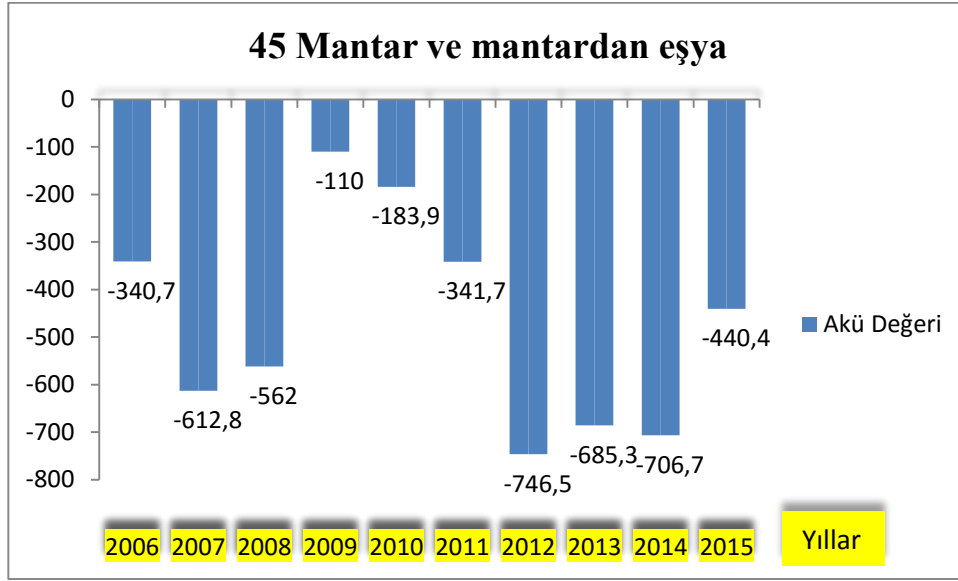
Kürklü deri ve yapay kürk, bunların imalatı sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -591 ile -173 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

44. Ağaç ve Ahşap Eşya, Odun Kömürü Üretim Sektörü



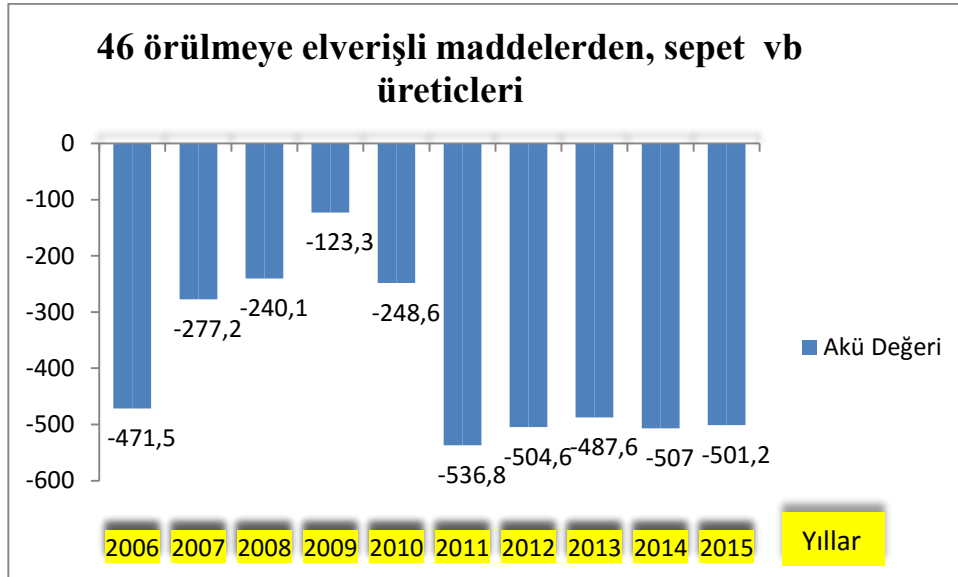
Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü üretim sektörünün 2006-2015 arasında 10 yıllık bir dönem içinde AKÜ değerleri -1146 ile -572 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması sürekli -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

45. Mantar ve Mantardan Eşya Üretim Sektörü



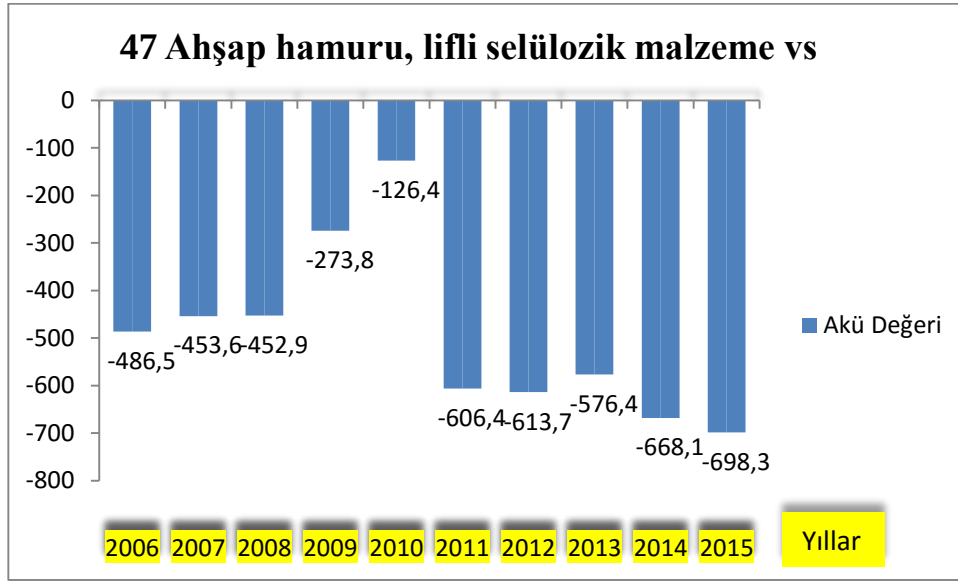
Mantar ve mantardan eşya üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında tablodan da görüldüğü gibi -746 ile -110 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

46. Örölmeye Elverişli Maddelerden, Sepet vs Üretim Sektörü



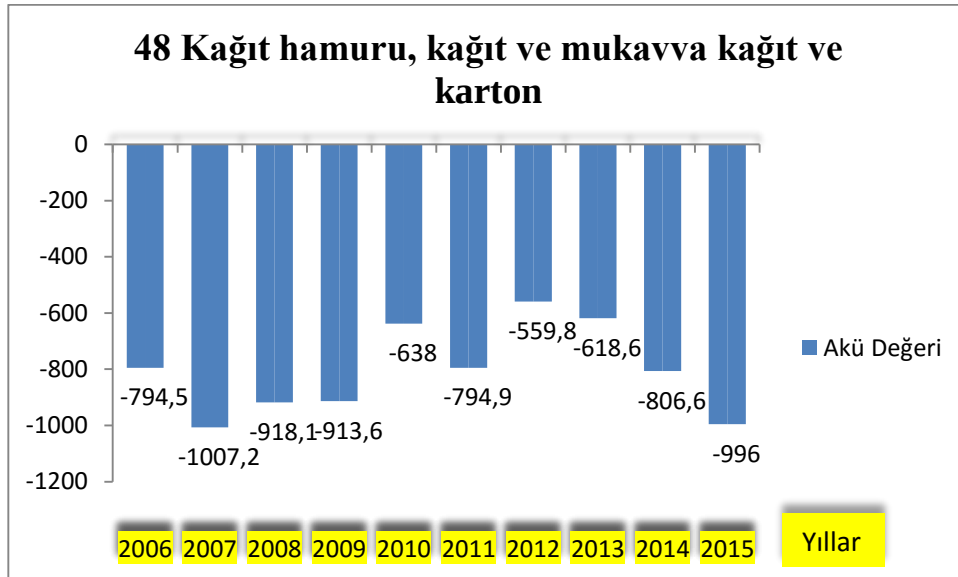
Örölmeye elverişli maddelerden, sepet vs üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -536 ile -123 arasında yer almıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

47. Ahşap Hamuru, Lifli Selülozik Malzeme vs Üretim Sektörü



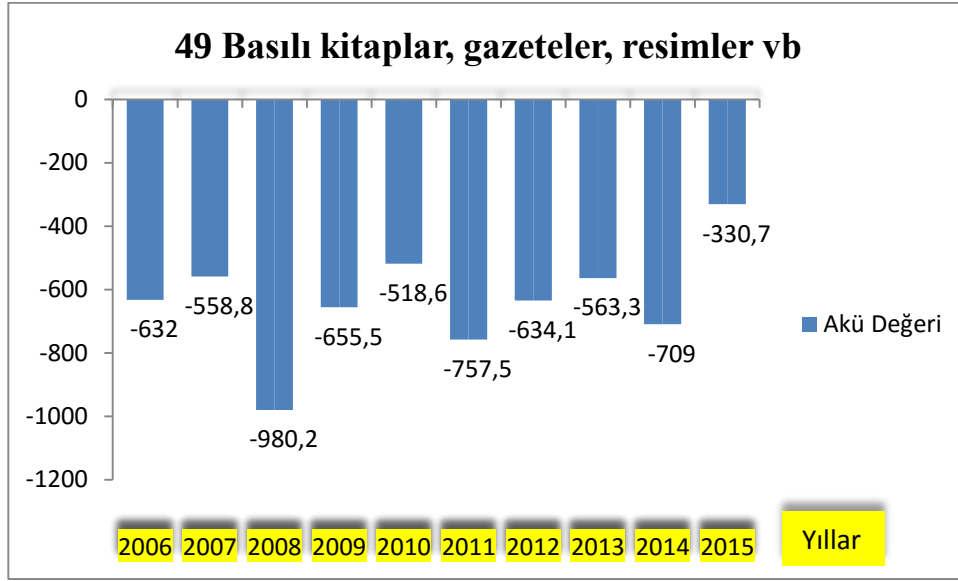
Ahşap hamuru, lifli selülozik malzeme vs üretim sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -698 ile -126 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

48. Kâğıt Hamuru, Kağıt ve Mukavva Kağıt ve Karton Üretimi Sektörü



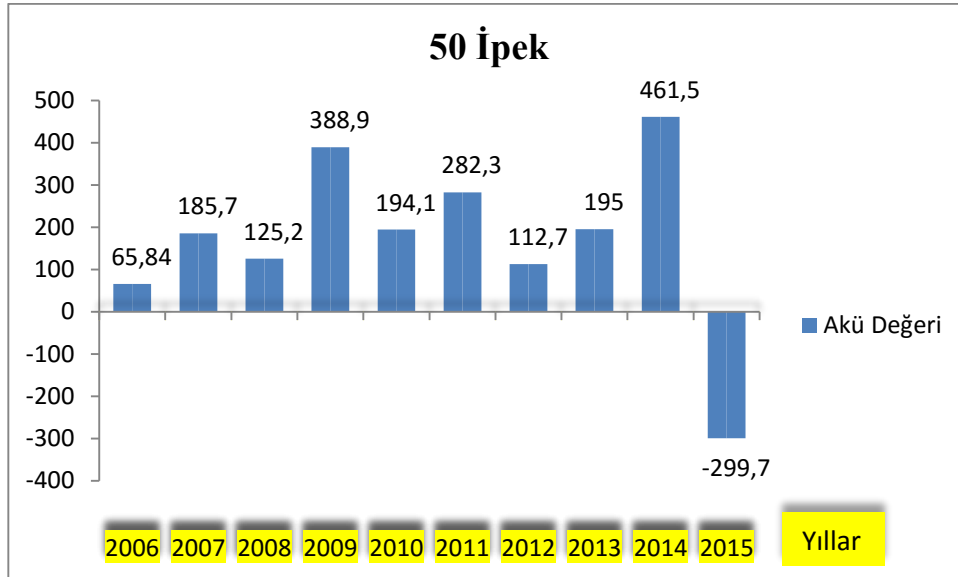
Kâğıt hamuru, kağıt ve mukavva kağıt ve karton üretimi sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli -50'nin altında; -1007 ile -559 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

49. Baskılı Kitaplar, Gazeteler, Resimler vs Üretim Sektörü



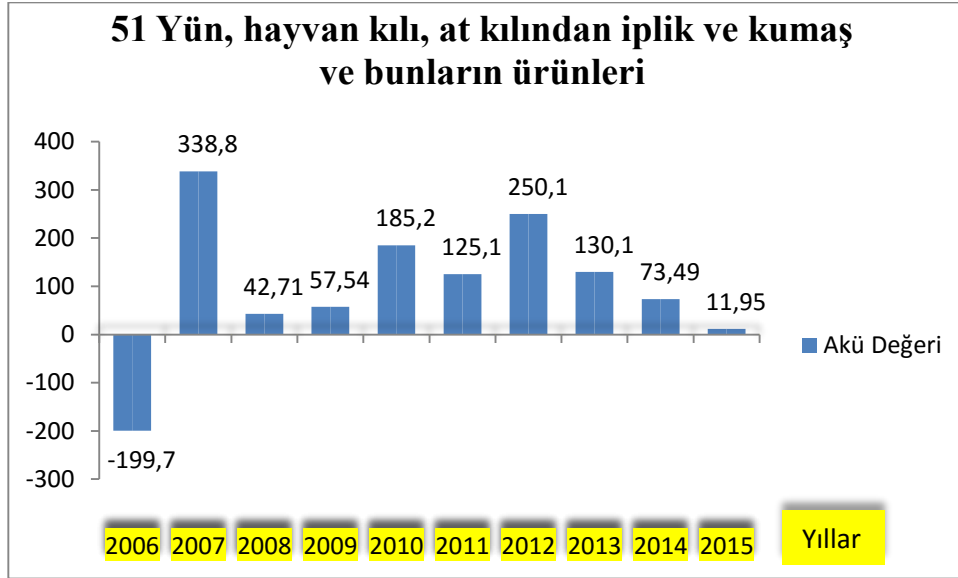
Baskılı kitaplar, gazeteler, resimler vs üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -980 ile -330 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

50. İpek Üretimi Sektörü



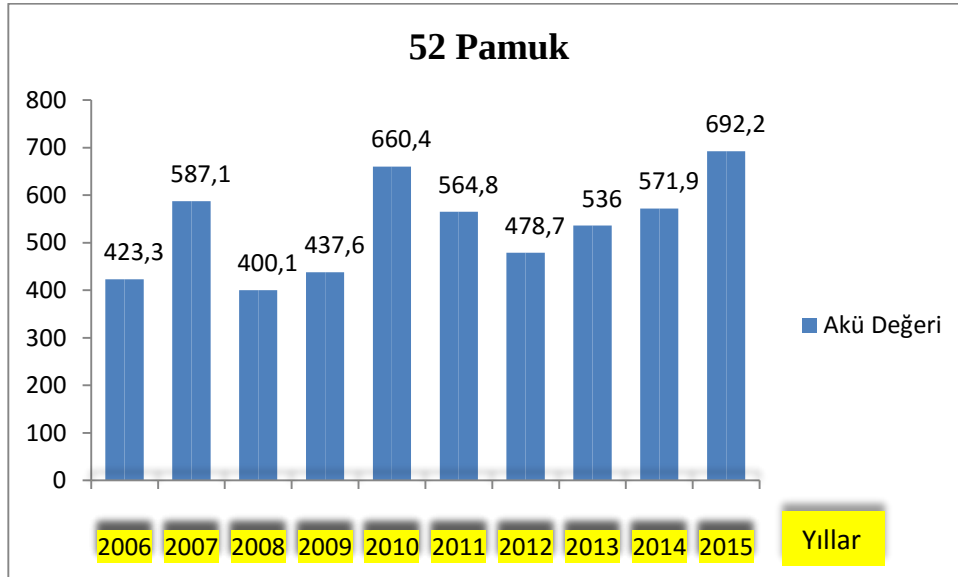
İpek üretimi sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli +50'nin üzerinde; +65 ile +461 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **yüksek** olduğu görülmektedir.

51. Yün, Hayvan Kılı, At kılından İplik ve Kumaş ve Bunların Ürünlerinin Üretim Sektörü



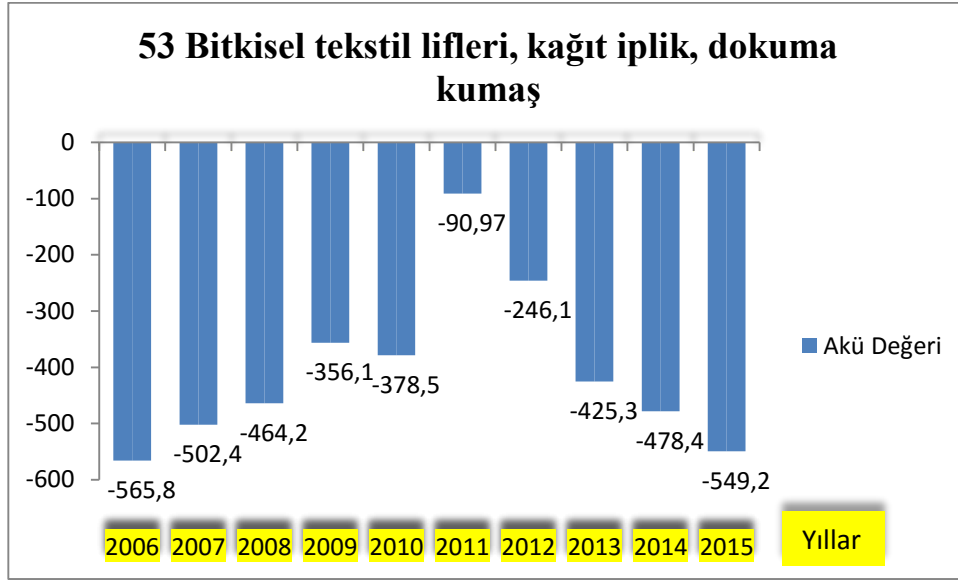
Yün, hayvan kılı, at kılından iplik ve kumaş ve bunların ürünlerinin üretim Sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin -57 ile +388 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü yüksek olduğu görülmektedir.

52. Pamuk Üretim Sektörü



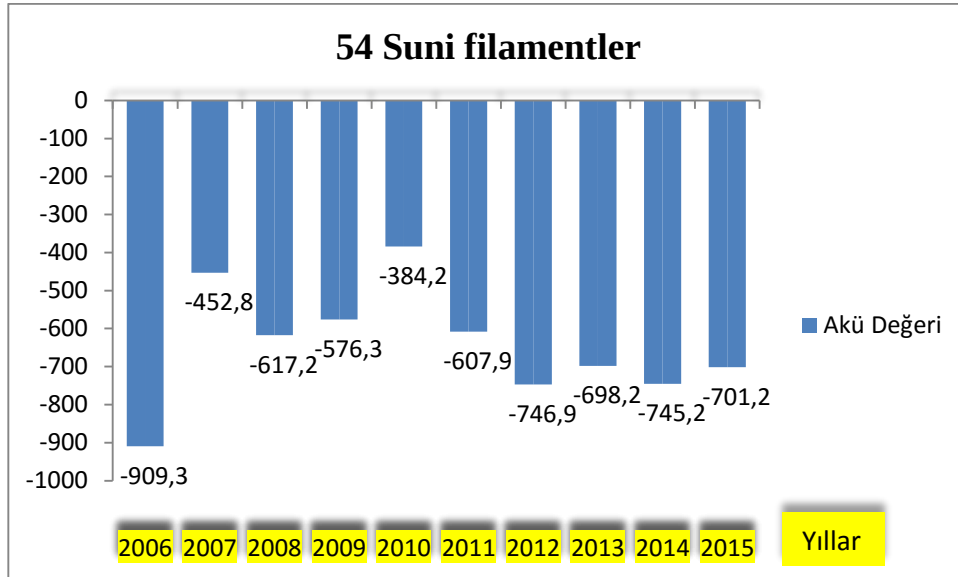
Pamuk üretim sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli +50'nin üzerinde; +400 ile +692 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **yüksek** olduğu görülmektedir.

53. Bitkisel Tekstil Lifleri, Kağıt İplik, Dokuma Kumaş Üretim Sektörü



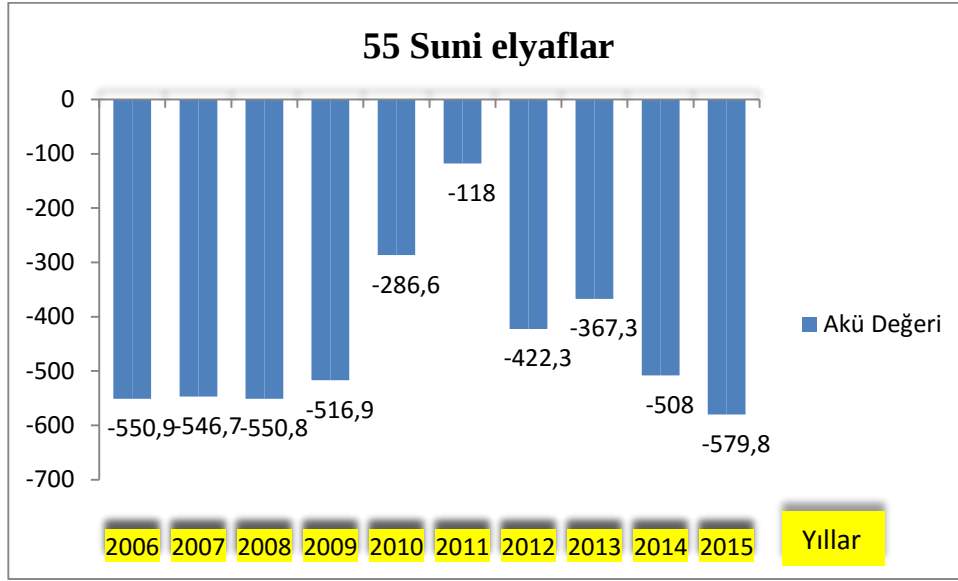
Bitkisel tekstil lifleri, kâğıt iplik, dokuma kumaş üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -565 ile -90 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

54. Suni Filamentler Üretim Sektörü



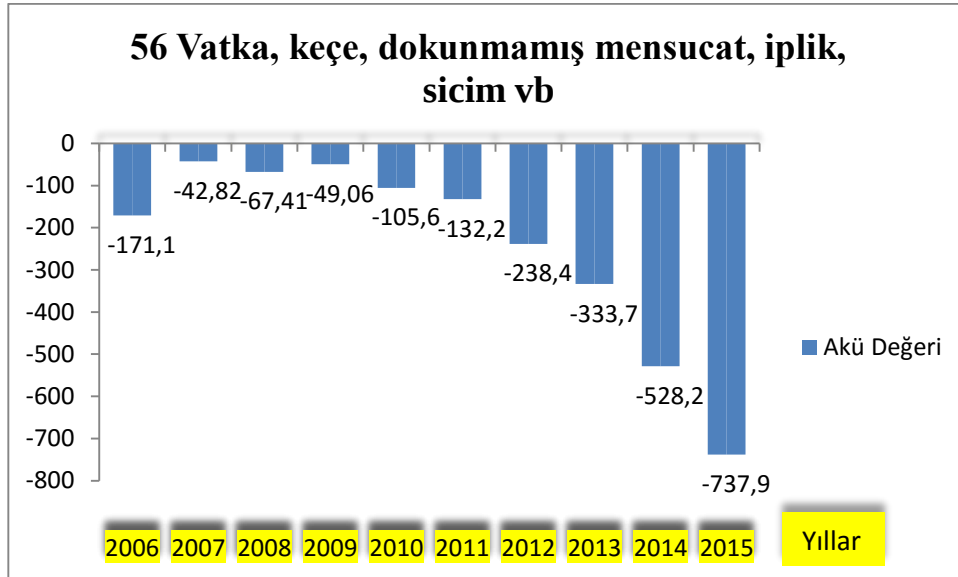
Suni filamentler üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -909 ile -384 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

55. Suni Elyafar Üretim Sektörü



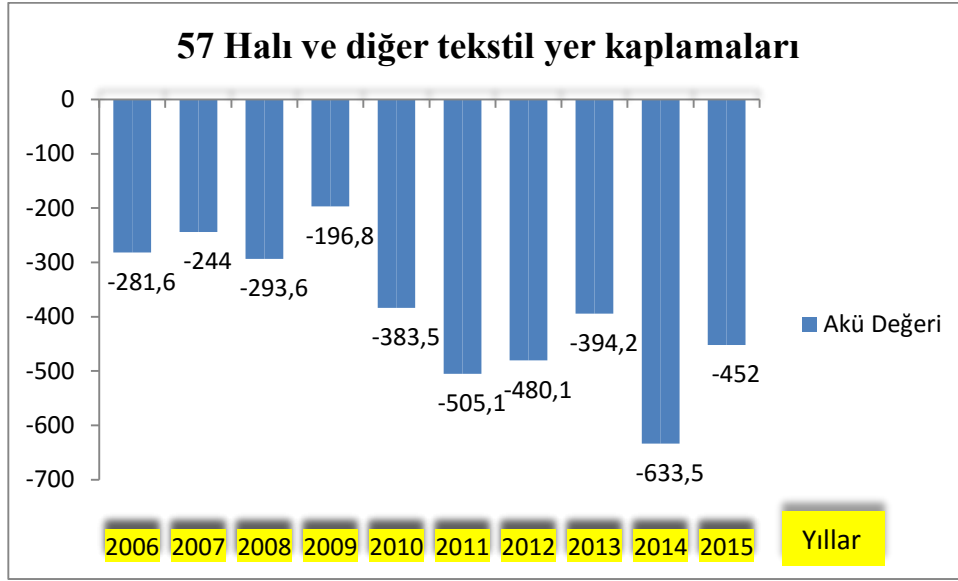
Suni elyaflar üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -579 ile -118 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

56. Votka, Keçe, Dokunmamış Mensucat, İplik, Sicim vs Üretim Sektörü



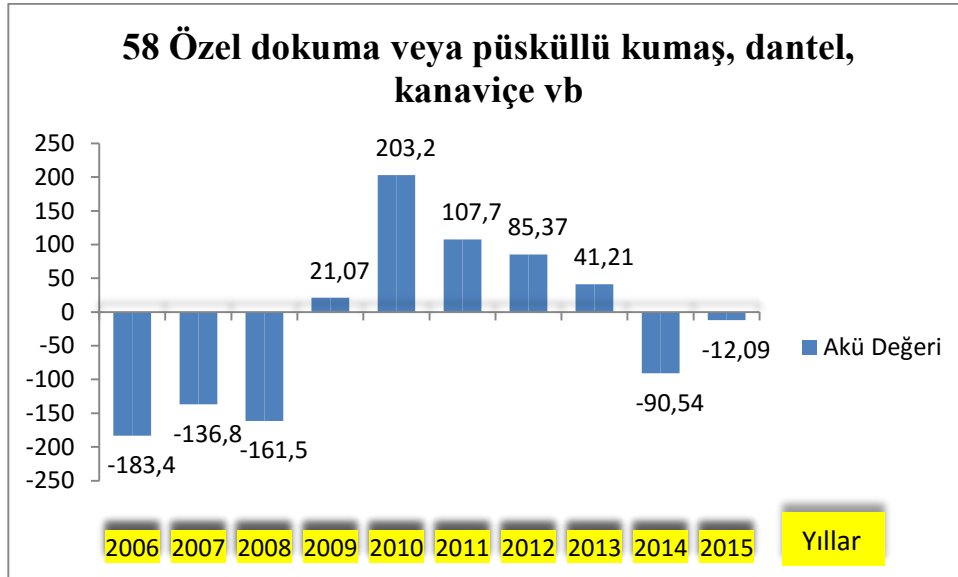
Votka, keçe, dokunmamış mensucat, iplik, sicim vs üretim sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerleri -737 ile -42 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

57. Halı Ve Diğer Tekstil Yer Kaplamaları Üretim Sektörü



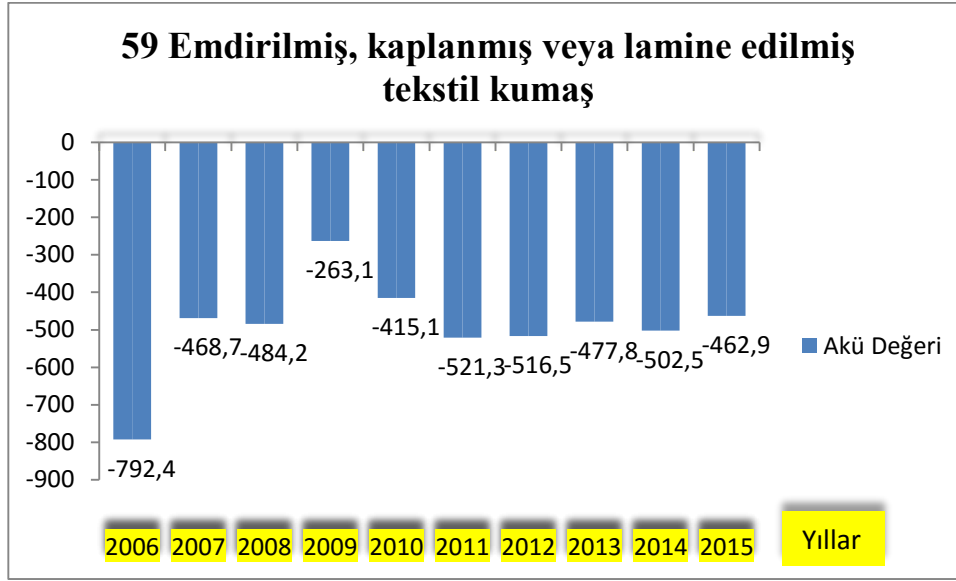
Halı ve diğer tekstil yer kaplamaları üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -633 ile -196 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

58. Özel Dokuma Veya Püsküllü Kumaş, Dantel, Kanaviçe vs Üretim Sektörü



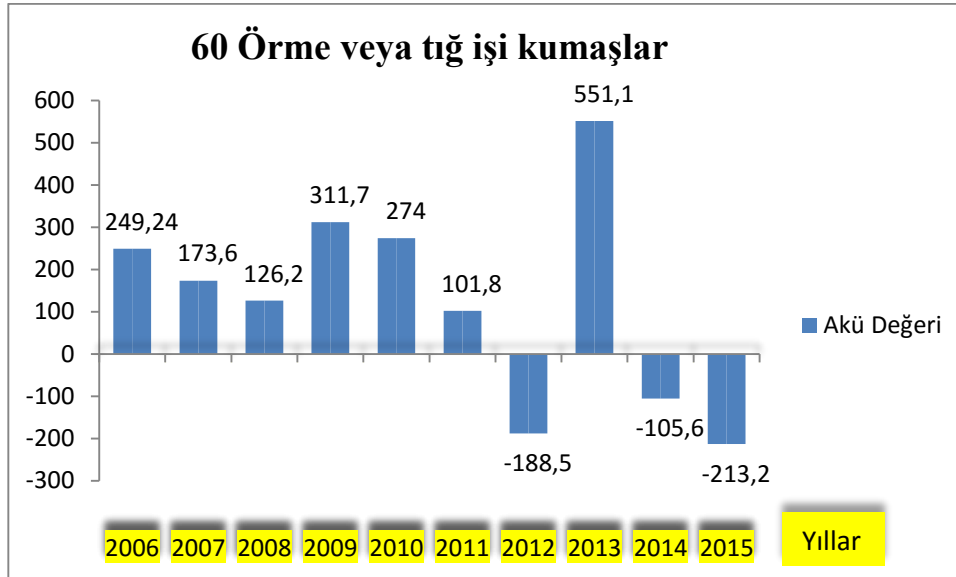
Özel dokuma veya püsküllü kumaş, dantel, kanaviçe vs üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -183 ile +203 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü sınırdadır.

59. Emdirilmiş, Kaplanmış veya Lamine Edilmiş Tekstil Kumaş Üretim Sektörü



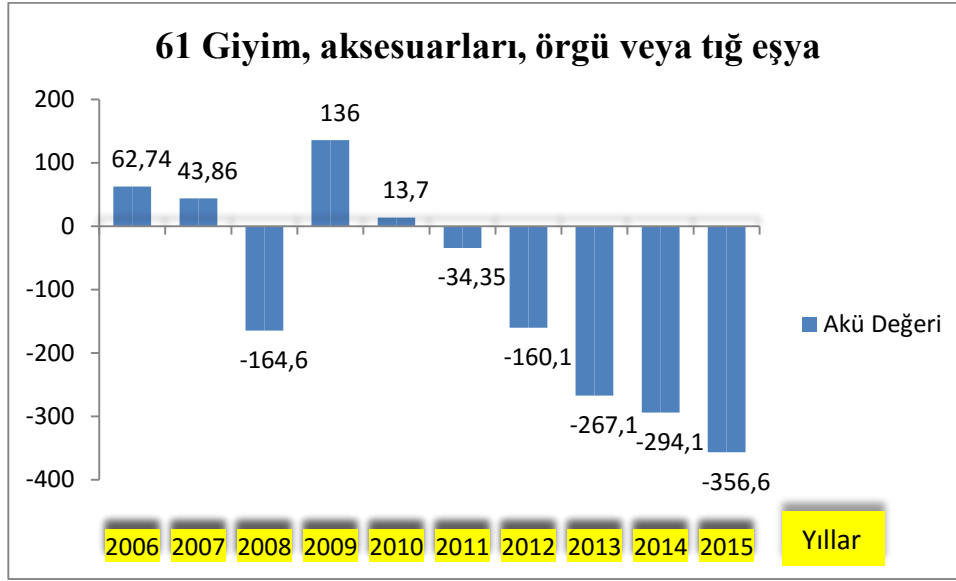
Emdirilmiş, kaplanmış veya lamine edilmiş tekstil kumaş üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -792 ile -263 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

60. Örme veya Tığ İşi Kumaşlar



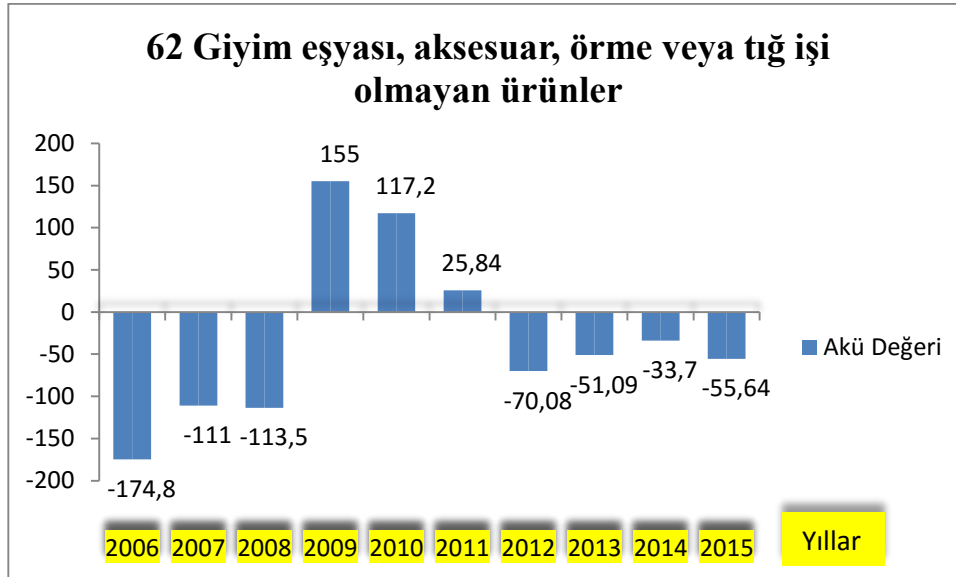
Örme veya tığ işi kumaşlar sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerleri -213 ile +551 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **yüksektir**.

61.Giyim, Aksesuarları, Örgü Veya Tığ Eşya Ürünleri Üretim Sektörü



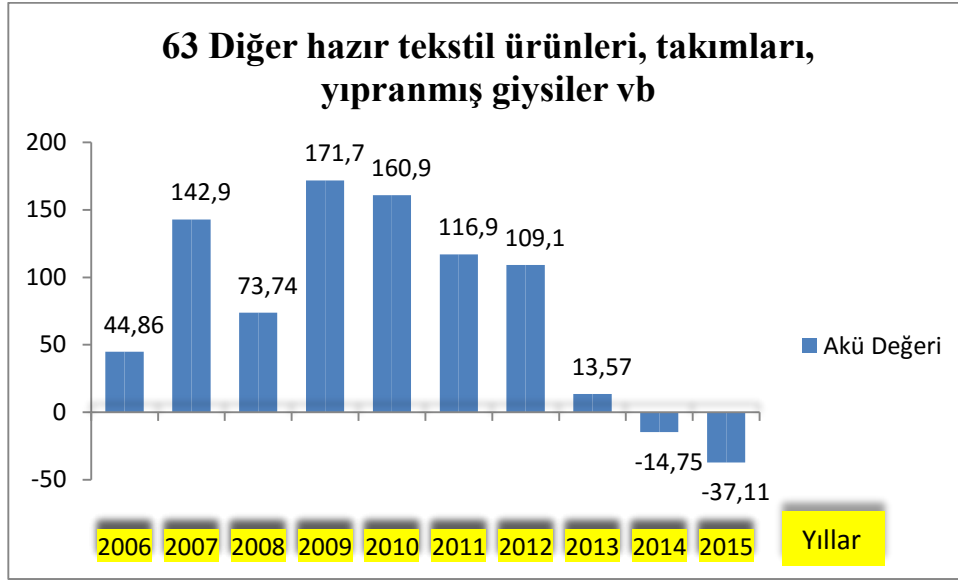
Giyim, aksesuarları, örgü veya tığ eşya ürünleri üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -356 ile +136 arasında yer almıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

62. Giyim Eşyası, Aksesuar, Örme Veya Tığ İş Olmayan Ürünleri Üretim Sektörü



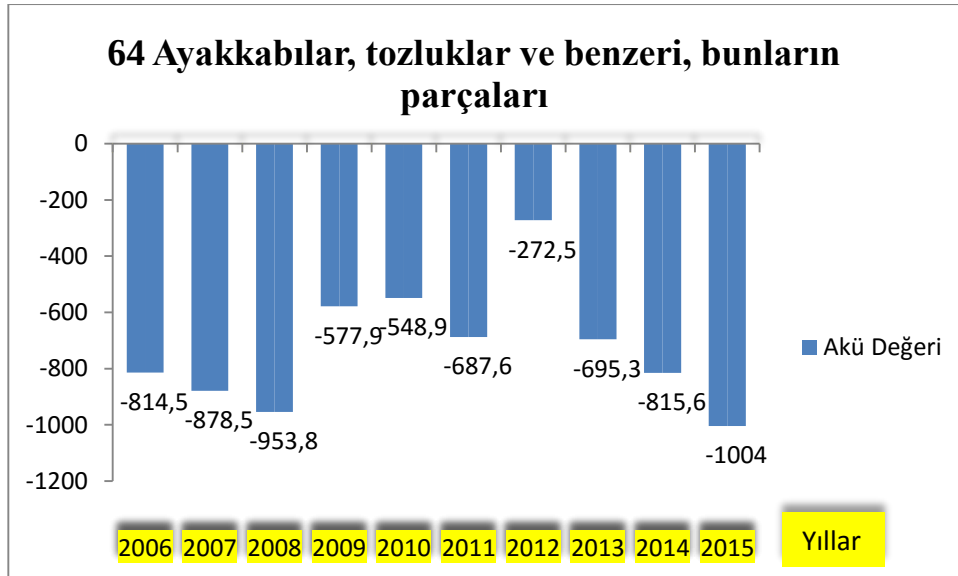
Giyim eşyası, aksesuar, örme veya tığ işi olmayan ürünler üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -174 ile +155 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın rekabet gücü bu sektörde düşüktür.

63. Diğer Hazır Tekstil Ürünleri, Takımları, Yıpranmış Giysiler vs Üretim Sektörü



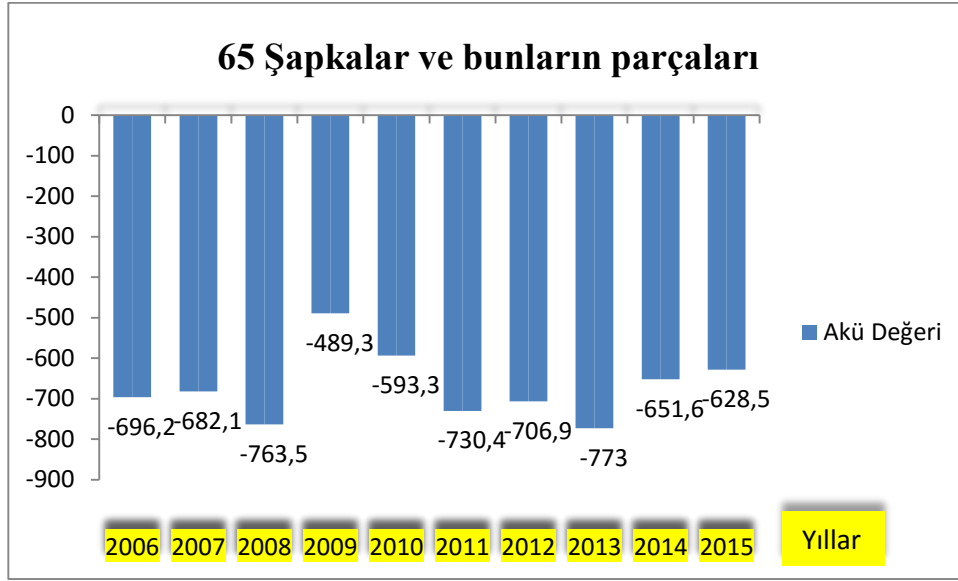
Diğer hazır tekstil ürünleri, takımları, yıpranmış giysiler vs üretim sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli +50'nin üzerinde; +73 ile +171 gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **yüksek** olduğu görülmektedir.

64. Ayakkabılar, Tozluklar ve benzeri, Bunların Parçaları Üretim Sektörü



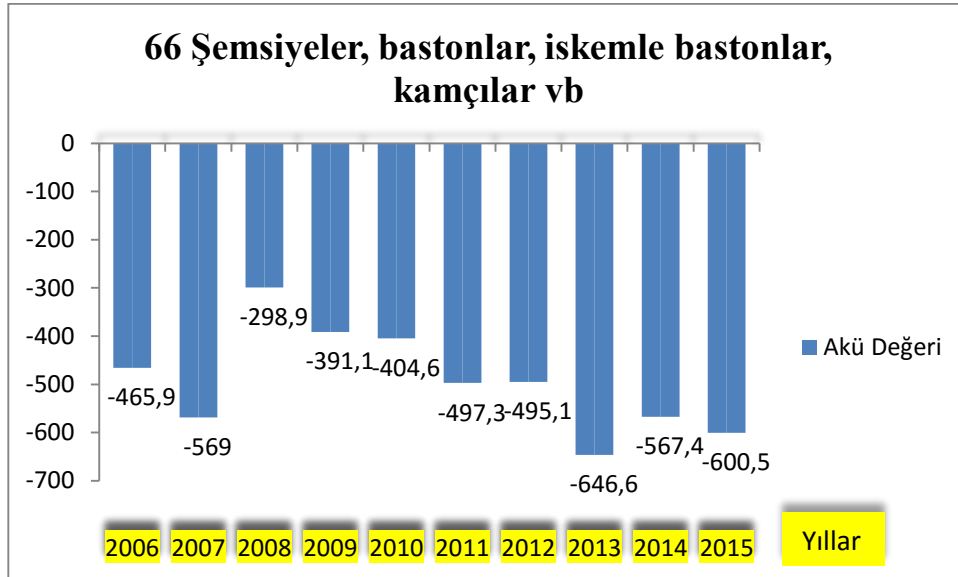
Ayakkabılar, tozluklar ve benzeri, bunların parçaları üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1004 ile -272 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

65. Şapkalar ve Bunların Parçaları Üretim Sektörü



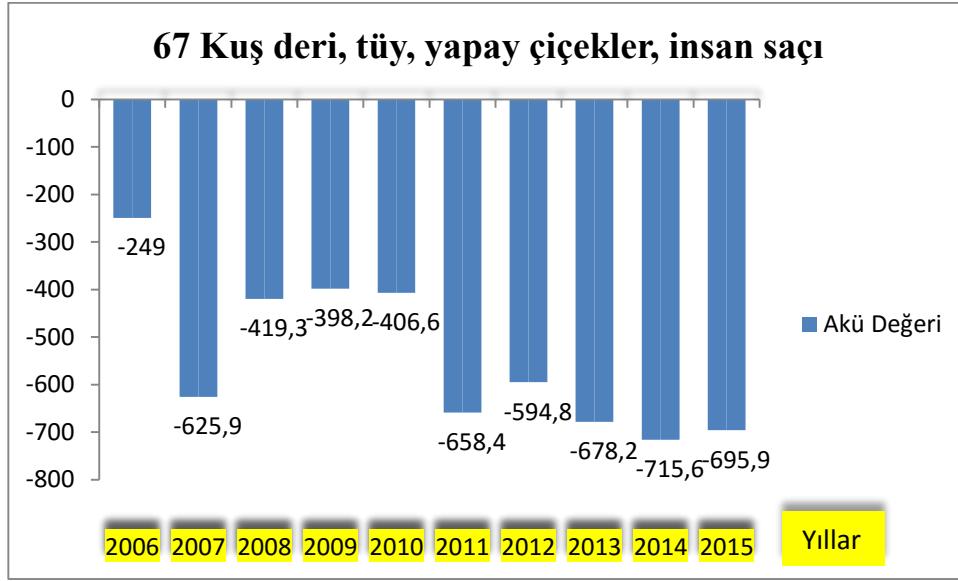
Şapkalar ve bunların parçaları üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 yılları arasında -773 ile -489 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

66. Şemsiyeler, Bastonlar, İskemle Bastonlar, Kamçılar vs Üretim Sektörü



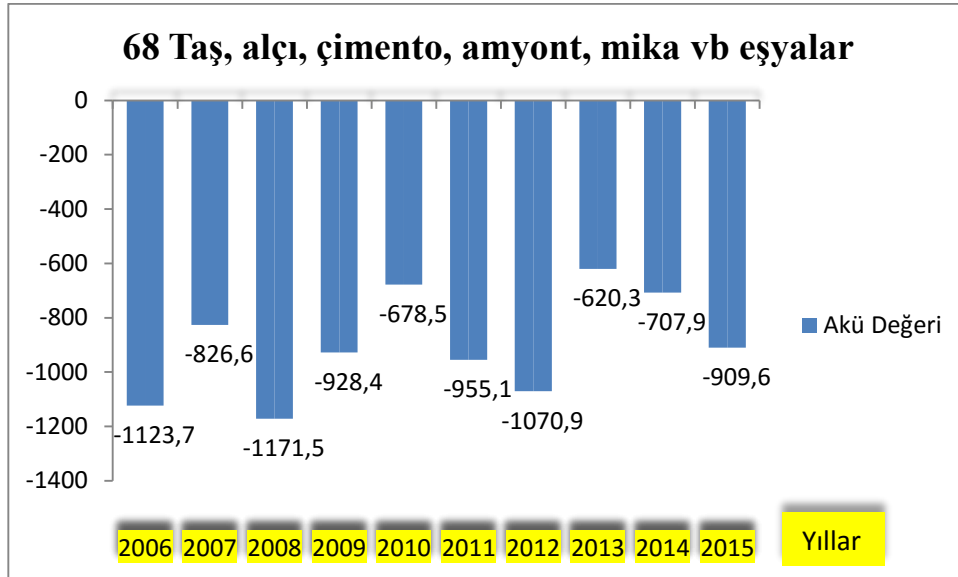
Şemsiyeler, bastonlar, iskemle bastonlar, kamçılar vs üretim sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli -50'nin altında; -646 ile -298 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

67. Kuş deri, Tüy, Yapay Çiçekler, İnsan Saçı vs Üretim Sektörü



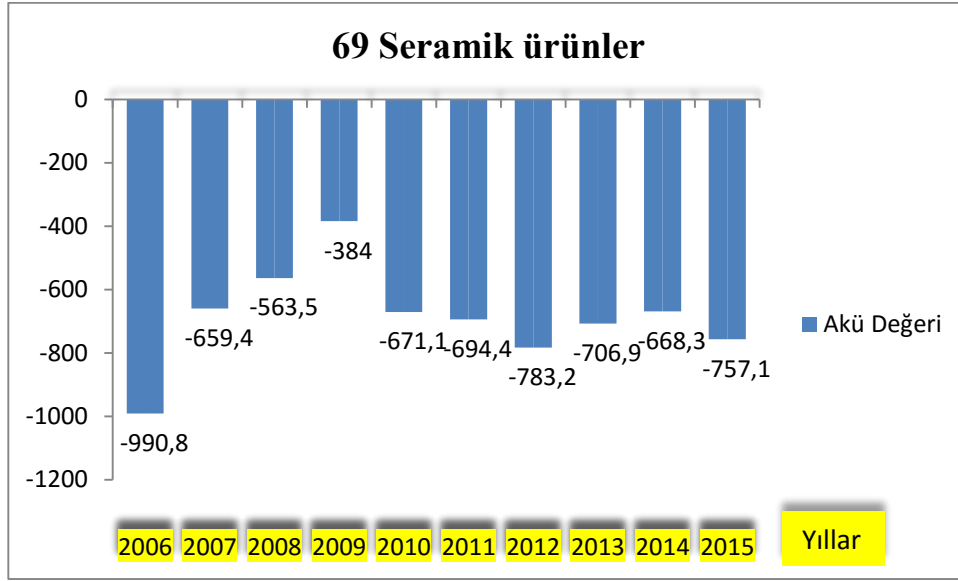
Kuş deri, tüy, yapay çiçekler, insan saçı vs üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1004 ile -272 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

68. Taş, Alçı, Çimento, Amyont, Mika Vs Eşyalar Üretim Sektörü



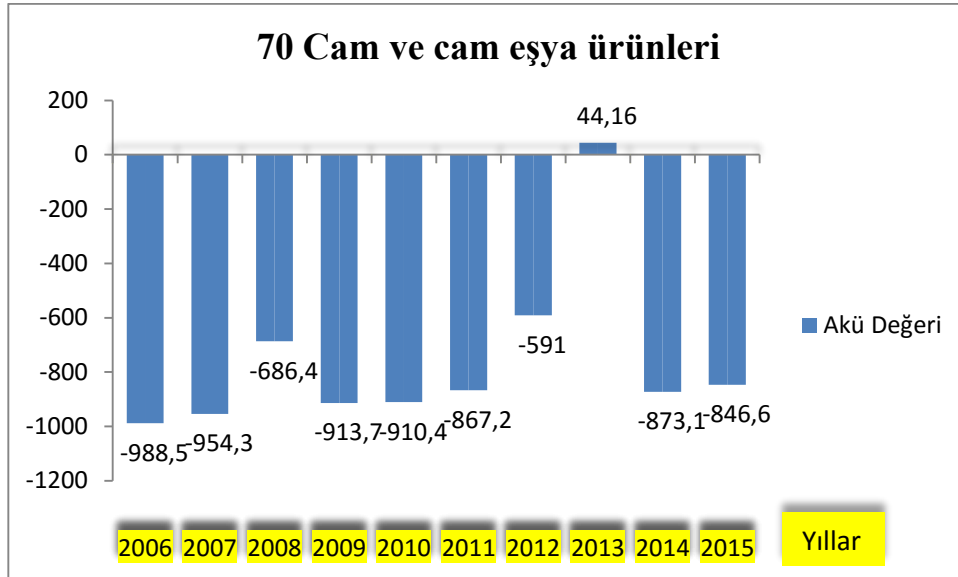
Taş, alçı, çimento, amyont, mika vs eşyalar üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1171 ile -620 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

69. Seramik Ürünleri Sektörü



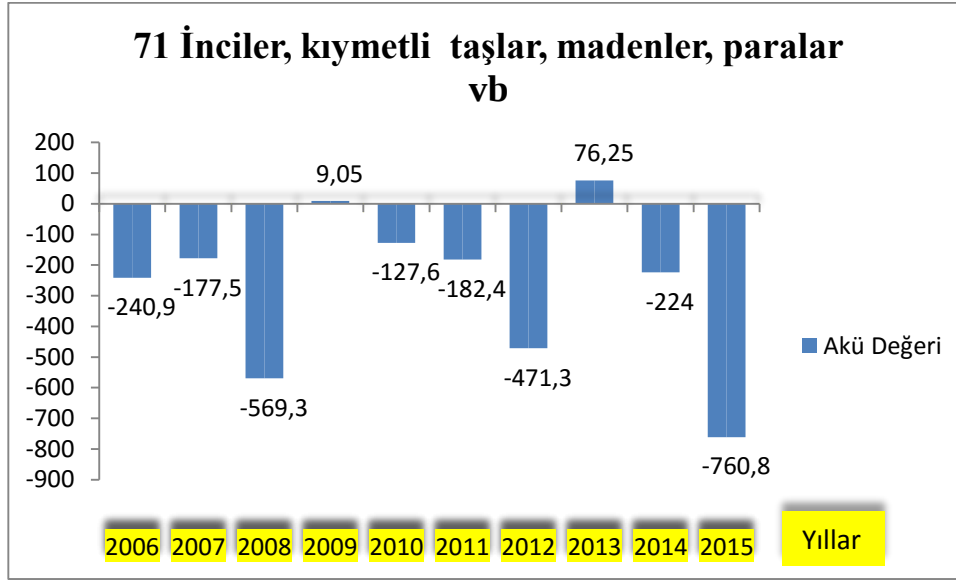
Seramik ürünler sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin sürekli -50'nin altında; -990 ile -384 arasında gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

70. Cam ve Cam Eşya Ürünleri Sektörü



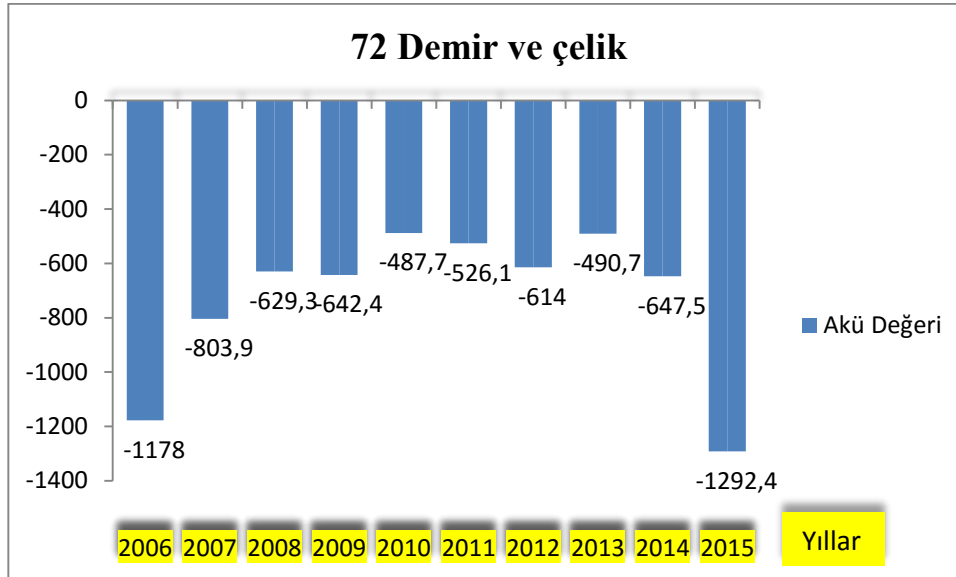
Cam ve cam eşya ürünleri sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -988 ile -591 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

71. İnciler, Kıymetli Taşlar, Madenleri Paralar vs Üretim Sektörü



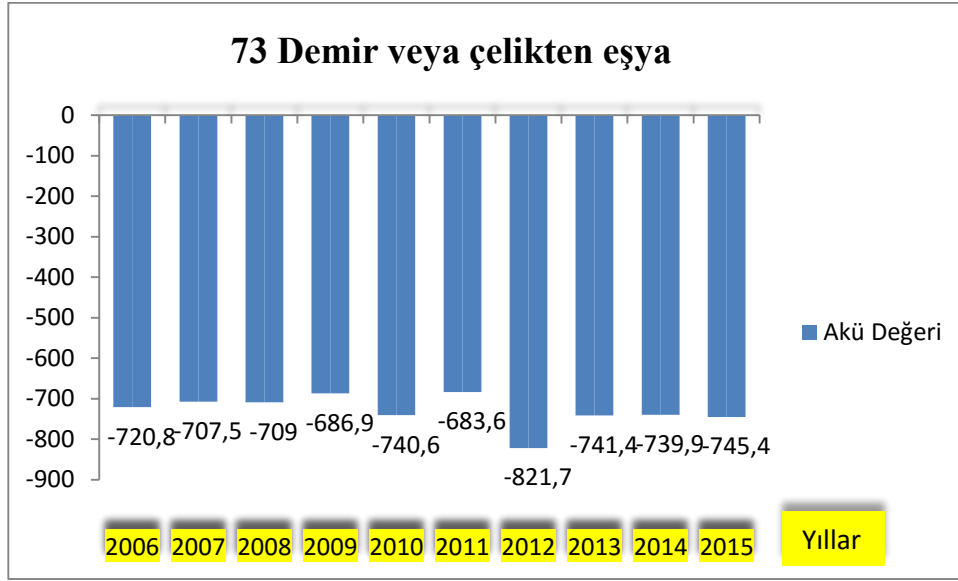
İnciler, kıymetli taşlar, madenleri paralar vs üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -760 ile -127 arasında yer almıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücüdür.

72. Demir Ve Çelik Üretim Sektörü



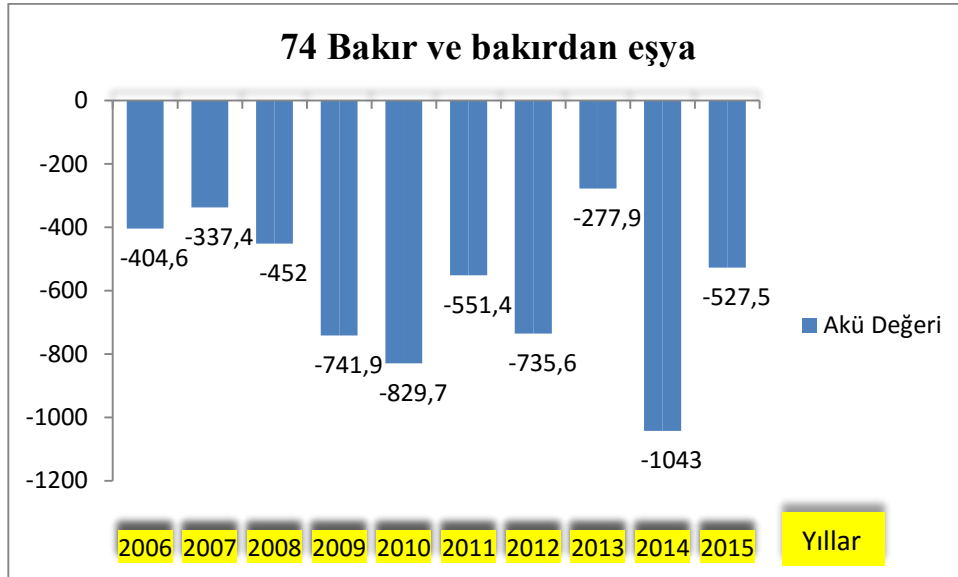
Demir ve çelik üretimi sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1292 ile -487 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

73. Demir Ve Çelikten Eşya Üretim Sektörü



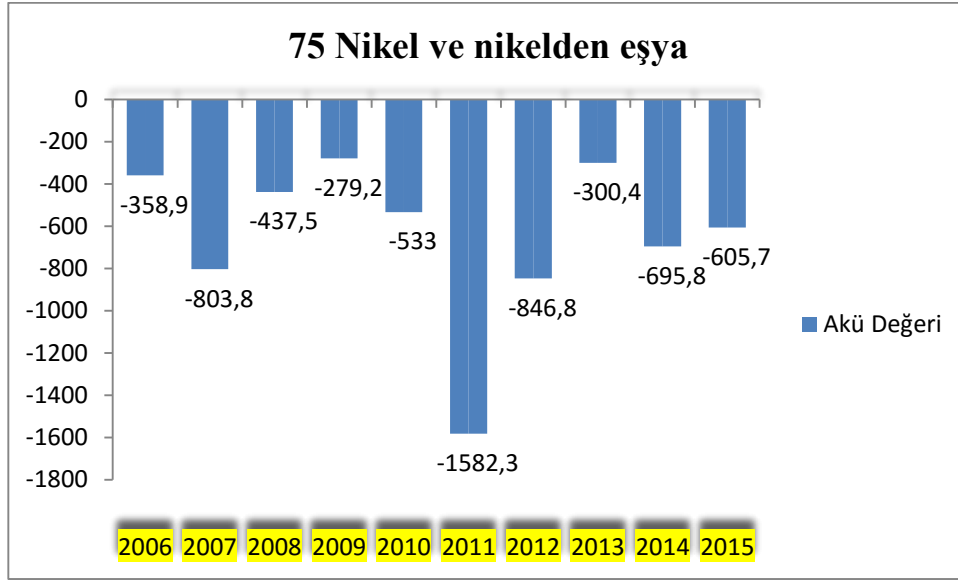
Demir ve çelikten eşya üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -821 ile -683 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması sürekli -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

74. Bakır ve Bakırdan Eşya Üretim Sektörü



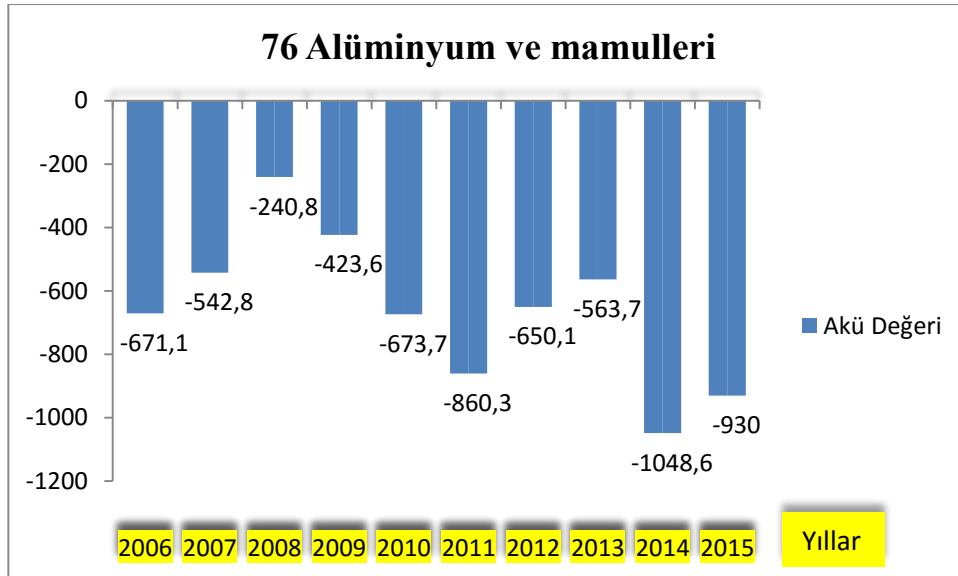
Bakır ve bakırdan eşya üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1043 ile -277 arasında hesaplanmıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

75. Nikel ve Nikelden Eşya Üretim Sektörü



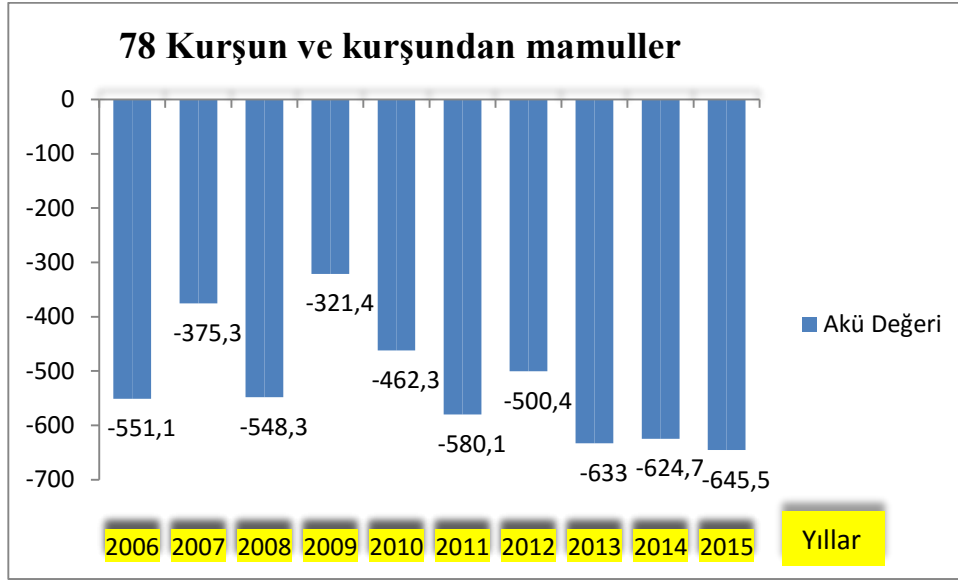
Nikel ve nikelden eşya üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1582 ile -279 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür.**

76. Alüminyum ve Mamulleri Üretim Sektörü



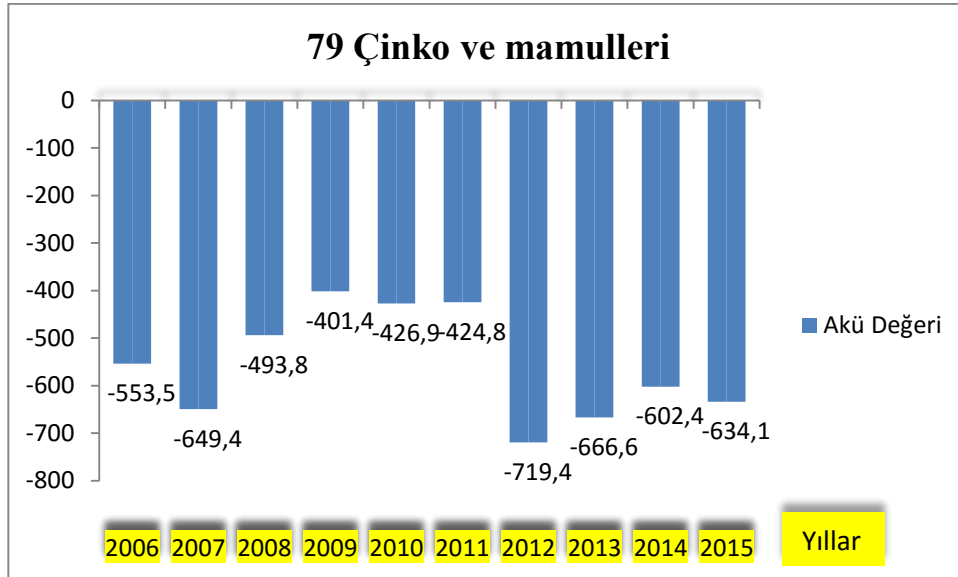
Alüminyum ve mamulleri üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1048 ile -240 arasında yer almıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür.**

78. Kurşun Ve Kurşun Mamulleri Sektörü



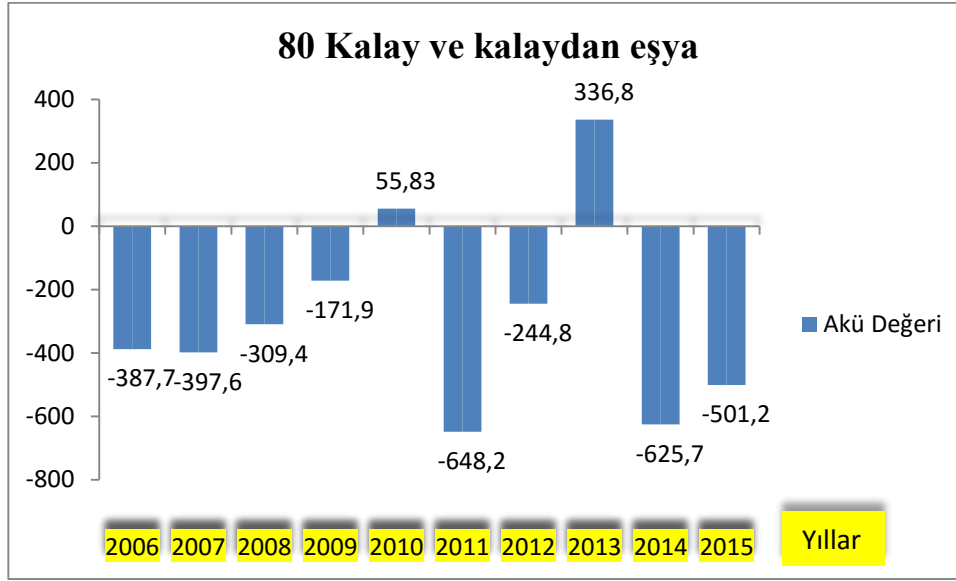
Kurşun ve kurşundan mamuller sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -645 ile -321 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

79. Çinko ve Mamulleri Sektörü



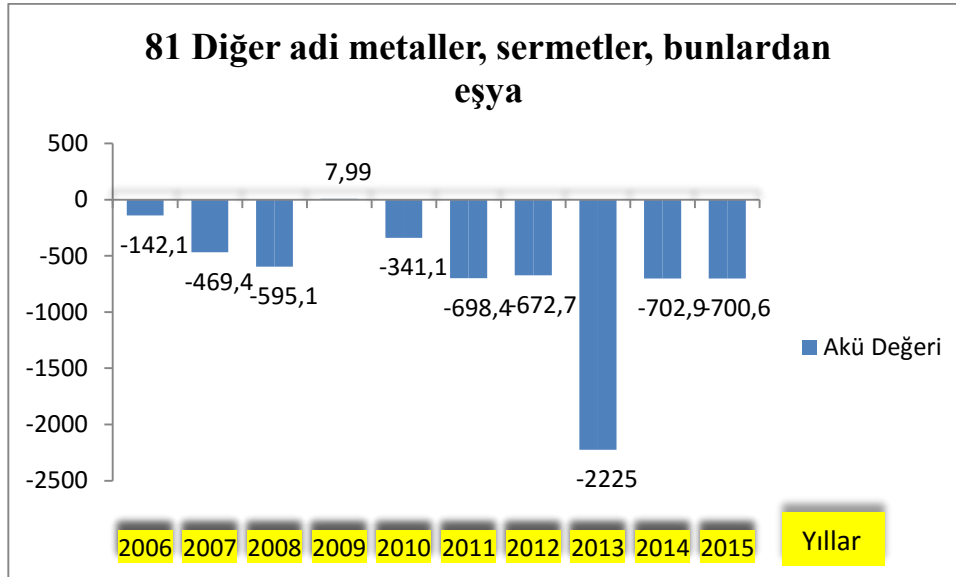
Çinko ve mamulleri sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -719 ile -401 arasında yer almıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **düşüktür**.

80. Kalay Ve Kalaydan Eşya Üretim Sektörü



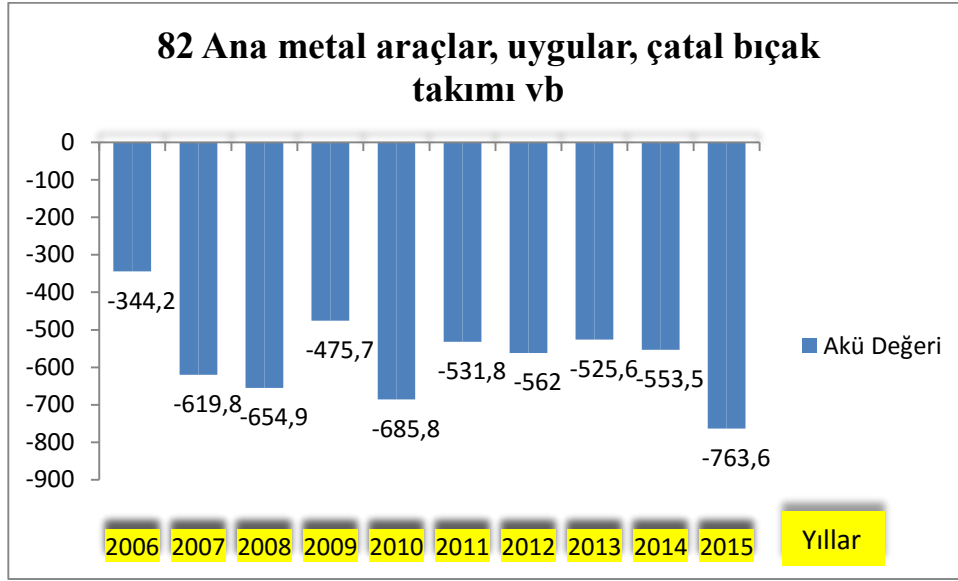
Kalay ve kalaydan eşya üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -648 ile -171 arasında yer almıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü düşüktür.

81. Diğer Adi Metaller, Sermetler, Bunlardan Eşya Üretim Sektörü



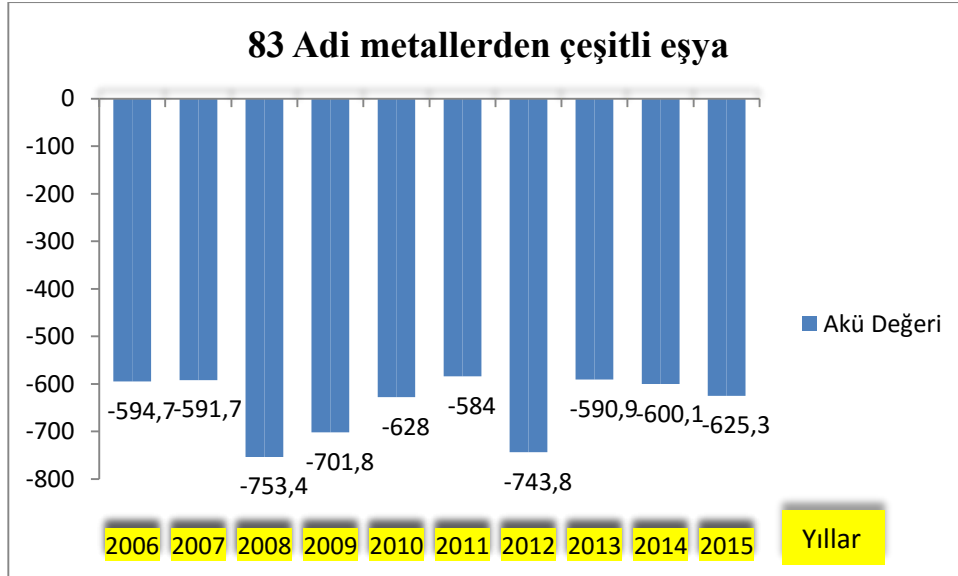
Diğer adi metaller, sermetler, bunlardan eşya üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -2225 ile -142 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

82. Ana Metal Araçlar, Uygular, Çatal Bıçak Takımı Vs Üretim Sektörü



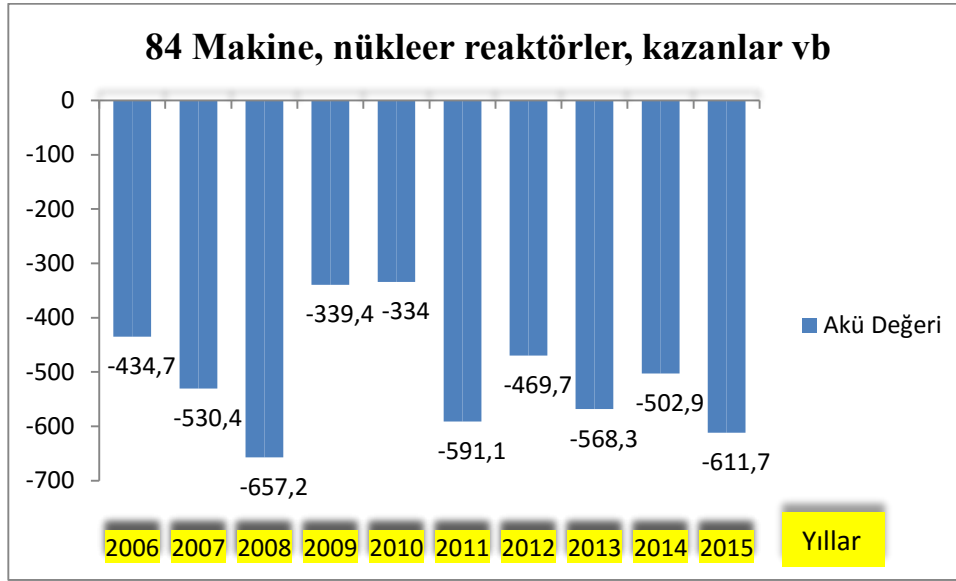
Ana metal araçlar, uygular, çatal bıçak takımı vs üretim sektörü sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -763 ile -344 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

83. Adi Metallerden Çeşitli Eşya Üretim Sektörü



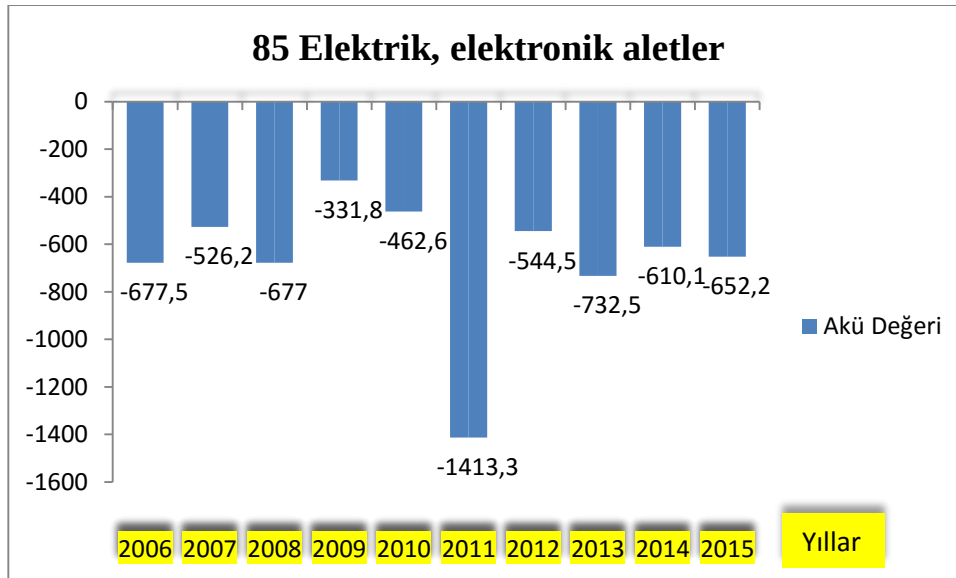
Adi metallerden çeşitli eşya üretim sektörünün 2006-2015 arası AKÜ değerleri -753 ile -584 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücünün düşük olduğu görülmektedir.

84. Makine, Nükleer Reaktörler, Kazanlar vs Üretim Sektörü



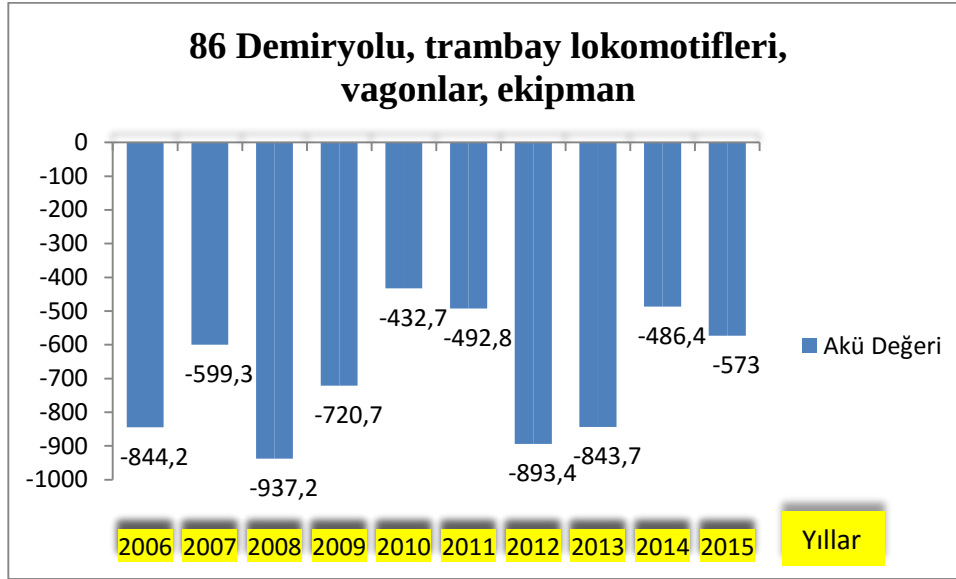
Makine, nükleer reaktörler, kazanlar vs üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -657 ile -334 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**

85. Elektrik, Elektronik Aletler Üretim Sektörü



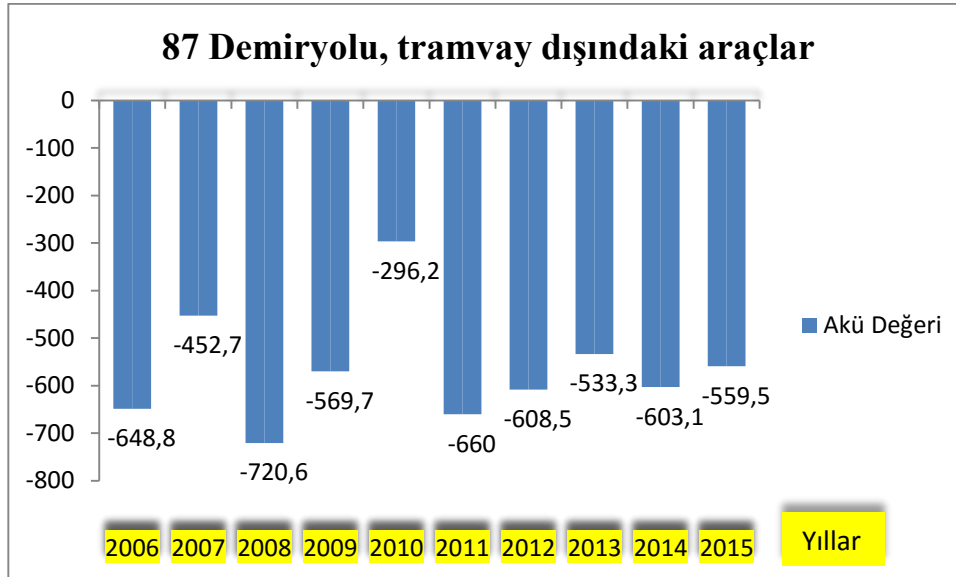
Elektrik, elektronik aletler üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 yıllar arasında -1413 ile -331 arasında hesaplanılmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu gözlemlenmiştir.

86. Demiryolu, Trambay Lokomotifleri, Vagonlar, Ekipman Sektörü



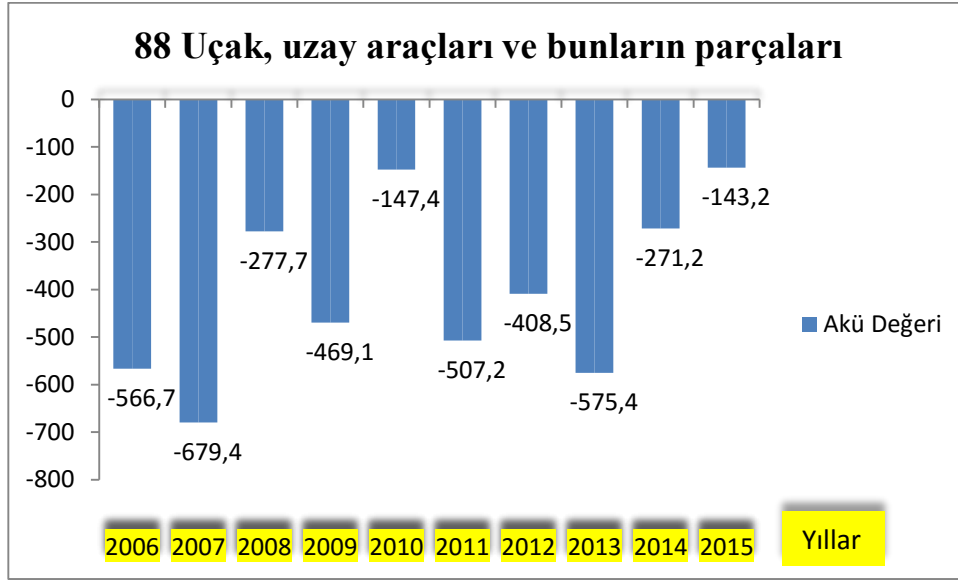
Demiryolu, trambay lokomotifleri, vagonlar, ekipman sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasındaki 10 yıllık dönemde -937 ile -432 arasında yer almıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmektedir.

87. Demiryolu, Trambay Dışındaki Araçlar Üretim Sektörü



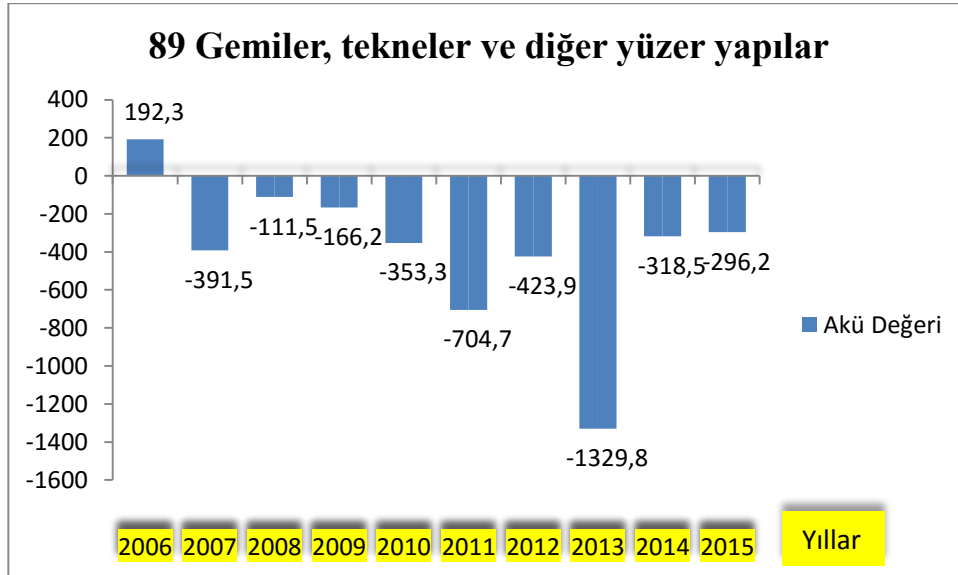
Demiryolu, trambay dışındaki araçlar üretim sektörü sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -720 ile -296 olarak hesaplanmıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

88. Uçak, Uzay Araçları ve Bunların Parçaları Üretim Sektörü



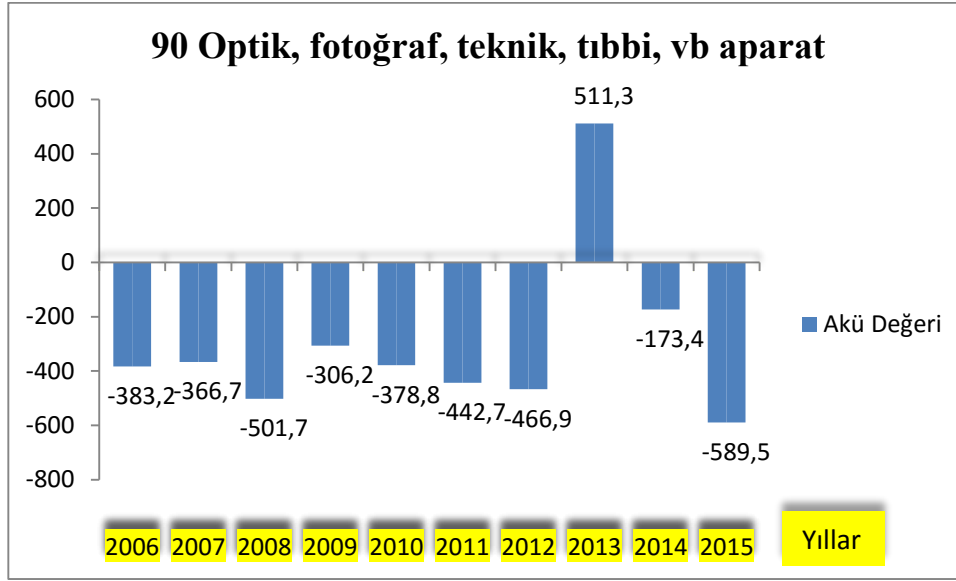
Uçak, uzay araçları ve bunların parçaları üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -679 ile -143 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

89. Gemiler, Tekneler ve Diğer Yüzer Yapılar Üretim Sektörü



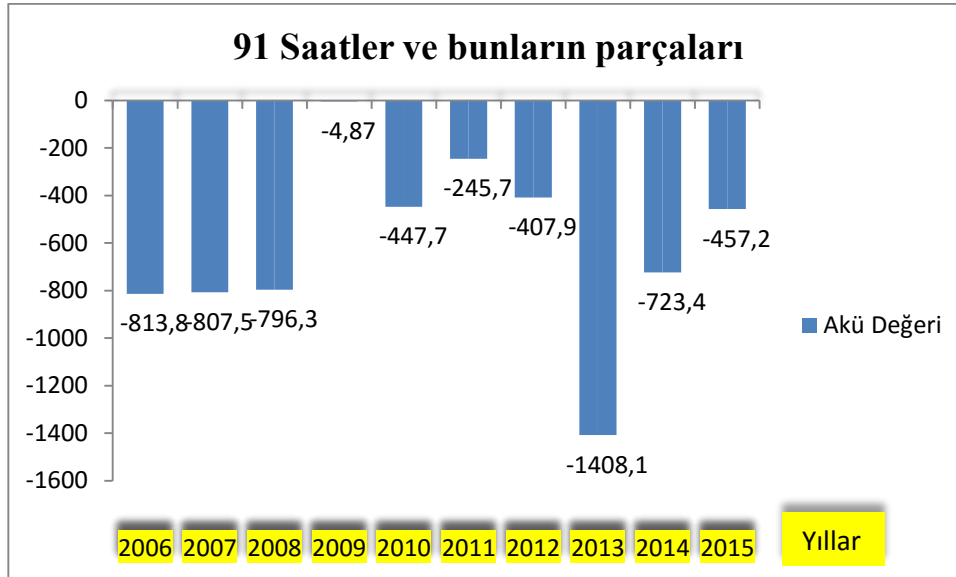
Gemiler, tekneler ve diğer yüzer yapılar üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1329 ile -111 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

90. Optik, Fotoğraf, Teknik, Tıbbi vs Aparat Üretim Sektörü



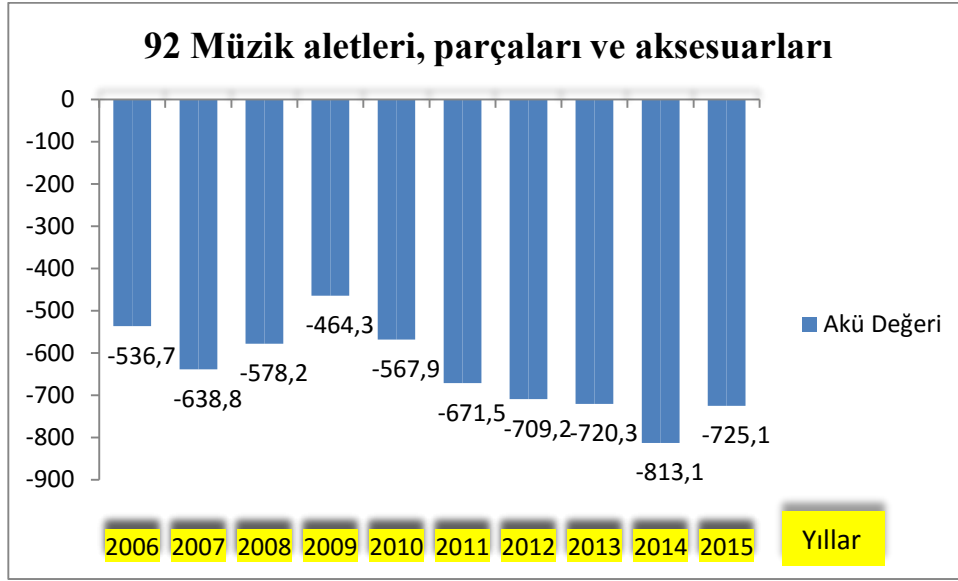
Optik, fotoğraf, teknik, tıbbi vs aparat üretim sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri -589 ile -173 arasında hesaplanmıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü düşüktür.

91. Saatler ve Bunların Parçaları Üretim Sektörü



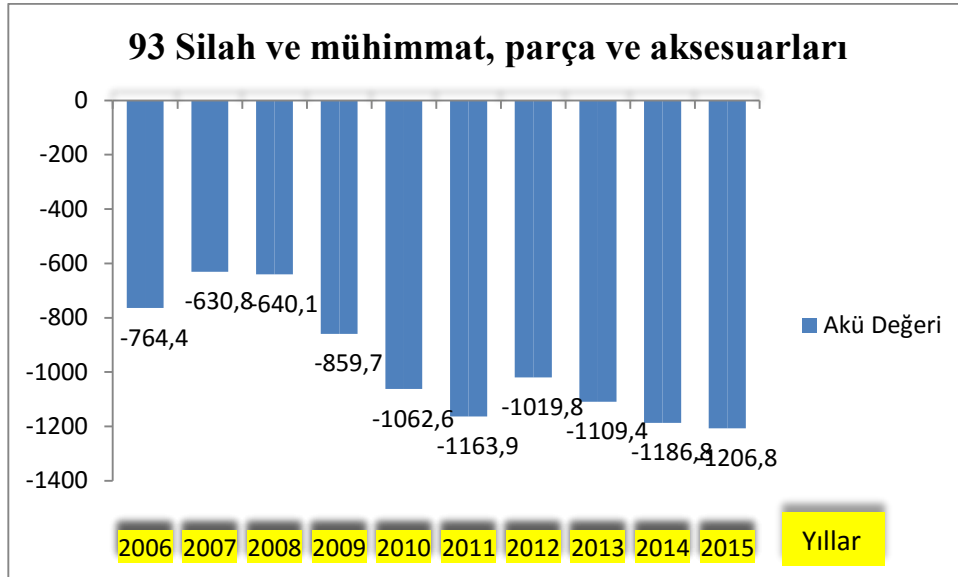
Saatler ve bunların parçaları üretim sektörünün 2006-2015 arasındaki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -1408 ile -245 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

92. Müzik Aletleri, Parçaları ve Aksesuarları Üretim Sektörü



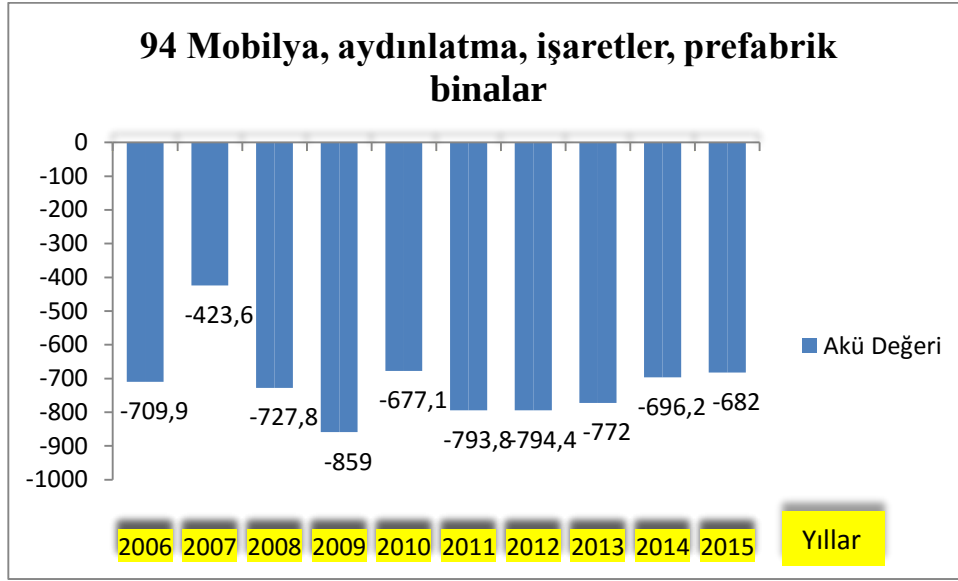
Müzik aletleri, parçaları ve aksesuarları üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -813 ile -464 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

93. Silah ve Mühimmat, Parça ve Aksesuarları Üretim Sektörü



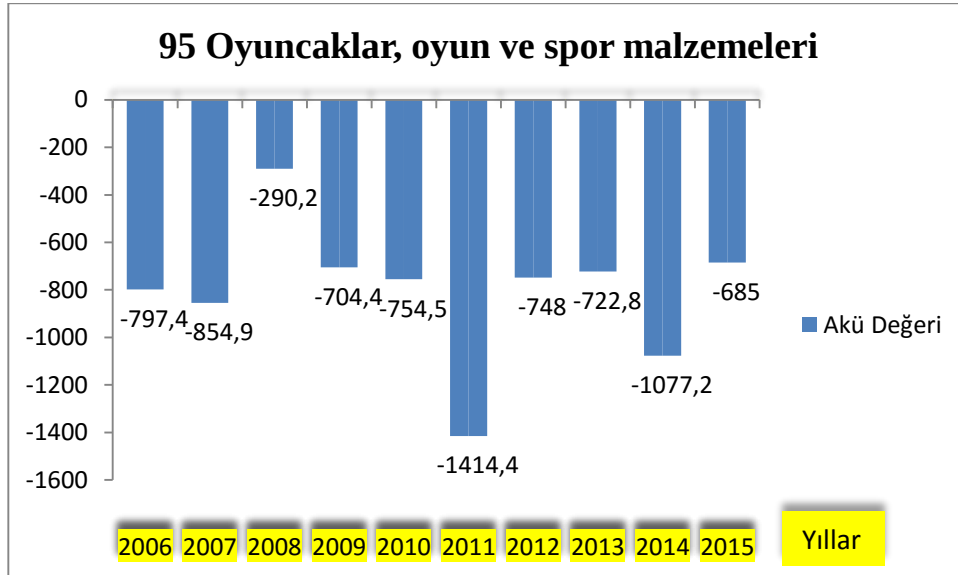
Silah ve mühimmat, parça ve aksesuarları üretim sektörünün 2006-2015 arasında AKÜ değerleri dönem ortalaması sürekli -50'nin altında; -1206 ile -630 arasında hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün **düşük** olduğu görülmüştür.

94. Mobilya, Aydınlatma, İşaretler, Prefabrik Binalar



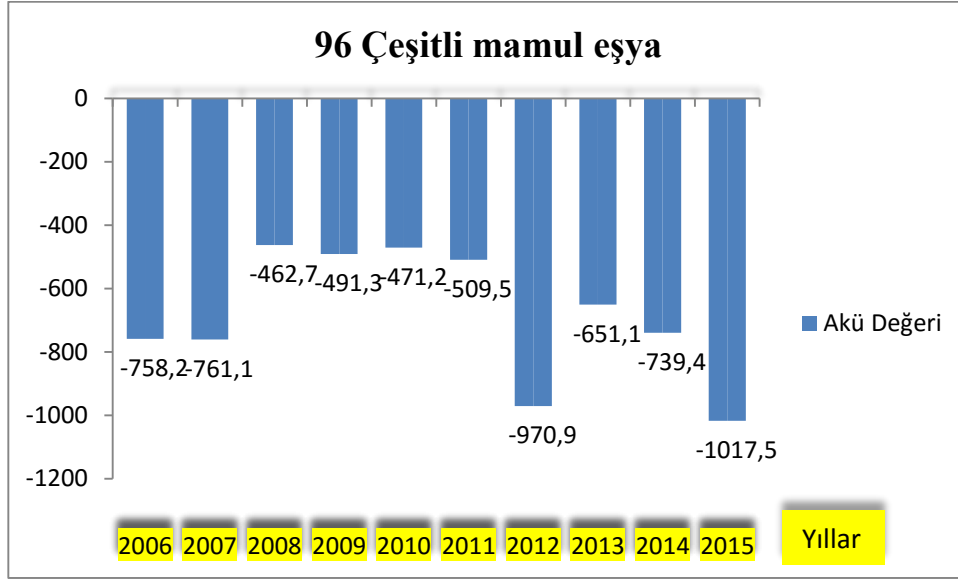
Mobilya, aydınlatma, işaretler, prefabrik binalar sektörünün 2006-2015 arası 10 yıllık dönemdeki AKÜ değerleri tablodan da görüldüğü gibi -859 ile -423 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

95. Oyuncaklar, Oyun Ve Spor Malzemeleri Üretim Sektörü



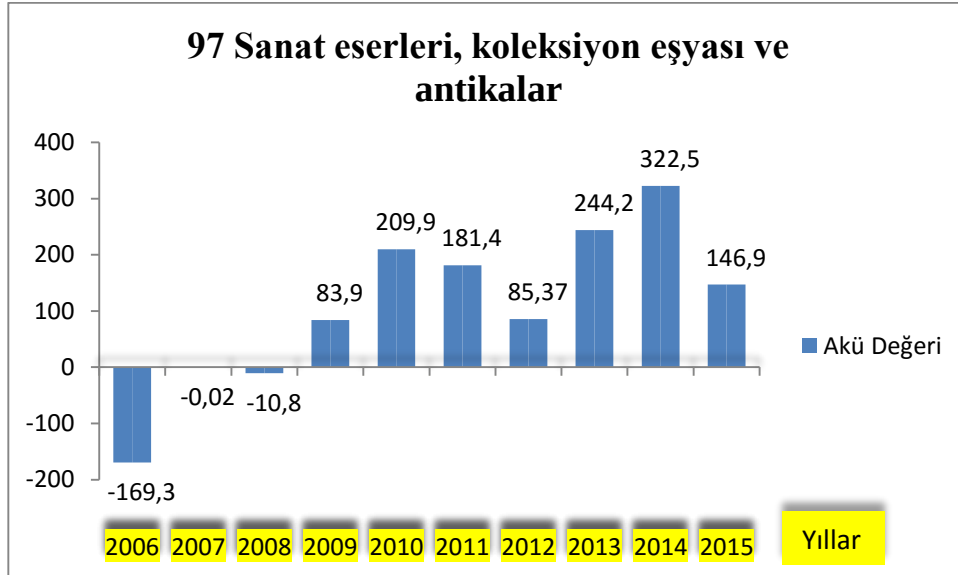
Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri üretim sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1414 ile -260 arasında yer almıştır. Bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

96. Çeşitli Mamul Eşya



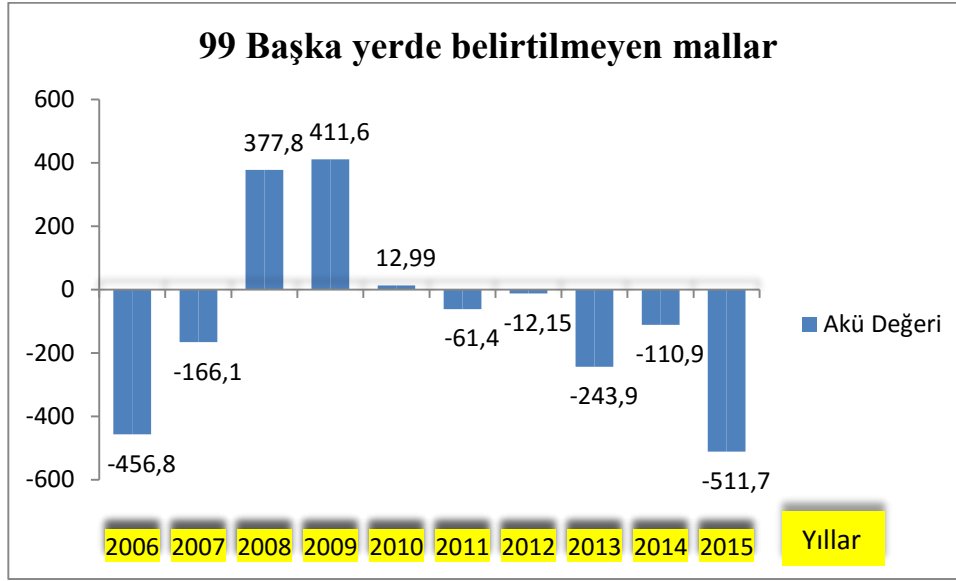
Çeşitli mamul eşya sektörünün AKÜ değerleri 2006-2015 arasında -1017 ile -462 arasında yer almıştır. Dönem ortalaması -50'nin altında olan bu sektörde Türkmenistan'ın rekabet gücü **düşüktür**.

97. Sanat Eserleri, Koleksiyon Eşyası Ve Antikalar



Sanat Eserleri, Koleksiyon Eşyası Ve Antikalar sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin +83 ile +322 gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücü **yüksek** olduğu görülmektedir.

99. Başka Yerde Belirtilmeyen Mallar Sektörü



Başka yerde belirtilmeyen mallar sektörünün 2006-2015 arası dönemdeki AKÜ değerlerinin -511 ile + 411 gerçekleştiği hesaplanmıştır. Türkmenistan'ın bu sektörde rekabet gücünün düşük olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmanın amacı, Rekabet Gücü, Rekabet Gücünü belirleyen unsurlar ve Türkmenistan ekonomisinin rekabet gücü üzerinde bir inceleme yapmaktır. Rekabet gücünü belirleyen unsurlar olarak Beşeri Sermaye, Eğitim Seviyesi, Altyapı, Teknoloji, Verimlilik, Organizasyon ve Yönetim Kalitesi, Stratejik Yönetim, Yatırımlar, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Finansal Sistem, Araştırma-Geliştirme (AR-GE), Yenilik ve Ulusal Yenilik Sistemi, Sanayi Sektörünün Gelişmişliği, Reel Döviz Kuru, Kalite, Hız ve Esneklik, Etkin Devlet, Makroekonomik İstikrar ve Politikaları, Kurumlar, Coğrafi Konum, Girdi ve Üretim Maliyetleri, Kümelenme ve Rekabet Gücü ilişkisi tek tek ele alınıp, üzerinde durulmuştur

Çalışmamızda Türkmenistan ekonomisinin rekabet gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi ile incelenmektedir. Bu çalışmada kullanılan Türkmenistan ithalat ve ihracat rakamları Trademap Veri Tabanından alınmıştır.

Çalışmamızda, öncelikle Balassa (1965) tarafından ortaya atılan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA-Revealed Comparative Advantage) yaklaşımın Vollrath (1991) tarafından göreceli ithalat avantajı da dikkate alınarak formüle edilen RCA indeksine göre Türkmenistan'ın 2006-2015 dönemi sektörel rekabet güçleri GTİP ikili düzeyde tüm sektörler bazında incelenmiştir.

Çalışmanın sonuçları Tablo 4'te özetle yer almaktadır;

Tablo 4: Türkmenistan Ekonomisinin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi ile Hesaplanmış Değerleri

Ürün Kodu	Türkmenistan Ekonomisinin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi ile hesaplanmış değerleri									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
'01	-696,5	-599,8	-442,9	0	-703,6	-739	-521,3	-470,2	-649,5	-797,3
'02	-846,9	-578,6	-986,3	-437,3	-531	-872,3	-1007,7	-437	-794,8	-793,6
'03	-661,7	-572,1	-252,4	-509,9	-628,5	-713,6	-920,8	30,58	-86,16	-847,3
'04	-548,7	-971	-746,4	-524,4	-812,7	-700	-1070,5	-586,1	-471,8	-625
'05	-599,4	-381,4	-98,41	117,6	112,5	-346,7	-231,4	-226,4	-400,3	-721,4
'06	-923,8	-863,4	-861,4	-700,1	-909,2	-1014,8	-951,9	-887,8	-241,6	-322,9
'07	-240,8	-157,1	-195,8	-176,5	-340,4	-300,2	-130,3	-226,9	-413,4	-118
'08	-188,6	284,1	-238,1	81,33	-304,5	-264,6	-176,3	-173,5	-276,8	-256,1
'09	-697,6	-643,4	-928,4	-755,3	-588,4	-847,4	-675,8	-714,2	-658,9	-934,7

'10	-738,4	-634	-855,4	-988,1	-407,1	-661,1	-368,8	-135	-77,23	-678
'11	-971	-1024,7	-289,2	-358,3	-367,2	-426,9	-543,3	-140	-42,18	-1082
'12	-0,77	57,52	-36,79	-4,17	84,45	74,87	34,51	69,77	-57,65	-172,6
'13	351,2	465,5	643,8	594,5	387,1	291,7	411	343,1	256,2	188,8
'14	292,6	322,3	274,7	614	760,3	617	452,2	309,3	491,6	599,7
'15	-1160,8	-836,2	-388,4	-311,5	-273,2	-296,3	-308,1	-240,7	-79,5	-970,2
'16	-601	-820,8	-647,2	-470,8	-500,4	-943,8	-492,2	-446,7	-1042,6	-999,7
'17	-756	-714,8	-1110,6	-828,9	-1055,7	-1099,3	-1119,4	-544,6	-636,4	-510,2
'18	-1049,6	-1061	-535,2	-301	-233,9	-297,8	-317,1	-306,2	-299,6	-745,4
'19	-811,3	-722,2	-776,4	-530,6	-637,5	-1090,5	-1109,5	-446	-586	-719,9
'20	-585,7	-548,9	-171,2	-573,5	-426,3	-877,6	-805	-559,5	-494,5	-526,9
'21	-1044,2	-769,4	-1035,5	-895,8	-968,9	-1049,9	-852,8	-503,6	-600,2	-687,3
'22	-441	-297,1	-347,1	-518,1	-640,8	-754,7	-840	-660	-777,6	-841,4
'23	-775	-702,8	-702,4	-46,32	179,5	120,2	-867,7	-873,4	-66,24	-849,9
'24	-1025,3	-1022,4	-994,9	-403,4	-429,6	-906	-1022,4	-1081,4	-1051,2	-1080,1
'25	-306,2	-360,7	-267,9	-219	-509,5	-552,1	-201,8	-32,04	-151	20,2
'26	-748,4	-753,9	-829,2	-478,5	-749,8	-782,9	-645,1	122,4	-837	-534,8
'27	522,6	549,7	517,6	705	567,6	305	297,3	439,8	412,3	437,8
'28	-93,01	-32,49	-24,36	29,01	91,02	46,64	-44,85	32,31	6,74	-24,93
'29	-985,2	-640,3	-932,2	-532,6	-795,4	-952,5	-1032,3	-377,2	-424,5	-891,8
'30	-719,6	-1124,4	-804,2	-571,8	-607,6	-1131,4	-1182,1	-833,5	-763,8	-648,9
'31	-352,2	-760,9	27,52	302,25	214,9	-357,18	-880	-1041,5	-86,08	-526,8
'32	-1097,4	-566,2	-1070,2	-878,2	-674,9	-874,3	-807,9	-803,2	-908,6	-832,3
'33	-1065,2	-976,7	-1067,9	-892,4	-953,5	-925,3	-1070,8	-1097,1	-964,4	-964,7
'34	-1065,8	-755,8	-599	-630,4	-503,7	-666,4	-635,7	-774,1	-1157,6	-1085,1
'35	-960,6	-877,1	-891,5	-756,8	-847,3	-858,5	-925,5	-513,1	-970,6	-948,6
'36	-971,8	-935,9	-919,7	-787,9	-761,1	-888,3	-906,7	-944,2	-929,5	-967,9
'37	-821,5	-808,5	-753,6	-624,6	-381,7	-752,3	-883,2	-843,1	-828,6	-790,9
'38	-581,9	-622,3	-610,1	-413,6	-406,9	-478,8	-792,9	-692,9	-513,6	-786
'39	-92,27	-63,19	-80,75	45,92	4,2	-108	-49,54	-93,13	-155,2	-117
'40	-809,7	-739,9	-722,7	-463,7	-453,6	-782,3	-683,6	-681,6	-580,2	-582
'41	717,9	250,3	453,8	497,4	406,6	376	421,7	411,5	252,6	203
'42	-672,2	-763,3	-736,4	-429,1	-766,8	-654	-717,8	-489,4	-479,4	-510,5
'43	-518,2	-9,37	-173,8	-480,7	-174,4	-486,6	-497,8	-436,9	-591,4	-459
'44	-600,5	-661,5	-689,5	-828,1	-814,4	-894,2	-1146,5	-572,1	-998,9	-795,3
'45	-340,7	-612,8	-562	-110	-183,9	-341,7	-746,5	-685,3	-706,7	-440,4
'46	-471,5	-277,2	-240,1	-123,3	-248,6	-536,8	-504,6	-487,6	-507	-501,2
'47	-486,5	-453,6	-452,9	-273,8	-126,4	-606,4	-613,7	-576,4	-668,1	-698,3
'48	-794,5	-1007,2	-918,1	-913,6	-638	-794,9	-559,8	-618,6	-806,6	-996
'49	-632	-558,8	-980,2	-655,5	-518,6	-757,5	-634,1	-563,3	-709	-330,7
'50	65,84	185,7	125,2	388,9	194,1	282,3	112,7	195	461,5	-299,7
'51	-199,7	338,8	42,71	57,54	185,2	125,1	250,1	130,1	73,49	11,95

'52	423,3	587,1	400,1	437,6	660,4	564,8	478,7	536	571,9	692,2
'53	-565,8	-502,4	-464,2	-356,1	-378,5	-90,97	-246,1	-425,3	-478,4	-549,2
'54	-909,3	-452,8	-617,2	-576,3	-384,2	-607,9	-746,9	-698,2	-745,2	-701,2
'55	-550,9	-546,7	-550,8	-516,9	-286,6	-118	-422,3	-367,3	-508	-579,8
'56	-171,1	-42,82	-67,41	-49,06	-105,6	-132,2	-238,4	-333,7	-528,2	-737,9
'57	-281,6	-244	-293,6	-196,8	-383,5	-505,1	-480,1	-394,2	-633,5	-452
'58	-183,4	-136,8	-161,5	21,07	203,2	107,7	85,37	41,21	-90,54	-12,09
'59	-792,4	-468,7	-484,2	-263,1	-415,1	-521,3	-516,5	-477,8	-502,5	-462,9
'60	249,24	173,6	126,2	311,7	274	101,8	-188,5	551,1	-105,6	-213,2
'61	62,74	43,86	-164,6	136	13,7	-34,35	-160,1	-267,1	-294,1	-356,1
'62	-174,8	-111	-113,5	115	117,2	25,84	-70,08	-51,09	-33,7	-55,64
'63	44,86	142,9	73,74	171,7	160,9	116,9	109,1	13,57	-14,75	-37,11
'64	-814,5	-878,5	-953,8	-577,9	-548,9	-687,6	-272,5	-695,3	-815,6	-1004
'65	-696,2	-682,1	-763,5	-489,3	-593,3	-730,4	-706,9	-773	-651,6	628,5
'66	-465,9	-569	-298,9	-391,1	-404,6	-497,3	-495,1	-646,6	-567,4	-600,5
'67	-249	-625,9	-419,3	-398,2	-406,6	-658,4	-594,8	-678,2	-715,6	-695,9
'68	-1123,7	-826,6	-1171,5	-928,4	-678,5	-955,1	-1070,9	-620,3	-707,9	-909,6
'69	-990,8	-659,4	-563,5	-384	-671,1	-694,4	-783,2	-706,9	-668,3	-757,1
'70	-988,5	-954,3	-686,4	-913,7	-910,4	-867,2	-591	44,16	-873,1	-846,6
'71	-240,9	-177,5	-569,3	9,05	-127,6	-182,4	-471,3	76,25	-224	-760,8
'72	-1178	-803,9	-629,3	-642,4	-487,7	-526,1	-614	-490,7	-647,5	-1292,4
'73	-720,8	-707,5	-709	-686,9	-740,6	-683,6	-821,7	-741,4	-739,9	-745,4
'74	-404,6	-337,4	-452	-741,9	-829,7	-551,4	-735,6	-277,9	-1043	-527,5
'75	-358,9	-803,8	-437,5	-279,2	-533	-1582,3	-846,8	-300,4	-695,8	-605,7
'76	-671,1	-542,8	-240,8	-423,6	-673,7	-860,3	-650,1	-563,7	-1048,6	-930
'78	-551,1	-375,3	-548,3	-321,4	-462,3	-580,1	-500,4	-633	-624,7	-645,5
'79	-553,5	-649,4	-493,8	-401,4	-426,9	-424,8	-719,4	-666,6	-602,4	-634,1
'80	-387,7	-397,6	-309,4	-171,9	55,83	-648,2	-244,8	336,8	-625,7	-501,2
'81	-142,1	-469,4	-595,1	7,99	-341,1	-698,4	-672,7	-2225	-702,9	-700,9
'82	-344,2	-619,8	-654,9	-475,7	-685,8	-531,8	-562	-525,6	-553,5	-763,6
'83	-594,7	-591,7	-753,4	-701,8	-628	-584	-743,8	-590,9	-600,1	-625,3
'84	-434,7	-530,4	-657,2	-339,4	-334	-591,1	-469,7	-568,3	-502,9	-611,7
'85	-677,5	-526,2	-677	-331,8	-462,6	-1413,3	-544,5	-732,5	-610,1	-652,2
'86	-844,2	-599,3	-937,2	-720,7	-432,7	-492,8	-893,4	-843,7	-486,4	-573
'87	-648,8	-452,7	-720,6	-569,7	-296,2	-660	-608,5	-533,3	-603,1	-559,5
'88	-566,7	-679,4	-277,7	-469,1	-147,4	-507,2	-408,5	-575,4	-271,2	-143,2
'89	192,3	-391,5	-111,5	-166,2	-353,3	-704,7	-423,9	-1329,8	-318,5	-296,2
'90	-383,2	-366,7	-501,7	-306,2	-378,8	-442,7	-466,9	511,3	-173,4	-589,5
'91	-813,8	-807,5	-796,3	-4,87	-447,7	-245,7	-407,9	-1408,1	-723,4	-457,2
'92	-536,7	-638,8	-578,2	-464,3	-567,9	-671,5	-709,2	-720,3	-813,1	-725,1
'93	-764,4	-630,8	-640,1	-859,7	-1062,6	-1163,9	-1019,8	-1109,4	-1186,8	-1206,8
'94	-709,9	-423,6	-727,8	-859	-677,1	-793,8	-794,4	-772	-696,2	-682
'95	-797,4	-854,9	-290,2	-704,4	-754,5	-1414,4	-748	-722,8	-1077,2	-685
'96	-758,2	-761,1	-462,7	-491,3	-471,2	-509,5	-970,9	-651,1	-739,4	-1017,5

'97	-169,3	-0,02	-10,8	83,9	209,9	181,4	85,37	244,2	322,5	146,9
'99	-456,8	-166,1	377,8	411,6	12,99	-61,4	-12,15	-243,9	-110,9	-511,7

Çalışmanın sonuçlarına göre;

Türkmenistan ekonomisinde Rekabet Gücü olan sektörlerin GTİP numaraları ve isimleri aşağıda verilmiştir;

1. 13. Lak, sakızlar, reçineler, bitkisel özsu ve ekstreleri.
2. 14. Örülmeye elverişli bitkisel maddeler, bitkisel ürünler.
3. 27. Mineral yakıtlar, yağlar, damıtma ürünleri.
4. 50. İpek üretimi.
5. 51. Yün, hayvan kılı, at kılından iplik ve kumaş ve bunların ürünlerinin üretimi.
6. 52. Pamuk üretimi.
7. 60. Örme veya tığ işi kumaşlar sektörü.
8. 63. Diğer hazır tekstil ürünleri, takımları, yıpranmış giysiler vs üretim sektörü.
9. 97. Sanat Eserleri, Koleksiyon Eşyası Ve Antikalar sektörü.

Türkmenistan ekonomisinde Rekabet Gücü sınırdan olan sektörler;

1. 12. Yağlı tohum, oleagik meyve, tahıl, tohum, meyve vb ürünleri sektörü.
2. 28. Anorganik kimyasallar, kıymetli metal bileşik, izotop ürünler sektörü.
3. 58. Özel dokuma veya püsküllü kumaş, dantel, kanaviçe vs üretim sektörü

Yukarıda rekabet gücü olan ve sınırdan olan sektörlerin dışındaki bütün sektörlerde, Türkmenistan'ın Rekabet Gücünün düşük olduğu değerlendirilmiştir. Özetle Türkmenistan'ın mukayeseli üstünlüğü olan kaynak yoğun sektörlerinde rekabet gücü olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

ADIGÜZEL,	Muhittin. Ekonomik, Kültürel ve Politik Küreselleşme ve Sonuçları, Nobel Kitap, Ankara, Nisan 2011.
ADIGÜZEL,	Muhittin. Küresel Rekabet Gücü ve Türkiye için Sistematik ve Eklektik bir Yaklaşım, Nobel Yayınevi, Ankara (2011a)
ADIGÜZEL,	Muhittin. Uluslararası Rekabet Gücü, Nobel Yayınevi, Ankara (2011b)
ADIGÜZEL,	Muhittin. “Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme”, Akademik Bakış Dergisi, S. 37 (Temmuz-Ağustos 2013), ss. 1-21.
ALTAY,	Asuman ve M. Vedat Pazarlıoğlu. “Uluslar arası Rekabet Gücünde Beşeri Sermaye: Ekonomik Yaklaşım”, Selçuk Ün. Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı 12,Y. 9, Haziran 2007
AKTAN,	Coşkun Can ve İstiklal Yaşar Vural. Rekabet Gücü ve Türkiye, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları, s. 118, 2004b
AKTAN,	Coşkun Can. Gerçek Liberalizm Nedir?, Mart Matbaacılık, İstanbul, 1994
AKTAN,	Coşkun Can. “Global Rekabet Gücü ve İşletmeler”, Mercek Dergisi. Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) Yayınları, Hanlar Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti., Yıl 16, Sayı 61, İstanbul, Ocak 2011

AYGEN,	Hakan, Sanayi İşletmelerinde Araştırma Geliştirme Departmanlarının Yeri ve Önemi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
ARSLAN,	Metin. İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon Ders Notları Harran Üniversitesi, Birecik Meslek Yüksekokulu, 2016.
BAKIMLI,	Esat. “Uluslararası Rekabet Gücü: Ölçümü ve Önemi”, Uluslararası Rekabet Sürecinde Türkiye, (Der: M. Faysal Gökalp-C.Yenal Kesbic), Beyaz Yayınları, İstanbul 2005.
BEDİR,	Atilla. “Uluslararası Rekabet Gücü Kavramsal Çerçevesinde Türkiye İmalat Sanayii Sektörlerinin Rekabet Etme Biçimleri ve Uygun Politika Önerisi”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. 14, Sayı: 1 (2012), ss.171-212.
BUTLER,	Eamonn, Hayek, çev. Yusuf Ziya Çelikkaya, Liberte Yayınları, Ankara, 2001
BULUT,	Erol ve Çağrı Coşkun, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Yerli Yatırımlar Üzerine Etkileri: Türkiye Uygulaması” Niğde Üniversitesi, İktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi, Ekim 2015
BALKANLI,	A. Osman , ”Küresel Ekonominin Belirleyici Faktörleri Üzerine”, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. XXI, S.1, 2002.
ÇAĞLIYAN,	Vural, “Küresel Rekabet Ortamında Tedarik Zincir”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,

	Konya.2002.
ÇETİN,	M. Ş. Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Gelişmekte Olan Ülkelere Olası Etkileri: Türkiye Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2008.
ÇİVİ,	Emin vd. “Uluslar arası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar”, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:4, Y. 4, Sayı:1, ss.1-22.
DOĞAN,	Ö. İ. “Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yayınlanmış Doktora Tezi, 2000
DOĞAN,	Ö. İ. Marangoz. M.,ve M. Topoyan.,“İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s.116, Cilt 5, Sayı:2, 2003.
DURA,	C. “Bilgi Toplumuna Doğru Eğitimde Temel Eğilimler”, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Kayseri 1999, s.s 1-15.
DULUPÇU,	Murat Ali, Küresel Rekabet Gücü Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, Haziran 2001
ERÇAĞ,	Mihriban, Yenilik, Teknoloji VE Araştırma-Geliştirme İlişkileri, Türkiye’de Beyaz Eşya Sektöründe AR-GE ve Teknoloji Edinme Yöntemlerine İlişkin Bir Araştırma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul, 2002.

EREN,	Hasan. Türkçe Sözlük, C.2, TDK. Yay., Ankara 1988.
ERGAS,	Henry, “Does Technology Policy Matter” içinde, Technology And Global İndustry: Companies And Nations İn The World Economy, Guile, B. And Brooks, H. (eds), pp.191-245. Washington, D.C: National Academy Press.1986.
ERCAN,	M. K. “Doğrudan Yabancı Yatırımlar ile Ülkenin Kalkınmışlığı ve Krizler Arasındaki İlişki”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi, Cilt:3, Sayı: 2, 2001
EKİNCİ	A. Çin, Yabancı Sermaye, Türkiye, s. 13. Turhan Kitapevi, Ankara, 2005.
GÖKÇEN,	Bilgehan, “Beşeri Sermayenin İktisadi Gelişmedeki Rolü Ve Önemi: Adana İline İlişkin Bir Uygulama” Yüksek Lisans Tezi, Adana 2006.
GÖKMENOĞLULU,	S. Muharrem, Mustafa, Akal, Remzi Altınışik. “Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler” Rekabet Dergisi Cilt 13, Sayı 4, Ekim 2012
GÜLERYÜZ,	Ömer “Küresel Gelişmeler Işığında Türkiye’de Tekstil Sektörü Ve Geleceği” T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Tezsiz Yüksek Lisans Bitirme Projesi. Isparta, 2011
HARMANCI,	Mehmet, Çokuluslu Şirketler ve Doğrudan Yabancı Sermaye ve Yatırımları Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Araştırma Müdürlüğü, Mart 2004 Ankara.
İLERİ,	Hüseyin ve Afra Horasan, ”Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji Ve Ar-Ge Yönetimlerinin Rekabete Etkileri Üzerine

	Araştırma ve Örnek Bir Uygulama” Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi cilt 13, sayı 1-2, 2010.
KARAARSLAN,	Ahmet ve Güner Tuncer, “Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Temel Devlet Politikaları”, Dumlupınar Üniversitesi SB. Dergisi, S. 26 (Nisan 2010), ss. 23-45.
KOZLU,	M. Cem, Uluslararası Pazarlama, İş Bankası Yayınları, 6. Baskı, 1998.
KUMRAL,	Neşe. “Endüstriyel Yerelleşme: Türkiye NUTS 1 Bölgeleri Örneği”, İktisat İşletme ve Finans Dergisi, C.19, S.215, 2004, s.66-75.
KURTULMUŞ,	Numan, Sanayi Ötesi Dönüşüm. İz Yayıncılık. İstanbul, 1996
KİBRİTÇİOĞLU,	Aykut. “Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım”, Uluslararası (Makro) İktisat-Okumalar, (ed. A. Kibritçioğlu, TDFOB Yayıncılık, Ankara 1996, ss.1-16.
KİBRİTÇİOĞLU,	Aykut. “İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, C. 53, S.1, 1998, ss.207-230.
ORAL,	Muhittin. “Rekabet Gücü Ölçümü ve Strateji Saptanması” içinde Türkiye Sanayiinin Rekabet Gücü ve Stratejisi, TMMOB, Sanayi Kongresi Bildiriler Kitabı I. Cilt, Makine Mühendisleri Odası, Ankara 1993
ÖZEL,	Mustafa, Piyasa Düşmanı Kapitalizm, İstanbul: İz Yayıncılık, 1993.
ÖZKAN,	Fatma, “Küreselleşme Sürecinde Teknolojik Yönetimi ve Rekabet Yönetimi ve Rekabet Ortamında Jantsa Örneği” Yüksek Lisans Tezi 2016

ORHAN,	O. Z. “Gümrük Birliği Sürecinde Türk Otomotiv Sanayi’nin ve Otomotiv Yan Sanayinin Rekabet Gücü”, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 1997-54, İstanbul. 1997
PORTER,	M.E. “The Competitive Advantage of Nations”, Harvard Business Review, April, 1990.
ROMER,	P. M. Endogenous Technological Change. Journal of Political Economy, 1990.
SUNGUR,	Onur ve KESKİN, Hidayet. “Coğrafi Yakınlık Hala Önemli mi? Yerel İnovasyon Modellerinden Çok-Yerelli Bilgi Dinamiklerine Dönüşüm”, Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, C. 1, Sayı: 2, 2009, s. 107-131.
TOFFLER,	Alvin, Future Shock, Pan Books, London, 1972
YENTÜRK,	Nurhan. “Teknoloji Yoğun Mallar Açısından Türk Sanayinin Rekabet Gücü, Gelişme Stratejileri ve Politika Önerileri”, Makine Mühendisleri Odası Dergisi, http://www.arsiv.mmo.org.tr/pdf/10685.pdf (erişim tarihi 18.09.2015).
YILDIRIM,	Erhan vdğr. İktisadın İlkeleri, Ankara: Alkım Yayınları, 1996
Türkiye Ekonomi Kurumu	Türkiye Ekonomi Kurumu (2003): Büyüme Stratejileri, s.18, Tartışma Metni 2003/5 http://www.tek.org.tr ,

