

Avrupa Birliği Üyeliğinin Türkiye'nin Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri ve Sağlayacağı Faydalar

Hakkı ÇİFTÇİ¹

ÖZET

Global dünyanın bir parçası olan ve yeni dünya düzenin gerçekleriyle yüz yüze gelen "Ulusal bağımsızlık" ve "ulusal egemenlik" temeline dayalı bir Türkiye tasarısının gelecek öngörüsü, ulusal bilgi, bilinç, strateji ve politikanın üretilmesi, vizyon, strateji, gayret ve yaratıcılığın asli unsur olduğu, teknoloji devriminin yeni boyutlarının yaşama hız esneklik ve kolaylık getirdiği, etik anlayışının ve hukuk yapısının daha sağlam olduğu bir anlayışa bürünmüş olmasından geçmektedir (Işık, 1997). Bu boyut, Türkiye'nin kimlikli, benlikli ve eşit koşullu evrensel bir buluşmasının temel koşuludur". Dinamik bir süreçten geçen bir toplumun bireyi olarak bu yeni düzende, özgeçmişini önceden yazabilen, kendi geleceğini planlayıp gerçekleştirebilen, iş aleminin ortak dilini kullanabilen, bilgi teknolojisine hakim, ortak uygarlığın genel kültürüne vakıf olduğu kadar bunun yerel özelliklerinin de farkını kavrayan "global bireye ve ülkeye" büyük imkanlar tanınmaktadır (Porter, 1998). Bununla birlikte, İktisadi gelişmede rekabet ve ulusal rekabet gücünün hala açıklanamamış önemi bulunmaktadır. Dolayısıyla, bu ülkelerin hem ileri teknolojilere yönelik adımlar atarak sanayilerini yeniden yapılandırılmaları, hem de her düzeydeki rekabet üstünlüğünü sağlamaya yönelik rekabet stratejilerini iyi düzenlemeleri gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekabet, Rekabet ve Rekabet Avantajı

ABSTRACT

The future reflection of a concept of Turkey based on "National Independence" and "National Sovereignty", a part of the global world, and facing the facts of the new world order strictly depends on its being equipped with an understanding in which national knowledge, awareness, strategy, and policies are produced, vision, strategy, effort, and creativity are the primary components, the new dimensions of the technological revolution provide life with speed, mobility, and easiness, and the concept of ethics and legal structures are stronger. This dimension is the primary condition of a global integration of Turkey based on identity, personality and equal conditions. Infinite opportunities are provided for "a global individual or a global country" being able to determine, as the individual of a society undergoing a dynamic period, his background beforehand, planning his future on his own and experiencing it, using the common language of business, mastering information technology, and conceiving the local characteristics of the common civilization as well as understanding its culture in general. Therefore, competition and dynamics of national Competitive Advantage are of critical, but unexplained importance on economic development. Therefore, such countries need to restructure their industries by making new investment on advanced technologies as well as to devise effective competitive strategies for having competitive advantageous.

Keywords: Competitiveness, Competition and Competitive Advantage

¹ Yard. Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ADANA
E-mail: hciftci@cu.edu.tr

1. Giriş

1950 yıllarından 1970 yılına kadar daha önce benzeri görülmemiş bir büyüme yaşayan dünya (Yentürk, 1993) ve 1980 sonrası dışa açılma çabalarını hızlandıran Türkiye, Avrupa Birliği gibi güçlü bir bölgesel ekonomik ve siyasi entegrasyonla sıkı ilişkiler kurmaya çalışmaktadır (Dolar ve Wolf, 1995). Dünya piyasalarından ve büyümesinden yeterli payı alabilmesi ve ulusuna refah ve yaşam standartlarını sağlaması açısından Türkiye'nin rekabet gücünü arttırması gerekmektedir (Aktan, 2004). Tüm bu gelişmelerin çok uzağında olmayan kendisi de son derece dinamik olan bir yapının yine son derece dinamik olan çevrenin içindeki konumunu anlama çabası içerisinde bulunan (Davutoğlu, 2003) Türkiye, yeni siyasal atmosferin yansımalarıyla, coğrafi konumunun yönlendirdiği bir zeminde merkezi nitelik kazanarak, çok daha aktif ve dinamik reflekslerle beslenmesi gereken bir boyutu temsil etmektedir.

Avrupa deneyimi değerler, yapılar, ilkeler ve politikalar aracılığıyla uyum içinde işleyen daha önce düşman olan uluslar arasında giderek daha yakınlaşan, birleşen ve etkileşen birliğin temelini atma bakımından, tarihte görülmediği kadar yakınlaşması açısından, kısa sürede bu kadar çok ortak politikaları uygulamaya geçirmeleri yönünden, birbirinden çok farklı ekonomik yönleri, yaşam tarzlarını uyumlaştırmaları açısından günümüz dünyasının dikkatini çekebilen hızla değişen ve ilerleyen dinamik bir süreçtir (Nicholas, 2004).

Bu yeni dünya düzeninde geleceğini AB içinde görmeye çalışan 41 yıldır süregelen Türkiye AB ilişkilerinde artık kritik bir eşiğe gelinmiş, bölgesinde güçlü, değişen dünya konjonktüründe önemli, demokratik piyasa ekonomisine geçmiş, genç ve dinamik bir nüfusa sahip ekonomiden güvenliğe, sosyal konulardan kültürel alana kadar bir çok politikasını ve altyapısını tamamlayıcı niteliğe haiz Türkiye, uluslar arası arenada da etkinliğini arttırmış AB üyeliği hedefiyle siyasi, ekonomik ve sosyal alanları kapsayan değişiklikler sonucu ülkemiz AB kriterlerini karşılamada önemli mesafe kat etmiştir (Uşal, 2005). Başlangıcından itibaren tam üyelik hedefi doğrultusunda şekillenmiş olan Türkiye AB ilişkileri, 17 Aralık 2004 AB konseyi kararı ile son etaba girmiştir. 25 AB üyesi ülkenin devlet ve hükümet başkanları Türkiye ile katılım müzakerelerini 3 Ekim 2005 tarihinde başlatma kararı alarak net bir irade beyanında bulunmuştur (Çiftçi, 2004).

Bu süreçte Türkiye'nin üstesinden gelmesi gereken pek çok zorluk ve yerine getirilmesi gereken öncelikli hedefler vardır. Bu öncelikli hedeflerden birisi de yaşamakta olunan süreçteki dönüşümle ilgili bilgilendirmeyi kamuoyuna doğru ve tarafsız olarak AB üyeliği ile Türkiye'yi ve ulusunu neler beklediğini, ülkemizin neyi hedeflediğini, nereye ve nasıl ve neden ulaşmak istediğini açık bir şekilde ortaya koymak gerekmektedir (Fontaine, 2004). Bu bilgilendirmeyle birlikte açıklık, şeffaflık, katılımcılık, hukukun

üstünlüğü, uygun yatırım ve rekabet gücünü arttırıcı yönetişime uygun yapılanmaları misyonuyla özdeşleştirerek yaparak öğrenmenin asli unsurları olan paydaşları öğrenen rekabet, öğrenen yatırım, öğrenen şehir gibi sürdürülebilirliğin ortak paydasında toplamak gerekmektedir. Türkiye, belirtilen amaçlar kapsamında da bir yol ayrımındadır. Ekonomisini ya güçlü bir şekilde atağa kaldıracak, ya da çok uzun sürecek sosyal problemlerle boğuşacaktır. Dolayısıyla, her alanda yeniden yapılanmayı ciddi bir sorun olarak her kesimin algılamış olması gerekmektedir. AB üyeliği elbette ciddi bir avantajdır. Ancak bu yolun uzun bir yol olması olasılığı göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle AB beklentisinin ötesinde bir zorunluluk olarak değerlendirilmesi gerekir (Aydın, 2002).

Bu zorunluluk bağlamında, Türkiye'nin rekabet gücünü arttırıcı, anahtar bireyleri, anahtar grupları ve çekirdek grupları bu hedefe hazır hale getirmek kaçınılmaz ve değişimin gereği olmazsa olmazlardandır. Çünkü değişim bu yeniliklere açık olmayı gerektirmektedir. Değişim değişmemeyi ve statükocu tek düze anlayışı bertaraf eden doğmalaşmayan bir kavramdır. Değişimin özüne uygun yapılanmaları mikro ve makro bütün düzeyde lafzına uygunlaştırmak esas teşkil etmektedir. Bu esas, rekabet gücünün arttırılmasında farklılığı, odaklaşmayı, özgünlüğü, toplam maliyet liderliğiyle maliyetlerde rekabet etmeyi, yeni ürünler eklemeyi, hizmette rekabet etmeyi, pazarlama etkinliğini arttırmayı kapsamaktadır (Porter, 2000).

Çalışma Kapsamında Değerlendirilecek Rekabet Gücü Çalışmaları; Bu kapsamda değerlendirilen çalışma ilgili literatür taramalarından yola çıkarak rekabet gücü yüksek ürünlerin, zayıf, fırsat ve düşük ürünlerin tespiti özetle SWOT versiyonu bir çalışma çeşitli alanlara yayılarak ortaya konulacaktır. Bu doğrultuda son dönemde AB'nin önem verdiği öğrenen şehir modeli ve sürdürülebilir kalkınma anlayışı bu çalışmayı destekleyici bir unsur olarak değerlendirilerek Türkiye'ye nasıl uyarlanabileceği hakkında tespit ve önerilerde bulunulacaktır. Bu çalışma, yukarıdaki tematik öğeler irdelenecektir. Bu tematik öğeleri ortaya koyarken bugüne kadar yapılan çalışmalar ve teorik çerçeve referans çerçevesi olarak sunulacaktır. Çalışmanın bu referans çerçevesinin kısıtında teorik olarak Klasik, Neoklasik, Fonksiyonel, K.Marx, Avusturya İktisat okulları ile Mikro ve Makro çerçevde rekabet anlayışı çerçevesinde Ulusal ve Uluslar arası rekabette öne çıkan öğeler bulunacaktır. Öte yandan bugüne kadar yapılan çalışmalar kısıtında, Aktan-Baysan(1984), İKV(1985), DPT(1988), Güran(1990), TUSİAD(1991), TİSK(1995), İSO(1995), Öz(1999), Kotan(2002), Yılmaz(2003) ve Çiftçi ve TİSK(2004) Endüstriyel rekabet gücü çalışmaları dikkate alınmıştır. Özetle bu çalışmada 1980 dışa açılmayla birlikte 2005 yılına kadar olan evrede, Türkiye'de rekabetin değişen doğası ortaya konulmaya çalışılmış ve AB ile uyum derecesi tespit edilmiştir. Çalışmada, çok uluslu bütünleşme teorisi, Avrupa bütünleşmesi, antlaşmaları, hukuku, maliyesi ve kurumlarının işleyişi ve yapısı, AB ve Türkiye'nin bazı sosyo ekonomik göstergeleri, Türkiye'nin Avrupa Birliği tam üyeliğinin birliğe sağlayacağı faydalar ve AB üyeliğinin Türkiye'ye sağlayacağı faydalar, Öğrenen Şehirler ve sürdürülebilir kalkınma açısından rekabet gücündeki gelişmeler kapsamlı konular olarak işlenecektir. Bu kapsamlı çalışma yukarıdaki rekabet gücü çalışmalarından bu çalışmayı farklı kılmaktadır.

Bu zorunluluk ve gelişmeler doğrultusunda, Türkiye'nin rekabet gücü ile ilgili literatür taramalarından yola çıkarak rekabet gücü yüksek ürünlerin, zayıf, fırsat ve düşük ürünlerin tespiti özetle SWOT versiyonu bir çalışma çeşitli alanlara yayılarak ortaya konulacaktır. Bu çalışma, yukarıdaki tematik öğeler irdelenecektir. Bu tematik öğeleri ortaya koyarken bugüne kadar yapılan yurtiçi ve yurtdışındaki çalışmalar ve teorik çerçeve referans çerçevesi olarak sunulacaktır. Çalışmanın bu referans çerçevesinin kısıtında teorik olarak Klasik, Neoklasik, Fonksiyonel, K.Marx, Avusturya İktisat okulları ile Mikro ve Makro çerçevende rekabet anlayışı çerçevesinde Ulusal ve Uluslar arası rekabette öne çıkan öğeler bulunacaktır. Öte yandan yurtiçinde bugüne kadar yapılan çalışmalar kısıtında, Aktan-Baysan(1984), İKV(1985), DPT(1988), Güran(1990), TUSİAD(1991), TİSK(1995), İSO(1995), Öz(1999), Kotan(2002), Yılmaz(2003) ve Çiftçi ve TİSK(2004) Endüstriyel rekabet gücü çalışmaları dikkate alınmıştır. Özetle bu çalışmada 1980 dışa açılmayla birlikte 2005 yılına kadar olan evrede, Türkiye'de rekabetin değişen doğası ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yurtdışı çalışmalar kısıtında Chaganti(1987), Porter(1990), Pilling(1991), Golden ve Dollinger(1993), Ferguson(1994), Badrinath(1994), Kinni(1994), Hosley,Lau, Levy ve Tan(1994), Moini(1995), Monkhouse(1995),Lim,Sharkey ve Kim(1996), Zairi(1996), Baghci(1996)Walley ve Thwaites(1996), HooleyCox, Shipley,Faly, Beracs ve Kolos(1996), Flynn ve Flynn(1996), Bloodgood, Sapienzave Almeida(1996), Thompson ve Coe(1997), Jemmesson(1997), Mourdoukotas ve Papadimitriou(1998), Hsieh ve Lin (1998), Chaharbaghi ve Lynch(1999), Ma(1999), Bilgin(1999), Beal ve Lockamy(1999)Taylor(2000), Oliver(2000), Ma(2000), Johnsonve Busbin(2000), Beal(2000), Özgener(2000), Rutihinida(2000), Kotorov(2001), Erginel(2001), Barney(2001), Wong,Maher, Wang ve Long(2001), Jasimuddin(2001), Taylor(2001), Kuratko,Goodale ve Hornsby(2001), Tena,Llusar ve Puig(2001), Schetter(2002), Ma(2002), O'Donnell, Glimore,Carson ve Cummins(2002), Waiker,Walker ve Wallace(2002) çalışmaları irdelenecek dünya ile uyum derecesi tespit edilecektir. Çalışmada ayrıca öğrenen şehirler ve sürdürülebilir kalkınma açısından rekabet gücündeki gelişme konularına da yer verilecektir. Bu kapsamlı çalışma yukarıdaki rekabet gücü çalışmalarından bu çalışmayı farklı kılmaktadır.

2. Rekabet ve Rekabet Gücü

Uluslar arası serbest dış ticarete kazanan yada kaybeden olmadığını, uzmanlaşma ile bütün ulusların dış ticarete karlı olacağını söyleyen neoklasik ekonomistler, ülkelerin fiziki ve insan kaynaklarına dayandıran karşılaştırmalı üstünlükler teorisyenleri rekabet gücü göstergeleri olarak, verimlilik ve büyümeyi destekleyen unsurları olduğunu söyleyenler, maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma stratejileri belirleyerek rekabetçi konumu ortaya koymuş Porter gibi çeşitli görüşler mevcuttur (Porter, 1998). M.E.Porter rekabet gücü kavramı yerine rekabet avantajı veya üstünlüğü kavramını kullanmıştır (Türkan, 2001). Bu bağlamda rekabet terimi oldukça sık kullanılan ancak tanımı üzerinde tam bir anlaşmanın olmadığı; değişik ortamlarda farklı anlamların (ülke, bölge, blok,ürün, süreç ve şirket bazında) yüklendiği bir terimdir (Francis ve Tharakan, 1989). şirket bazında rekabet denildiğinde; maliyetleri düşürücü, teknoloji yeteneğini geliştirici, kalite, esneklik, inovasyon, termine uyma ve müşteri odaklı yapılanmada, rakipleri karşısında sürdürülebilir alternatiflikle tercih sözkonusudur.

Ürün ve süreç bazında, alınan karar ve uygulanan politikalar rekabeti tanımlar. Yapısal bazlı rekabette ise, firma dışında alınan karar ve uygulama sonucu belirlenmektedir (Hatsopoulos vd., 1988).

2.1. Rekabet Gücü (competitiveness) Kavramı

Rekabet kavramının stratejik analiz içerisinde değerlendirilebilmesi için tanımlanması gereken önemli bir kavramda rekabet gücü kavramıdır. Rekabet evrensel kurallara bağlı bir ilişkiler sistemi olarak sosyal hayatta kimin iyi olduğunun belirlenmesidir (Taşkın ve Adalı, 2004). Rekabet ortamında yaşıyan ve varlığını sürdüren her firmanın belli bir rekabet gücüne sahip olduğu söylenebilir. Aslında rekabet gücü kavramı bir firmanın rekabet ortamında karşılaştığı rekabet baskısına dayanabilmesi şeklinde pasif veya bir firmanın rekabet baskısı oluşturabilecek aktif bir güç olarak da düşünülebilir. Rekabet gücü mutlak değil nisbi olarak tanımlandığında, nispi olarak benzer bir güce sahip olmak, yüksek bir güce sahip olmak veya düşük bir güce sahip olmak şeklinde tanımlanabilir. Fiili ve potansiyel rakiplerin olmadığı bir ortamda rekabet gücü kavramı da anlamını yitirecektir. Öte yandan rekabet gücünün nasıl elde edileceği ve kullanılacağı nisbiliğin iki boyutunu sunmaktadır. Stratejik yaklaşım açısından rekabet gücü kavramının önemi, stratejik performans(müşteri memnuniyet derecesi ile ölçülen kalite performansı, birim maliyet ile ölçülen kaynak kullanım verimliliği) göstergesi olmasıdır (Türkan, 2001). Literatürde; firma, endüstri ve ulusal düzeyde olmak üzere üç farklı düzeyde ele alınmakta ve tanımlanmaya çalışılmaktadır.

Firma düzeyinde rekabet gücü, herhangi bir firmanın ulusal ya da global piyasalarda rakiplerine kıyasla düşük maliyette üretimde bulunabilme (Harrison ve Kennedy, 1997) (fiyat ve maliyet rekabet gücü), ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliği (kalite rekabet gücü) gibi unsurlar açısından rakiplerine denk veya daha üstün bir durumda olma, ayrıca yenilik ve icat yapabilme yeteneğidir (Cockburn, 1998).

Endüstriyel rekabet gücü, bir endüstrinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyine ulaşması ve bu düzeyi sürdürme yeteneği ya da rakiplerine kıyasla eşit ya da daha düşük maliyette ürün üretme veya satma yeteneğidir (Markusen, 1995). Başka bir ifadeyle, endüstri düzeyinde rekabet gücü, bir sanayiın rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyinde uluslararası piyasanın gereklerine uygun mal ve hizmet üretebilme ve daha düşük maliyetlerle uluslararası piyasaların standart ve taleplerine uygun mal ve hizmetleri üretebilmesini sağlayan icat ve yenilikleri gerçekleştirme yeteneğidir.

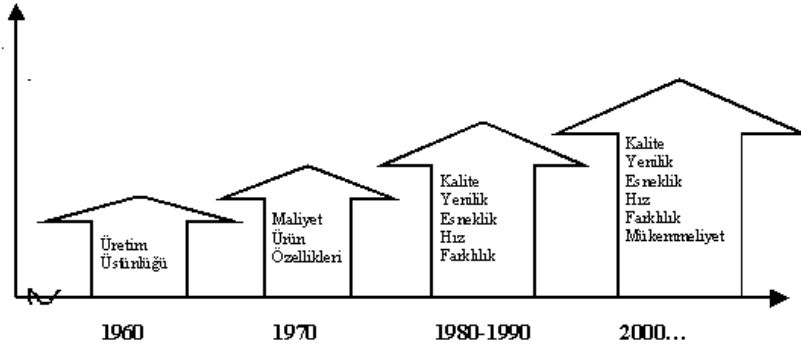
Ulusal (uluslararası) düzeyde rekabet gücü ise “bir ülkenin, serbest ve adil piyasa koşulları altında, bir yandan uzun vadede halkının reel gelirini artırırken; öte yandan, uluslararası piyasaların koşullarına ve standartlarına uygun mal ve hizmetleri üretebilme yeteneğidir”. Uluslararası rekabet gücünün artırılması, üstün bir verimlilik performansına ve yüksek reel ücretlere sahip olan iktisadi faaliyetlere ülke kaynaklarının yönlendirilmesi yeteneğine bağlıdır. Rekabet gücü, sadece dışarıya mal satma ve dış ticaret dengesini sağlama yeteneği değildir; bunun yanı sıra bir ülkenin

gelir ve istihdam düzeyini artırabilme (Fagerberg, 1995) ve yaşam kalitesinde kabul edilebilir ve sürekli artışlar sağlayabilme ve uluslararası pazarlardaki payını artırabilme yeteneğidir (Aktan, 2003). Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute for Management Development:IMD)'ne göre ise "rekabet gücü, bir ülkenin katma değerde sürekli artış yaratabilecek bir çevre oluşturabilme yeteneğidir" (Velloso ve Des, 1990).

Buraya kadar yapılan açıklamalardan anlaşıldığı üzere rekabet gücü tek bir boyuttan öteye çok boyutlu bir kavramdır.

2.2. Rekabet Gücünün Değişen Doğası ve Tarihi

Maliyetleri düşük ve diğer rakiplerinden aynı kaynakla daha fazla üretimi esas alan Adam Smith'in 1789 yılında mutlak üstünlükler teorisi, 1817'de ülkelerin bir malı diğerlerinden daha ucuza üretmesi ve bu üretimde diğer ülkelerde üretilen ürünler ihtiyaç olduğu şeklinde karşılıklı bağ ve bağımlılığı esas alan Ricardo'nun Karşılaştırılmal Üstünlükler Teorisi, Verimlilikte artış ve ortalama maliyetlerde düşüşü sağlayan 1920'li yıllarda ortaya atılan Ölçek Ekonomileri anlayışı ile rekabet gücü eldesi, Heckscher-Ohlin'in 1933'teki her ülkenin zengin olduğu üretim faktörleriyle mutlak üstünlük kurduğu Faktör Donatım Teorisi (Ünlücan, 2004), son 40 yılın seyri; 1960'larda Verimliliği arttırmak ve daha fazla üretmek şeklinde üretim üstünlüğü, 1970'lerde arzın talebi aşması sonucu uluslar arası pazarlara açılma ile maliyet ve fiyat faktörlerinin önem kazanması, 1980'lerde Ürün kalitesi belirleyici faktör haline gelmiş, fiyat, kalite yenilik, esneklik, hız ve farklılık gibi gerek müşteri beğenisine dönük tasarım gerekse de uygunluk kalitesi, 1980'lerde hızlanan küreselleşmeyle doğan yerel rekabetin küresel rekabete dönüşümü söz konusu olmuştur.



Çizim 1.1 :Rekabette Son 40 Yılda Yaşanan Değişim

Bununla birlikte 1990'ların ölçütünde pazara daha hızlı giriş ve esneklik ile ürün çeşitliliğiyle gelen ürün farklılaştırılması, özgün ve müşteri odaklı ürünler üretmek için

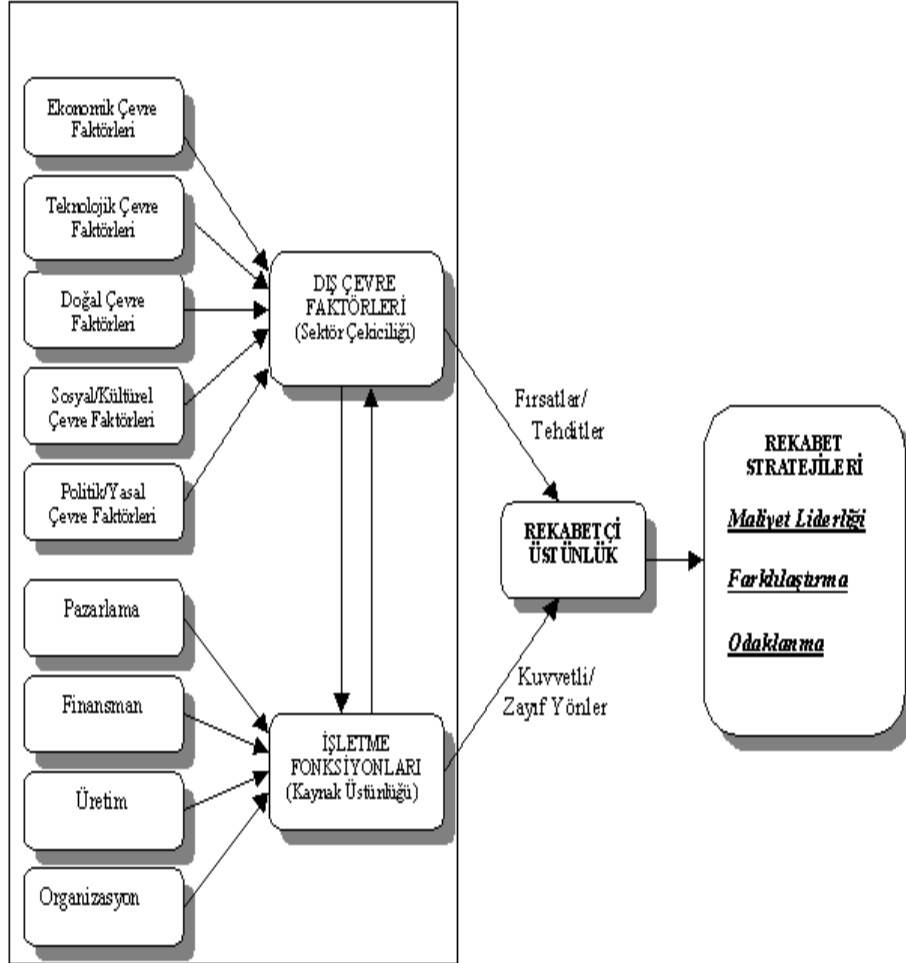
innovation'ı ön planda tutan anlayış önem kazanmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde ise, kalite, yenilik, esneklik, hız, farklılık ve mükemmeliyetin yanı sıra ülkelerin rekabet gücüne dönük altyapı, bürokrasi, nitelikli insan kaynağı, istikrar gibi uygun rekabet iklimlerini sağlayacak unsurlara daha bir öncelik verildiği görölmektedir.

Porter'ın rekabet avantajı faktörlerinde ise, potansiyel rakipler, endüstriyel rakipler, tedarikçiler, alıcılar ve ikame ürünler ve bunların pazarlık güçleri ve tehditleri gibi unsurlara destek olan ülkenin faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler ve işletme stratejilerinin, yapısının ve rakiplerinin analizinden oluşan beş güç modeli rekabet gücünü arttırmaktadır (Ünlücan, 2004).

Öte yandan rekabet stratejisi olarak, maliyet liderliği, farklılaştırma stratejisi(ürün, pazarlama, servis ve kalite farklılaşması) ve pazara odaklanma şeklinde odak stratejisi şeklinde rekabet stratejisi belirlenmiştir. Porter'in diğer rekabet faktörleri ise, makroekonomik koşullar, devlet politikaları, işçi ücretlerinin, yeni yönetim uygulamalarının, tedarikçilere yaklaşımın, ve diğer üreticilerle işbirliği, en iyi teknolojiyi elde etme, en iyi uygulamalara yakınlık şeklinde operasyonel etkinlik, kalite uygulamaları, zaman odaklı rekabet, yalın üretim, kıyaslama, yeniden düzenleme ve öğrenen işletme önem arz etmektedir. Bunların yanı sıra; Anında tepki rekabet avantajı, zaman odaklı rekabet avantajı, kinetik ve pozisyona bağlı rekabet avantajı, kaynak bağımlı rekabet avantajı, homojen ve heterojen rekabet avantajı, tasarruf-odaklı, uzman-odaklı, giriş odaklı rekabet, somut rekabet gücü, ayırt edilebilir rekabet gücü gibi diğer rekabet güçleri de rekabette ön planda yer almaktadır (Ünlücan, 2004).

2.3. Genel Rekabet Stratejileri ve Gereklilikleri

Farklı organizasyonel ayarlamaları, kontrol prosüdülerini ve yenilikçi sitemleri de gerektirmektedir. Başarıya ulaşmak için, genellikle birincil hedef olarak, stratejilerden birine sürekli bağlılık gerekmektedir. Genel stratejiler farklı liderlik tarzları da gerektirebilirler ve çok farklı kurumsal kültürlere ve ortamlara aktarılabilirler.



Çizim 1.2 : Rekabet Stratejileri Oluşum Süreci

Kaynak: (Çerit vd. 1997:178)

Porter'a göre ise ülkelerin rekabet gücünü hesaplamak yerine firmaların rekabet gücünü hesaplamanın daha tutarlı olacağı, uluslar arası firmaların belirleyici olduğu faktör koşulları, talep koşulları, destek koşulları, rekabet koşulları, rekabet gücünü etkileyen yöneliŐlerin yeniliği sağlayıcı özellikte olduğu vurgulanmaktadır. Bu çerçevede kaliteli insan gücüne dayanan bilgi yoğun sanayiler ve ileri üretim yöntemleri hızlı gelişmenin belirleyicisi olmuştur.

Rekabet stratejileri, bir sektörde savunulabilir bir konum elde etmek ve firmanın büyük bir yatırım getirisi elde etmesi için saldırgan veya savunmacı eylemlerde bulunması olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda belirli bir firma için en iyi strateji, onun özgül koşullarını oluşturan, tamamen benzersiz bir yapıdır. Bununla birlikte en genel düzeyde, uzun vadede savunulabilir bir konum oluşturmak ve bir sektördeki rakipleri devre dışı bırakmak için genel stratejilerin gereklilikleri aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo:1. Genel Rekabet Stratejileri

Genel Strateji	Genel Gerekli Beceri ve Kaynaklar	Genel Organizasyonel Gereklilikler
<ul style="list-style-type: none"> • Toplam Maliyet Liderliği 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Sürekli sermaye yatırımı ve sermayeye erişim ➢ İşlem Mühendisliği becerileri ➢ İşgücünün yoğun olarak gözlenmesi ➢ Üretim kolaylığı için tasarlanmış ürünler ➢ Düşük maliyetli dağıtım Sistemi 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Sıkı maliyet kontrolü ➢ Sıkı ayrıntılı kontrol raporları ➢ Yapılandırılmış organizasyon ve sorumluluklar ➢ Kesin sayısal hedeflere ulaşılmaya bağlı teşvikler
<ul style="list-style-type: none"> • Farklılaştırma 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Güçlü pazarlama becerileri ➢ Ürün Mühendisliği ➢ Yaratıcı yetenek ➢ Güçlü temel araştırma yetenekleri ➢ Kalite veya teknolojik liderlikte kazanılmış kurumsal ün ➢ Sektörde uzun bir geçmiş veya diğer işlerden elde edilmiş benzersiz beceriler kombinasyonu ➢ Kanallarla güçlü işbirliği 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ AR&GE, ürün geliştirme ve pazarlama fonksiyonları arasında güçlü koordinasyon ➢ Sayısal ölçüler yerine öznel ölçüler ve teşvikler ➢ Üstün nitelikli işçiler, bilim adamlarını veya yaratıcı kişileri çekecek rahat ve hoş bir ortam
<ul style="list-style-type: none"> • Odaklanma 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Yukarıdaki politikaların belirli bir hedefe yöneltilmiş kombinasyonu 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Yukarıdaki politikaların belirli bir stratejik hedefe yöneltilmiş kombinasyonu

Kaynak: Porter, Michael, E. (2000), "Rekabet Stratejisi", Sistem Yayıncılık, No:206, İstanbul, Çev. Ulubilgen Gülen, s.50

Bir sektörde rekabet stratejisinin oluşturulması, hangi stratejik grupta rekabet edebileceğinin seçimi olarak görülebilir. Bu seçim ya kar potansiyelinden ya da firmanın gruba girme maliyetinden ödün vermeyi gerektirecek şekilde mevcut bir grubu seçmeyi ya da tamamen yeni bir grup oluşturmayı gerektirebilir.

Stratejinin oluşturulabilmesi için en genel rehberlik, bir firmanın güçlü ve zayıf yanlarının, özellikle de onu diğerlerinden ayıran yeteneklerinin bulunduğu, çevrenin fırsatları ve riskleri ile uyumlandırılması ile gerçekleştirilir. Güçlü ve zayıf yanlarının incelenmesi ilgili çerçeve, temel olarak yapısal ve uygulamaya dönük olmak üzere iki tipe ayrılmaktadır. Yapısal güçlü ve zayıf yanlar, sektör yapısının altında yatan, hareketlilik engelleri, göreceli pazarlık gücünün belirleyicileri ve buna benzer özelliklere dayanır. Aslında bunlar göreceli olarak istikrarlı ve üstesinden gelinmesi zor özelliklerdir. Uygulamada güçlü ve zayıf yanlar, bir firmanın stratejilerini uygulama becerisine bağlı olarak, kişilere ve yönetsel becerilere dayanır. Bir firmanın güçlü ve zayıf yanları, fırsat ve tehditleri ile ilgili olarak aşağdaki sıralama esas olarak alınmaktadır.

SWOT analizi bir organizasyonun iç güçlü yönlerini ve zayıflıklarını, dış fırsatlar ve tehditlerle eşleştiren bir stratejik planlama aracıdır. SWOT analizi ile yöneticiler; güçlü yönleri, zayıflıkları, fırsatları ve tehditleri dikkatlice incelediklerinde organizasyonel başarıyı sağlayacak olan yararlı stratejiler geliştirebilirler. SWOT analizinde incelenecek olan iç güçlü yönler ve zayıflıklar ile dış fırsatlar ve tehditler bir matrise yerleştirilmektedir. Analizde kavramsal olarak dört farklı alternatif strateji, taktik ve eylem önerilmektedir. Bu alternatif stratejiler ise (Usta Y. ve Öztayşı B., <http://www.danismend.com/konular/stratejiyon/STRATEJIK%20YAKLASIM.htm>).

- WT Stratejisi (mini-mini): WT stratejisinin amacı zayıflıkları ve tehditleri minimize etmektir. Bu amaçla zayıflıklar ve tehditler göz önünde bulundurularak bunların üstesinden gelebilecek stratejiler oluşturulur.
- WO Stratejisi (mini-maxi): WO stratejisi zayıflıkları minimize edip fırsatları maksimize etmeyi hedefler. Dış fırsatlardan yararlanarak mevcut zayıflıkları ortadan kaldıracak yeni stratejiler oluşturulur.
- ST Stratejisi (maxi-mini): Bu strateji organizasyonun dış çevredeki tehditlerle başa çıkacak olan güçlü yönler üzerine kurulmuştur. Amaç güçlü yönlerden maksimum oranda yararlanırken dış tehditleri minimize etmektir.
- SO Stratejisi (maxi-maxi): Hem güçlü yönleri hem de fırsatları maksimize etmeyi hedefleyen stratejidir. Bu amaçla organizasyonun mevcut güçlü yönleri kullanarak tüm dış fırsatlardan yararlanmayı sağlayacak stratejiler geliştirilir.

Aşağdaki SWOT matrisinde Firmanın rekabet stratejileri ile ilgili; WT– zayıflıklar ve tehditler göz önünde bulundurularak bunların üstesinden gelebilecek stratejiler, WO– dış fırsatlardan yararlanarak mevcut zayıflıkları ortadan kaldıracak yeni stratejiler, ST– güçlü yönlerden maksimum oranda yararlanırken dış tehditleri minimize etme stratejileri ve SO– organizasyonun mevcut güçlü yönleri kullanarak tüm dış fırsatlardan yararlanmayı sağlayacak stratejilerin özeti bulunmaktadır.

Tablo:2. Bir Firmannın Rekabet Stratejisinin SWOT'u

<p>SWOT MATRİSİ (TOWS)</p>	<p>GÜCLÜ YÖNLER S(STRENGTHS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratejik grubunu koruyarak, hareketlilik engelleri yaratan faktörler ▪ Grubunun alıcılar ve tedarikçiler karşısında pazarlık gücünü geliştiren faktörler ▪ Grubunu diğer gruplardan gelecek rekabete karşı izole eden faktörler ▪ Stratejik grubuna göre daha büyük bir ölçek ▪ Diğer firmalara göre, stratejik grubuna daha düşük giriş maliyeti sağlayan faktörler ▪ Rakiplerinininkine göre stratejisi karşısında güçlü uygulama becerileri ▪ Firmaların hareketlilik engellerinin üstesinden gelmesine ve daha da arzulan stratejik gruplara girmesine imkan sağlayan kaynaklar ve beceriler 	<p>ZAYIF YÖNLER-W(WEAKNESSES)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratejik grubunu koruyarak, hareketlilik engelleri azaltan faktörler ▪ Grubunun alıcılar ve tedarikçiler karşısında pazarlık gücünü kötüleştiren faktörler ▪ Grubunu diğer gruplardan gelecek rekabete karşı açık hale getiren faktörler ▪ Stratejik grubuna göre daha küçük bir ölçek ▪ Diğer firmalara göre, stratejik grubuna daha yüksek giriş maliyeti sağlayan faktörler ▪ Rakiplerinininkine göre kendi stratejisi karşısında daha az zayıf uygulama becerileri ▪ Firmaların hareketlilik engellerinin üstesinden gelmesine ve daha da arzulan stratejik gruplara girmesine imkan sağlayacak kaynaklar ve becerilerin olmaması
<p>FIRSATLAR-O(OPPORTUTIES)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Yeni bir stratejik grubun oluşturulması ▪ Daha uygun bir şekilde yerleşmiş bir stratejik gruba geçilmesi ▪ Mevcut grubun veya firmanın o grup içindeki yapısal konumunun güçlendirilmesi ▪ Yeni bir gruba geçilmesi ve grubun yapısal konumunun güçlendirilmesi 	<p>SO STRATEJİLERİ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratejik grubunu koruyarak, hareketlilik engelleri yaratan faktörler ▪ Grubunun alıcılar ve tedarikçiler karşısında pazarlık gücünü geliştiren faktörler ▪ Grubunu diğer gruplardan gelecek rekabete karşı izole eden faktörler ▪ Stratejik grubuna göre daha büyük bir ölçek ▪ Diğer firmalara göre, stratejik grubuna daha düşük giriş maliyeti sağlayan faktörler ▪ Rakiplerinininkine göre stratejisi karşısında güçlü uygulama becerileri ▪ Firmaların hareketlilik engellerinin üstesinden 	<p>WO STRATEJİLERİ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratejik grubunu koruyarak, hareketlilik engelleri azaltan faktörler ▪ Grubunun alıcılar ve tedarikçiler karşısında pazarlık gücünü kötüleştiren faktörler ▪ Grubunu diğer gruplardan gelecek rekabete karşı açık hale getiren faktörler ▪ Stratejik grubuna göre daha küçük bir ölçek ▪ Diğer firmalara göre, stratejik grubuna daha yüksek giriş maliyeti sağlayan faktörler ▪ Rakiplerinininkine göre kendi stratejisi karşısında daha az zayıf uygulama becerileri ▪ Firmaların hareketlilik engellerinin üstesinden gelmesine ve daha da

	<p>gelmesine ve daha da arzulanan stratejik gruplara girmesine imkan sağlayan kaynaklar ve becerilerYeni bir stratejik grubun oluşturulması</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Daha uygun bir şekilde yerleşmiş bir stratejik gruba geçilmesi ▪ Mevcut grubun veya firmanın o grup içindeki yapısal konumunun güçlendirilmesi ▪ Yeni bir gruba geçilmesi ve grubun yapısal konumunun güçlendirilmesi 	<p>arzulanan stratejik gruplara girmesine imkan sağlayacak kaynaklar ve becerilerin olmamasıYeni bir stratejik grubun oluşturulması</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Daha uygun bir şekilde yerleşmiş bir stratejik gruba geçilmesi ▪ Mevcut grubun veya firmanın o grup içindeki yapısal konumunun güçlendirilmesi ▪ Yeni bir gruba geçilmesi ve grubun yapısal konumunun güçlendirilmesi
<p><u>TEHDİTLER- T(THREATS)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Firmanın stratejik grubuna giren diğer firmalarla ilgili riskler ▪ Firmanın stratejik grubunun hareketlilik engellerini alçaltan, müşteriler veya tedarikçilere karşı kazanılan güçleri azalta, ikame ürünler karşısında konumunu kötüleştiren veya firmayı daha büyük bir rekabete maruz bırakan etkenlerle ilgili riskler ▪ Hareketlilik engellerini firmanın konumunu iyileştirmek amacıyla tasarlanmış yatırımlara eşlik eden riskler ▪ Daha çok istenen stratejik gruplara 	<p><u>ST STRATEJİLERİ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratejik grubunu koruyarak, hareketlilik engelleri yaratan faktörler ▪ Grubunun alıcılar ve tedarikçiler karşısında pazarlık gücünü geliştiren faktörler ▪ Grubunu diğer gruplardan gelecek rekabete karşı izole eden faktörler ▪ Stratejik grubuna göre daha büyük bir ölçek ▪ Diğer firmalara göre, stratejik grubuna daha düşük giriş maliyeti sağlayan faktörler ▪ Rakiplerinininkine göre stratejisi karşısında güçlü uygulama becerileri ▪ Firmaların hareketlilik engellerinin üstesinden gelmesine ve daha da arzulanan stratejik gruplara girmesine imkan sağlayan kaynaklar ve becerilerFirmanın stratejik grubuna giren diğer firmalarla ilgili riskler ▪ Firmanın stratejik grubunun hareketlilik engellerini alçaltan, müşteriler veya tedarikçilere karşı kazanılan güçleri azalta, ikame ürünler karşısında konumunu kötüleştiren veya firmayı daha büyük bir rekabete maruz bırakan etkenlerle ilgili 	<p><u>WT STRATEJİLERİ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stratejik grubunu koruyarak, hareketlilik engelleri azaltan faktörler ▪ Grubunun alıcılar ve tedarikçiler karşısında pazarlık gücünü kötüleştiren faktörler ▪ Grubunu diğer gruplardan gelecek rekabete karşı açık hale getiren faktörler ▪ Stratejik grubuna göre daha küçük bir ölçek ▪ Diğer firmalara göre, stratejik grubuna daha yüksek giriş maliyeti sağlayan faktörler ▪ Rakiplerinininkine göre kendi stratejisi karşısında daha az zayıf uygulama becerileri ▪ Firmaların hareketlilik engellerinin üstesinden gelmesine ve daha da arzulanan stratejik gruplara girmesine imkan sağlayacak kaynaklar ve becerilerin olmamasıFirmanın stratejik grubuna giren diğer firmalarla ilgili riskler ▪ Firmanın stratejik grubunun hareketlilik engellerini alçaltan, müşteriler veya tedarikçilere karşı kazanılan güçleri azalta, ikame ürünler karşısında konumunu kötüleştiren veya firmayı daha büyük bir rekabete maruz bırakan etkenlerle ilgili riskler

veya bütünüyle yeni gruplara girişteki hareketlilik engellerinin üstesinden gelme girişimleriyle ilgili riskler	riskler <ul style="list-style-type: none">▪ Hareketlilik engellerini firmanın konumunu iyileştirmek amacıyla tasarlanmış yatırımlara eşlik eden riskler▪ Daha çok istenen stratejik gruplara veya bütünüyle yeni gruplara girişteki hareketlilik engellerinin üstesinden gelme girişimleriyle ilgili riskler	<ul style="list-style-type: none">▪ Hareketlilik engellerini firmanın konumunu iyileştirmek amacıyla tasarlanmış yatırımlara eşlik eden riskler▪ Daha çok istenen stratejik gruplara veya bütünüyle yeni gruplara girişteki hareketlilik engellerinin üstesinden gelme girişimleriyle ilgili riskler
---	---	---

Kaynak: Porter, Michael, E.(2000), "Rekabet Stratejisi", Sistem Yayıncılık, No:206, İstanbul, Çev. Ulubilgen Gülen, s.187, <http://www-tradoc.monroe.army.mil/mwr/pdf/strategieplan04.pdf> Erişim Tarihi: 18.07.2005 ve http://tfh.phillipkern.de/Semester1/im/presentations/SWOT-Matrix_Heiko.pdf 18.07.2005 kaynaklarındaki bilgilerden yararlanılarak Swot matrisi şablon olarak düzenlenmiştir.

2.4. İktisat Okullarına Göre Rekabet

Klasik İktisat Yaklaşımı, Merkantilizmin ticarete devlet müdahalesine karşı refahın artmasını sağlayan unsurun üretim artışı olduğunu ve bireylerin mutluluk ve refahının önemli olduğunu kabul eder. Bireylerin üretim araçlarının kullanımında ve tüketim tercihlerinde serbest olduğunu kabul eder. Bireyler çıkarlarını azamileştirecek şekilde davranırlar. Kişisel çıkarlarının azamileştirilmesi bir katalizördür ve rekabet ortamını otomatik olarak düzenleyen bir mekanizma(görünmez el kuramı) gibi görev görür. Serbest rekabet dinamik bir olgudur. Görünmez el kuramı, tam rekabeti ekonomik etkinliğin en önemli unsurlarından biri olarak kabul eder. Rekabeti piyasayı meydana getiren ve kaynakların etkin kullanımını otomatik olarak sağlayan bir süreç olarak algılamaktadır.

Neo-Klasik İktisat Yaklaşımı, Denge analizine dayalı model yaklaşımlarını reddeden fiyat teorisine dayalı tam rekabet anlayışını esas alır. Rekabeti piyasa yapısı olarak ele alır. Klasik iktisat anlayışını modern rekabet teorisine uygulayan bir yaklaşımdır. Bu durum fiyat rekabetinin ele alınmasını sağlamıştır. Rekabeti belirleyen piyasadaki firma sayısıdır. Rekabet statik bir yapı olarak ele alınmıştır. Neoklasik iktisatın uzantısı Chicago İktisat Okulu ise ölçek ekonomilerinin topluma sağladığı verimlilik ve kazanç üzerinde önemle durmuştur. Devlet müdahalesini etkinliği bozucu bir eylem olarak düşünür.

Fonksiyonel Rekabet Yaklaşımı,Tam rekabet koşullarından sapmaları ortaya koyan faktörleri dikkate alarak pratikte uygulanabilir bir rekabet anlayışı. Dinamik bir süreç olarak yenilik, icatlar ve farklılaşma yoluyla rakiplerine üstünlük sağlama, dinamik girişimcilerle onları takip etmeye çalışan rakipleri arasında sürekli bir rekabet söz konusudur. Rekabetçi davranışı olumlu yönde etkileyen piyasa yapılarına ve rekabetçi sayılan davranış biçimlerine müdahale edilmemesi gerektiğini savunmaktadır.

K. Marx'ın Rekabet Yaklaşımı, özgür insanların tüketim ve değiş tokuş aşamalarında artı değerlerinin sömürülmesine yol açtığı için reddeder. Rekabet sermayeye dayalı

üretim tarzının ortaya çıkma sürecinde önemli role sahip negatif güçtür. Bu süreç, köylüyü ve zanaatkarı üretim araçları mülkiyetinden yoksun bırakarak onları emeğinden başka satacak hiçbir şeyi olmaz hale getirir ve böylece sömürür. Rekabet, emek üzerinde tam bir kontrole sahip olan sermayenin üretimin düzenlenmesinde belirleyici olduğu kapitalist üretim tarzının yeniden üretilmesi ve gelişmesine yol açan süreçtir. Teknik ilerleme ortaya çıktığı tarihi bağlam içerisinde analiz edilmelidir.

Kapitalistler arasındaki rekabet ile farklı sosyal sınıflar arasındaki çatışma insanın sömürülmesi ve özgürlüğün ortadan kaldırılması anlamına gelen bir süreç ve üretim tarzına yol açtığı için Marx rekabet kavramına olumsuz yönde bir anlam yükler.

Avusturya İktisat Okulunda Rekabet Yaklaşımı

Menger, Mises, Hayek, Schumpeter gibi, Avusturyalı kurucularından oluşan bu yaklaşımda bireylerin kar elde etme motifi piyasaya yönlendiren en önemli amildir. Başkalarınınca ihmal edilen karlı fırsatları değerlendirme bilgi ve yeteneğine sahip olan girişimciler son derece önemli role sahiptir. Asıl rekabet yenilik ve icatlar yoluyla ürün farklılaşmasına dayanan rekabettir. Kamu kesiminin piyasaya müdahalesi arzu edilmez.

Hayek'in rekabet ve özgürlük arasındaki ilişkilerin analizine dayanır. Kişileri ekonomik özgürlüğe ulaştıran ve iktisadi tercihlerini gerçekleştirmeye imkan tanıyan dinamik bir süreçtir. Rekabetteki özgürlük ne kadar artarsa o ölçüde iyi ekonomik performansa ulaşılır. Ancak, özgürlük alanı başkalarının aleyhine genişletilemez.

Schumpeter'e göre, kapitalist piyasa sistemi için önemli olan şey, yeni ürün ve süreç oluşturarak değişim meydana getiren kişilerin geçici bir süre için tekel karı elde etmelerini sağlamak suretiyle ödüllendirilebilmesidir. Devletin geçici nitelikteki tekelleri engellemesinin büyümeye sekte vuracağını ve tüketicileri olumsuz yönde etkileyeceğini varsayar. Schumpeter'e göre rekabet kalite rekabetidir. ve firmalar daha iyi daha yeni ve daha kaliteli mal ve hizmet üreterek rakiplerine üstünlük sağlarlar. Yeni teknoloji ve üretim süreçlerinin eskilerini daima ortadan kaldırdığı dinamik bir rekabet ortamını varsaymaktadır. Rekabetçi sürecin sürekli yenilik ve icatlar yapmak ve bu yenilik ve icatlar sayesinde meydana gelen geçici tekelleri tahrip etmekten ibaret bir süreç olduğunu ileri sürer. Ancak bu tahribat daha üstün, kaliteli ve yeni üretim süreçlerini ortaya çıkardığı için oluşturuca bir tahribattır.

2.5. Rekabet Gücü İle İlgili Çalışmalar

Avrupa Birliği'nin ve tek tek üye ülkelerin rekabet gücünü yükseltebilmeleri için alınması gereken tedbirler konusunda genel bir görüş birliği bulunmaktadır. Bu konuda başlıca öneriler;

Makroekonomik istikrar daha öngörülebilir olması, devletin piyasa ekonomisine olumsuz etkilerini giderme, dünyadaki değişim dinamiklerine göre yeniden devlete rol verilme, kamu mali yönetimini etkinleştirme, ekonomik büyüme ve kalkınmanın

belirleyicisinin girişimci olduğunu hükümetlerin bilmesi, yeni iş kurmanın maliyetleri rekabetçi, devlet düzenlemeleri de açık, basit ve anlaşılır ve adil olmalı, e-devlet uygulamalarının yaygınlaştırılması, emek piyasalarının değişen koşullara uyarlanabilecek şekilde esnek olması, işgücü piyasaları daha esnek olmalı, sermaye piyasaları finansal çeşitlilik ve rekabetçiliğe sahip olmalı, yeni rekabet girişimini özendirmek, öğrenim ve eğitimin insanlara, çalışma yaşamları boyunca kullanacakları yararlı bilgi ve becerileri kazandırmaları, teknoloji ve yeniliklerin geliştirilmesi, altyapı rekabete açılmalı, firmalar arası rekabet düzeyinin geliştirilmesi sağlanmalıdır.

Tablo:3. Rekabet Gücü İle İlgili Yapılan Bazı Çalışmalar

Çalışmayı Yapan ve Yılı	Çalışma Konusu
Chaganti (1987),	Farklı Büyüme Safhaları
Porter (1990),	Rekabet Avantajının Temel Faktörleri
Pilling (1991),	Rekabetteki Başarı Faktörleri
Golden ve Dollinger (1993),	Rekabet Stratejileri ve İşbirliği
Ferguson (1994),	ISO 9000 AB'de gerekliliği ve rekabetteki rolü
Badrinath (1994),	Gelişmiş teknoloji, kalite yönetimi ve çalışanların rekabet gücü faktörleri olduğu
Kini (1994),	Müşterilere direkt servis ve rekabet gücü
Hosley,Lau, Levy ve Tan (1994),	Rekabetçi Öğrenen İşletme
Moini (1995),	İhracatçı firma rekabeti
Monkhouse (1995),	Rakiplerin kıyaslanması
Lim,Sharkey ve Kim (1996),	Çevresel Analizlerin Rekabete Etkisi
Zairi(1996),	Rekabet gücü ilkeleri
Baghci (1996)	Kıyaslama_rekabet gücü ilişkisi
Walley ve Thwaites (1996),	Rekabet gücü gelişimi, sentez ve yorumu
HooleyCox, Shipley,Faly, Beracs ve Kolos (1996),	Dış kaynaklı yatırımların yerel rekabete etkisi
Flynn ve Flynn (1996),	Sürekli gelişimin maliyet avantajı ve farklılaştırmaya etkisi
Bloodgood,SapienzaveAlmeida (1996),	Ürün farklılaştırması ve yönetim tecrübesi
Thompson ve Coe (1997),	Rekabet gücü ve stratejik fiyatlandırma
Jemesson (1997),	İnternetin rekabet gücü üzerine rolü
Mourdoukotas ve Papadimitriou(1998),	Rekabet stratejilerinin değişimi
Hsieh ve Lin (1998),	Web etkili dizaynı ve rekabet
Chaharbaghi ve Lynch(1999),	Rekabet gücü için kaynaklar
Ma(1999),	Tasarruf-giriş-uzman odaklı rekabet strateji
Bilgin(1999),	Rekabetin değişen dengeleri
Beal ve Lockamy(1999)	Kalite farklılaştırılması
Taylor(2000),	Müşterilerin rekabet gücü
Oliver(2000),	Öğrenen işletme ve rekabet gücü
Ma(2000),	Kinetik ve pozisyona bağlı rekabet gücü
Johnsonve Busbin(2000),	Teknolojinin rekabet gücü üzerine etkisi
Beal(2000),	Çevre Analizleri ve Etkili Rekabet
Özgener(2000),	Rekabette yeniden yapılandırma

Rutihinida(2000),	Global rekabette stratejiler
Kotorov(2001),	Rekabet gücü stratejileri
Erginel(2001),	Çalışma-Çevre ve rekabet gücü
Barney(2001),	Kaynak bağımlılık ve rekabet gücü
Wong,Maher, Wang ve Long(2001),	Ülke kaynaklarının rekabete etkisi
Jasimuddin(2001),	Karşılaştırmalı avantajlar
Kuratko,Goodale ve Hornsby(2001),	Kalite yaklaşımları ve rekabet gücü
Tena,Llusar ve Puig(2001),	Kalite ve sürdürülebilirlik avantajı
Schetter(2002),	Yetiştirmenin rekabete etkisi
Ma(2002),	Genel çevre değişikliği ve rekabet gücü
O'Donnell,Glimore,Carson ve Cummins (2002),	Avantaj kaynakları pozisyonu ve performans çıktıları ile rekabet gücü
Waiker,Walker ve Wallace(2002)	İnternetin rekabete katkısı

Kaynak: Ünlücan, Doğan(2004), "KOBİ'lerde Rekabet Stratejileri..." Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Organizasyon Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana, s.51

Avrupa Birliği, hem bölgesel ekonomik entegrasyon topluluğu olarak, hem birliğe üye münferit ülkeler olarak rekabet gücü yönünden dünyada önemli bir yere sahip bulunmaktadır. Birliğin refahını arttırıcı rekabet gücü politikalarının uygulanmasında AB özel önem göstermekte ve bu sayede birliğe üye ülkelere rekabet gücünün arttırılmasına dönük bu önerileri sunmaktadır. Dünyadaki bütün uluslar bugün rekabet gücünü arttırabilmek için kıyasıya yarış içerisinde vatandaşlarının en konforlu şekilde yaşam sürmelerini istemektedirler. Bu yüzden de rekabet gücünü hem konforun, hem onun belirleyicileri olan rekabet ve verimliliğin birer yansıması olarak görmektedirler. Avrupa Birliği'ne üye ülkeler de bu durumu anlayınca uyguladıkları bütün politikalarda (sadece ekonomi de değil) rekabet gücünü olmazsa olmaz şeklinde ekonomi politikasının temel hedefi olarak görmektedir.

2.6. Yeni Uluslar arası Rekabetin Özellikleri

Yeni rekabete ilişkin bu gelişmeler doğrultusunda ulusların hepsinin rekabet ilkelerine göre, önemli ve önemsiz olmanın önemi gibi bir takım avantajlarından dolayı karşılıklı bağımlılıkları görölmektedir. Mesela, hassas buz hokeyi ekipmanı İsveç'te tasarlanmakta, Kanada'dan finanse edilmekte ve sırasıyla Cleveland ile Danimarka montajı yapılarak Kuzey Amerika ve Avrupa'da dağıtımı yapılmaktadır; aletlerin imalinde kullanılan alaşımın moleküler yapısı Delaware'de araştırılıp patenti alınmakta ve Japonya'da imal edilmektedir. Reklam kampanyası İngiltere'de tasarlanmakta, filmler Kanada'da çekilmekte, İngiltere'de seslendirilmekte ve New York'ta tab edilmektedir.

Benzer şekilde, spor arabalar Japonya'dan finanse edilmekte, tasarımı İtalya'da yapılmakta, New Jersey'de icat edilip Japonya'da imal edilen gelişmiş elektrik komponentler kullanılarak Indiana, Meksika ve Fransa'da montajı tamamlanmaktadır. Mikro işleyiciler Kaliforniya'da tasarlanmakta, Amerika ve Batı Almanya'da finanse edilmekte ve Güney Kore'de imal edilen dinamik hafızalar içermektedir. Jet uçakların

tasarımı Washington eyaletinde ve Japonya'da yapılmakta, Seattle'de monte edilmekte, kuyruk makaraları Kanada'dan, özel kuyruk bölümleri Çin ve İtalya'dan, motorları İngiltere'den getirilmektedir. Uzay uyduları Kaliforniya'da tasarlanmakta, Fransa'da imal edilmekte, Avustralyalılar tarafından finanse edilmekte ve Sovyetler Birliği'nde yapılmış bir roketle fırlatılmaktadır.

Böylesi küresel ağlar içinde, mamuller birer bileşimdir. Değiş tokuş edilen şey nihai mallardan ziyade uzmanlaşmış problem çözücü hizmetler(araştırma, ürün tasarımı, fabrikasyon), problem teşhis hizmetleri (pazarlama, reklamcılık, müşteri danışmanlığı) ve aracılık hizmetleridir(finansman, teftiş, taahhüt). Bunların yanında, belirli rutin komponentlerle bazı hizmetler sayılabilir ve bütün bunların değeri ortaya çıkarmak üzere birleştirilebilmektedir. Bu gibi sınır ötesi bağlantılar řu anda ileri ekonomiler arasındaki ticaretin büyük bölümünü oluşturmaktadır. Buna karşılık ekonomilerin birbiriyle bu denli mafsallaşması ulusal ekonomi politikalarındaki esnekliklerin kaybolmasına neden olmaktadır. Ayrıca ülkelerin uluslar arası işbölümünde bazı görevleri üstlenmeleri sonucu ihtisaslaştıkları alanların düşük katma değer üreten sektörler olması durumunda günümüzdeki uluslar arası eşitsiz dağılım şemasının ortaya çıkışına neden olmaktadır.

Bu karşılıklı bağımlılıklara rağmen, aynı iktisadi gelişme düzeyinde, her ülke veya bölge, vatandaşlarının yirmi birinci yüzyılda en yüksek hayat standartlarına sahip olmasını teminat altına almak için aynı sanayileri istemektedirler. Vatandaşlarına birinci sınıf hizmet sunabilmek için mikro elektronik, biyoteknoloji, yeni malzeme-bilgisi sanayileri, telekomünikasyon, sivil havacılık, robotik artı makine aksamı ve bilgisayar artı yazılım gibi listeler ortaya koymaktadırlar.

Bu sebeple rekabetçilik ulusların ve sanayinin ana meşgalelerinden birini oluşturmaktadır. Ve artık günümüzde anlaşılan olgu bir uluslar topluluğundan diğer uluslar topluluğuna yapılan kaynak aktarımıyla birilerinin sosyal refahı için diğerlerinin sosyal sefaletine dayanan paylaşım sistemleri sonunda tıkanmaktadır. Bu durum hem dünya barışını tehdit etmekte hem de günümüzde yaşanan globalizasyonun fonksiyonu olan delokalleşmenin hatalı gerçekleşmesine sebep olmaktadır.

Burada ulusal sınırların ve Devletlerin genel çıkarlarının dışında uluslarüstü bir mantıkla örgütlenen piramitler arası rekabetten sözedilebilir. Örneğin New-York şehir Devletinin Londra Docklands Tele Limanı aracılığıyla Amsterdam Tekno parkında bioteknoloji üzerine Londra şehir Devletlerin Defense(Fransa) Tele Limanı aracılığıyla Taichung(Tayvan) serbest bölgesinde kurulu Tekno park üretimiyle rekabete girdiği düşünülebilir. Hatta iki piramitte de Cal-Tech Üniversitesinin (ABD) AR-GE faaliyetlerinde proje ürettiği dahi sözkonusu olabilmektedir. Görüldüğu gibi ülkeler veya topluluklar gibi klasik bütünleşmeler kaybolmakta yerine çeşitli işlevleri bulunan(üretim, yönetim, yatırım, istihdam, finans, AR-GE) üstlenmiş alanlar ortaya çıkmaktadır.

Öte yandan, çeşitli alanlara yayılmak (conglomerate)'tan çok belli alanlarda küresel boyutlara ulaşan, derinleşmiş üretim yapan ulusların günümüzde önem kazandığı görülmektedir. Bilgi üretme altyapısı ve dinamizmi ile teknoloji üretim bilgisini üretebilme ve yenilik oluşturma kabiliyetleri daha stratejik bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Klasik üretim fonksiyonundaki müteşebbislik unsuru da üretim bilgisinin oturması, gelişmesi ve kullanılması yönündeki yaratıcı sevk ve idare kavramları ile iç içe hale gelmektedir.

Geleceğin tarihçileri, yirminci yüzyılı bir uygun rekabet(niche competition), yirmibirinci yüzyılı ise kafa-kafaya rekabet(head to head competition) yüzyılı olarak betimlemektedirler. Uygun rekabet, herkesin öne geçebileceği bir alanın olduğu hiç kimsenin işin dışına itilmediği birebir kazanmanın olduğu "kazan kazan" rekabet olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte yenilik ve girişimcilik, eş zamanlı goballeşme, piyasa farklılıkları, organizasyonel biçimsizlikler, rekabetçi avantajların niteliği gibi unsurlar 1990'lı yılların en önemli yönetim temaları olacaktır. Kafa kafaya rekabet denilen 21.yüzyıl rekabeti ise, mikro elektronik, biyoteknoloji, yeni malzeme bilgisi sanayileri, telekomünikasyon, sivil havacılık, robotik artı makine aksamı ve bilgisayar artı yazılım gibi "yedi anahtar sanayileri" herkesin ele geçiremeyeceği bazılarının kaybedip bazılarının kazanacağı bir "kazan kaybet" rekabetidir. Öte yandan son yıllarda gerçekleşen rekabet bireyci değerlerle, cemaatçi değerlerin oluşturduğu rekabet mücadelesi şeklinde yayılmaktadır (Çiftçi, 2004).

Yeni uluslararası rekabette, uluslar geleceğin ekonomilerini tesis ederken yüksek hacim ekonomilerini değil yüksek değer ekonomileri esas almaktadırlar. Bu ekonomilerde pek az mamülün belirgin milliyeti olmaktadır. Burada önemli olan herhangi bir malın imalinde, hangi ulusun bireyleri ne değer oluşturmuş, ne tür bir tecrübeye sahip olmuş ve bu tecrübeyi gelecekteki daha büyük değer ilaveler için nasıl kullanmış olduğudur. Öte yandan, rekabetçi bir ülkede uzun vadedeki hayat standardının ve kişi başına ulusal gelirin esas belirleyicisi üretkenliktir. Beşeri kaynakların üretkenliği onların ücretini, sermayenin üretkenliği ise sermaye sahiplerinin getirisini belirlemektedir. Yüksek üretkenlik sadece yüksek gelir düzeylerini sağlamakla kalmaz, vatandaşlara uzun çalışma saatleri yerine boş zaman tercih etme fırsatı da vermektedir. Ayrıca, hayat standardını daha da yükselten kamu hizmetleri için ödenen gelirin kaynağı olan ulusal geliri meydana getirip sürdüren de üretkenlik artışıdır. Bu artış aynı zamanda ekonominin sürekli olarak kalitesini de yükseltmektedir.

Öte yandan rekabetin yeni özelliklerini arttıran ve geliştiren diğer bir unsur öğrenen şehirlerdir. Öğrenen şehirler kapsamında yaşam boyu öğrenmeyi destekleme ve sosyal ve ekonomik yeniden oluşumlar yer almaktadır. Öğrenen şehir, olağanüstü global değişimlerin yaşandığı dönemlerde kendini nasıl yenileyeceğini öğrenmeye çalışan şehirdir. Yeni teknolojilerin hızlı yayılımı, ulusal sınırların ötesindeki fikirlerin ve bilgilerin aktarılabilmesi için önemli fırsatlar sunar. Sermaye akışında ve üretimde global değişiklikler sağlansa bile, ulusal ya da bölgesel ekonomilerin yönetiminde risk ve belirsizlikler de yaşanabilmektedir. Ancak bu durumda gene öğrenme gelecekteki varlığın yaşamsal nedenidir.

Sürdürülebilir kalkınmada ve rekabet gücünü arttırmada öğrenen toplum, öğrenen şehir fikrini yüz yüze geldikleri değişimin gücüne, yaratıcı olarak karşılık verebilmek için yaşamsal bir fırsat olarak görmektedir. Bu bağlamda bazı ülke örnekleri bu çalışmada incelenecektir.

İngiltere'de "öğrenen şehir" olarak nitelendirilen şehirlere bakıldığında başlangıç aşamasında, başvuru yöntemleri farklılıklar göstermektedir. Ancak, bu aşamada bir takım temel unsurların gerekli olduğu varılan genel kanıdır. Bununla ilgili unsurlara aşağıda değinilmiştir (<http://www.lifelong.co.uk>).

- a. Anahtar Bireyler
- b. Anahtar Kuruluşlar
- c. Çekirdek Grup
- d. Ekonomik Hayata Katılan Daha Geniş Gruplar
- e. Anahtar İşverenler

Avrupa Kurumları içerisinde öğrenen şehirlere ne derece yer verilmektedir. Bu hususlar rekabeti nasıl tetiklemekte ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlamaktadır. Amaçları buna uygun mudur şeklindeki sorulara cevap aranacaktır.

Dünya'da şehirler, kendilerini yenilemek için ilgili kesimlerin kullandığı öğrenme yöntemleri bakımından çeşitlilik gösterir. ABD'de Pittsburg'da çelik endüstrisinin çöküşü, yoğun yeniden yapılanmaya yönelik eğitim programları ile önlenmiştir. Japonya'da, Kakegawa'da şehrin canlandırılması, vatandaşların katılımı ve de içsel yatırımları cezbeden hızlı tren sayesinde mümkün olmuştur. Alman şehri Jena ekonomik ve kültürel değişimin bir diğer örneğidir. Doğu ve Batı Almanya'nın yeniden birleşmesinden önce, Jena'nın ekonomisi, sadece bir Doğu Almanya şehri konumundan ibaret değildi; Cat Zeiss Optik ve enstrümantasyon kompleksi idi. Sahip olunan teknolojik altyapı, bugünün Jena'sı için katalizör görevini görmüştür. Zeiss kompleksi 68000 nüfusa sahip Jena'da 23.000 kişinin istihdamını sağlamaktaydı. İzlenen "öğrenen şehir" modeline dayalı kalkınma stratejisi, bugün Jena'yı ileri teknoloji bölgesi ve 200 kadar iddia sahibi firmanın kurulu bulunduğu şehir konumuna getirmiştir. Özellikle bio-teknoloji alanında istihdam olanakları giderek artmakta ve büyük gelişme kaydedilmektedir. Bu genel ekonomik ve kültürel değişimler farkedilir bir hızla gerçekleşmiştir. Son altı yılda Friedrich Schiller Üniversitesi, Batı Almanya'dan gelen profesörler ile üniversite kadrolarının % 85'ini değiştirmiştir. İlk ve ortaokullarda eğitim düzeyi yukarıya çekilmiş. Thuringia'da yaklaşık 32000 öğretmen profesyonel ve politik anlamda değerlendirilmiştir.

Tablo 4. Bilgiye Dayalı Ekonomiye Geçişte Ortaya Çıkan Değişiklikler

	KİTLE ÜRETİMİ Ulus/Bölge/Şehir	ÖĞRENEN Ulus/Bölge/Şehir
REKABET EDEBİLMENİN TEMEL PRENSİBİ	<ul style="list-style-type: none"> Doğal kaynaklara dayanan karşılaştırmalı üstünlük, Fiziksel üstünlük 	<ul style="list-style-type: none"> Bilginin yaratılmasına dayanan, doğrulanabilen üstünlük * Sürekli iyileştirme
ÜRETİM SİSTEMİ	<ul style="list-style-type: none"> Kalite üretimi Değer kaynağı olarak fiziksel işgücü Buluşun ve üretimin ayrılması 	<ul style="list-style-type: none"> Bilgi esaslı (yönetimli) Üretim Sürekli yaratma Değer kaynağı olarak bilgi Buluşun ve üretimin (bileşimi,sentezi)
İNSAN ALTYAPISI	<ul style="list-style-type: none"> Düşük kalifiye, düşük Maliyetli Çalışanın etkinliğini ve produktivitesini ençoklama Durağan iş eğitimi Kalifiye(şeckin) 	<ul style="list-style-type: none"> Bilgi işçileri İnsan kaynağını sürekli iyileştirme Sürekli eğitim
FİZİKSEL/İLETİŞİM ALTYAPISI	<ul style="list-style-type: none"> Yerel yönelimli 	<ul style="list-style-type: none"> Global yönelimli Elektronik veri değişimi
ENDÜSTRİYEL YÖNETİM SİSTEMİ	<ul style="list-style-type: none"> Muhafif ilişkiler Emir ve kontrolü düzenleyici çatı 	<ul style="list-style-type: none"> Karşılıklı bağımlı ilişkiler (Şebeke/network) organizasyon Esnek düzenleyici çatı

Kaynak: Ricahard Florida, “Learning Regions, Futures, Vol.27, No.5

Öğrenen bölgenin Fransız örneği, Poitiers çevresidir. Önceleri ağırlıklı olarak tarımsal karakterli olan bu bölge, iletişim teknolojisi, multimedya ve kalifiye düzeyi yüksek işgücüne sahip bir bölge olma yolundadır. Bölgede “Futuroscope” adıyla eğitim ve boş zaman faaliyetlerinin gerçekleştirildiği, araştırma-geliştirme faaliyetleriyle birleştirildiği bir “tema parkı” kurulmuştur. Buraya 70 firma çekilerek, 1500 kişiye parkın içinde, 12000 kişiye iş de bölge genelinde yaratılmıştır. Gelişimin büyük bir bölümü kamusal finansman olanakları ile gerçekleştirilmiştir.

İskandinavya'nın Oresund bölgesi iki ülke arasında kalmış, gelenekselden 21.yy'nin bilgi yönelimli endüstrilerine taşınan bir bölgedir. Sembolik pasaj olarak da adlandırılan bu bölge, 2000 yılı içinde Danimarka'nın Kopenhag şehri ile İsveç'in Malmoe şehri arasında inşası tamamlanacak 16 km. uzunluğundaki köprü ve tünel ile gerçek niteliklerine kavuşacaktır. Ara-sınır bölgesi, İskandinavya'da büyük ölçüde araştırma-geliştirme olanakları, birinci sınıf eğitim kurumları ve teknolojik know-howlara yoğunlaşacaktır. 175.000 firma 2.8 milyonluk bölge nüfusunun 1.4 milyonunu istihdam

edecektir. İki bölgeyi birleştirecek köprü ve tünel kaçınılmaz biçimde araştırma, eğitim ve yatırım politikalarında yeni yaklaşımlar getirecektir.

İspanya'nın Andalusia bölgesi bir diğer gelişme modelini sunmaktadır. Bilinenin aksine, yüzünü Afrika'ya dönmüş, ılıman bir iklimden, tarihi deniz limanlarından, yoğun tarım ve zengin kültürel mirastan yararlanan, tarihi potada eriten ve turistlerin dikkatini çeken zengin bir İspanyol bölgesi değildir. Şimdilerde faaliyetlerini çeşitlendirmek için bilinçli olarak çaba göstermektedir. Seville, Malaga, Cadiz, Cordoba ve Granada gibi iyi üniversitelerin bulunduğu şehirlerde son dönemlerde iletişim, teknoloji ve araştırma yatırımları, yeni firmaları ve girişimcileri ortaya çıkarmaktadır.

Avrupa'da en büyük yeniden geliştirme projelerinden biri Londra'nın doğusunda Kent-Thames bölgesindedir. 30 yıldan beri, bu endüstriyel sistemin biçimlendirilmesi için 4 milyar sterlin yatırılmıştır. 15.000 kişinin istihdam edildiği çimento fabrikasının öncülüğünde, gerekli altyapı ve ticari gelişmenin dışında, Avrupa kıtası ile hızlı tren hattı bağlantısı, 30.000 yeni ev ve çeşitli ofis kompleksleri, bu bölgeye 50.000 yeni çalışanın kolay ulaşabilmesi için Londra-kent Belediye Meclisi tarafından gerçek bir öğrenen bölge yaratmak için plana koyulmuştur. Özel sektörün desteklediği 20 ilk ve 10 ortaokul inşa edilmektedir. İngiltere'nin diğer şehirlerin de, kendilerini yenilemek için toplumun kullandığı öğrenme yolları bakımından çeşitli örnekler bulunmaktadır(OECD, 1999, s.15-16). Liverpool'da, teknoloji, okulları ve toplumun öğrenen kesimlerini birbirine bağlamak için kullanılmaktadır, Southampton'da, nüfusun tamamının bilgi teknolojileri konusunda eğitilmeleri konusunda hedefler oluşturulmuştur, Swansea'da, Avrupa Fonu kullanılarak, bilgi teknolojisi ağı geliştirilmektedir, Sheffield öğrenme merkezleri yerel ağını geliştirmekte; "Citinet", "dünya parmağınız ucunda" sloganıyla evleri, okulları, işletmeleri ve halk merkezlerini birbirine bağlamıştır, Hull'da halkın eğitimine odaklaşan geniş tek bir şehir ve "Yeniden Oluşum Bütçesi" teklif edilmiştir. Şehrin ekonomik gelişme stratejisinin anahtar unsuru olarak öğrenmenin yaygınlaştırılması gerektiği vurgulanmıştır, Glasgow'da, "Glasgow Öğrenme Anlaşması" öğrenmenin yerleştirilmesine, özellikle gençlerin projeler içinde yer almasına ve küçük işletmelerde çalışanların geliştirilebilmesi için programların gerçekleştirilmesine gayret gösterilmektedir (Tekeoğlu vd., 2000).

Yukarıda verilen ülke örneklerinde de görüldüğü üzere rekabet gücü ve sürdürülebilir kalkınma öğrenen şehirlerle daha büyük ivme kazandırmaktadır. Bu çalışmada rekabeti artıran öğrenen şehir uygulamaları, Avrupa Birliği'nin de sürdürülebilir kalkınma açısından önem verdiği olguların başında yer almaktadır.

3. Türkiye'nin Rekabet Gücü

Bu kısımda Türkiye'nin Rekabet gücü üzerine yapılan çalışmalar özetle verilerek, daha önce ülkeler bazında yapılan çalışmalar da göz önünde tutularak rekabet gücünü arttırıcı öneriler yapılacaktır.

“Aktan-Baysan Araştırması(1984); Kaynak dağılımları, statik refah etkileri, farklı üretim sektörlerinin karşılaştırılabilir üstünlük yapısındaki değişiklikler ve yabancı sermaye girişiminin oluşturacağı yapısal etkiler çok sektörlü bir simulasyon yöntemiyle incelemişlerdir. Buna göre rekabet gücü yüksek olan sektörlerin başında, pamuk, fındık, turunçgil ve diğer meyveler gibi tarım ürünleri, maden cevheri ve balıkçılık gelmiştir.

İktisadi Kalkınma Vakfının 1985 Araştırmasında ise sanayi kollarının rekabet gücü yüksek, un, makarna, domates işleme, bitkisel yağ, bira, pamuklu dokuma ve giyim eşyası, halı, deri giyim, yonca levha, selüloz, sentetik, ve selülozik elyaf, petrol rafinerisi, cam, çelik boru, dayanıklı tüketim malları ve gemi inşaatı yer almaktadır.

DPT'nin 1986'da yaptığı çalışmada, İmalat sanayinde rekabet gücü yüksek sektörler, reflaktör ve yapı elemanları, orman ürünleri, hazır giyim, basın yayın, gübre, deri ve deri mamülleri ve elektrikli makineler, kuru incir, kuru üzüm, şeker ve unlu mamüller olarak belirlenmiştir.

SİAR'ın 1988'de gerçekleştirdiği çalışmada, gıda-içki-tütün, dokuma-giyim, makine imalatı, taşıt araçları diğer yapılan çalışmalarında ise; basın yayın,cilt, demir cevheri çıkarımı, kuru fasulye, patates, soğan ve buğday, demir dışı cevher çıkarımı, balıkçılık, tütün sanayii, pamuk, fındık, zeytin, üzüm, turunçgiller, diğer meyveler, koyun, keçi, inek, manda, bitkisel ve hayvansal yağlar olarak tespit edilmiştir.

Güran(1990)'da yapılan çalışmasında açıklanmış karşılaştırılabilir üstünlükler yardımıyla AB karşılaştırdaki rekabet gücünü belirlemiştir.

TUSİAD'ın 1991 araştırmasına göre ise sırayla, kalite, özellikler, teknoloji, hammadde bulunabilirliği, işgücü verimliliği, sermaye maliyeti, işgücü maliyeti, altyapı, coğrafi konum, dış bağlantılar, Yurtiçi rekabet ortamı, nitelikli işgücü, ülke imajı ve benzersizlik rekabet gücüne katkı sağlayıcı faktörler olarak tespit edilmiştir. Buna göre en güçlü sektör turizm ve tekstil sektörü görünmektedir.

TİSK'in 1995 yılında yaptığı araştırma sonucuna göre ise Türkiye'nin rekabet gücünün artırılmamasının nedeni 1983-1994 yıllarında işgücü maliyetlerinde görülen çok hızlı artışlar, yüksek düzeyde seyreden enflasyon, özel sektör yatırımlarının çok düşük düzeyde kalması ve kredi maliyetlerinin yüksekliği görülmektedir. Rekabet gücünün artırılması için ise, kamu kesim harcamalarının düşük tutulması, vergi yükünün asgari düzeye çekilmesi, piyasaların etkinliğinin ve uyum sağlama yeteneğinin artırılması için optimum maliyetli bir sanayi yapısı, işgücü piyasalarının esnekleştirilmesi, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, teknolojik yeniliklere önem verilmesi ve yatırımları arttırmaya yönelik teşviklerin ortaya konulması olarak belirlenmiştir.

TİSK'in 1998 yılında Avrupa Rekabet Gücünün Kıyaslanması: Analizden Eyleme isimli çalışmada ise rekabet gücünün azalması Avrupa yaşam standartlarındaki nispi düşüşe, GSYİH oranının yavaşlamasına, inceleme altına alınan ülkelerin dünya ihracatı ve dolaysız dış yatırımlar içindeki payının azalmasına, yeni iş oluşturmadaki düşük

düzeyle bağlantılı olarak özel sektörde bir konjonktür döneminden diğerine işsizliğin artmasına bağlanmıştır. Rekabet ölçüm kriterleri olarak da; Avrupa İş Ortamının Geliştirilmesi, Kamu sektörünün küçültülmesi ve etkinleştirilmesi, şirketler üzerindeki yüklerin azaltılması, işgücü piyasalarının reformu gibi dört temel eylemin gerçekleştirilmesi UNICE tarafından hedeflenmiştir. Buna göre, Avrupa İş Ortamının Geliştirilmesi; makroekonomik ortamın istikrara kavuşturulması, tek pazarın tamamlanması, sınaı maliyetlerin AB'de liberalleşme, küreselleşme ve teknolojik değişim, Kamu sektörünün küçültülmesi ve etkinleştirilmesi kapsamında kamu harcamaları, genel vergi yükü, kamu sektöründe istihdam, özel sektör istihdamının mali yükü olarak belirlemiştir. Şirketler üzerindeki yüklerin azaltılmasında ise, toplam işgücü maliyetleri ve ücret dışı maliyetler, çalışma süresi, işe alma ve işten çıkarma kuralları, dükkan açma saatleri, sağlam çevre politikası düzenlenmesi ve son olarak da İşgücü piyasalarının reformu; istihdam artışı, işgücüne katılma, toplam ve genç işsizlik, çalışmanın özendirilmesi, esnek çalışma biçimleri, bilim ve eğitimidir.

ISO'nun 1995 yılında gerçekleştirilen çalışmasında Türk ekonomisinin mevcut durumunu analiz etmek suretiyle Türk sanayi açısından ortaya çıkacak fırsat ve tehditler ile ele alınan sektörlerin AB sektöründeki rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Girdi maliyetlerine ilişkin işgücü maliyeti, enerji maliyeti, hammadde maliyeti ve finansman maliyeti faktörler olarak incelenmiştir. Girdilerin bulunabilirliği ve niteliğine ilişkin faktörler, ürün ve pazarlama ile ilgili faktörler, işletme ile ilgili yapısal faktörler ve işletmenin dış çevresi ile ilgili ekonomik altyapı, bürokrasi gibi faktörlerdir. Çalışma sonuçlarında ise, tüm ölçeklerde firmalar genelde ekonomik altyapı, bürokrasi, finansman maliyeti açısından rekabet gücü olmadığı, işgücü maliyetleri açısından yüksek rekabet gücü olduğu, firmaların büyük çoğunluğunun dış çevresi ile ilgili ekonomik altyapı, bürokrasi gibi alanlarda rekabet gücünün düşük olduğu belirlenmiştir. İşgücü, enerji, hammadde bulunabilirliği açısından rekabet gücü düşük olduğunu belirten firmaların oranı düşüktür. Finansman maliyeti, işgücü verimliliği, uluslar arası ilişkiler yüksek düzeyde rekabet gücü iken, dış pazar imajı, bürokrasi, ekonomik altyapı ve finansal yapı olarak eş düzeyde rekabet gücü oranları görülmüştür. AB düzeyinde, imalat sanayinin toplam rekabet gücü faktörleri açısından tüm ölçeklerde eş düzeyde rekabet gücü görülmektedir. Bu çalışmada geniş bir sanayici kitlesi rekabete hazır görülmektedir.

Öz'ün 1999 araştırmasına göre ise çeşitli sektörler için elmas analizi yapılmıştır. Elmas elemanları olarak, faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler, firma stratejisi, yapısı ve rekabet, şansın rolü ve devletin rolü ele alınmıştır. Endüstriler olarak da cam, inşaat rekabetçi, deri ve giyim rekabetçi pozisyonunda azalma, otomotiv rekabet gücü düşük, çelik rekabetçi negatif ticaret dengesi olarak ele alınmıştır. Çalışmada elmas yaklaşımının hipotezlerinin ülke içi rekabet ortamıyla ilgili hipotezlerinin bu faktörü tam olarak açıklayamadığı, yurtiçi rekabetin bulunmadığı, cam ve çelik endüstri sektörlerinin ölçek ekonomilerinin bulunduğu ve global çapta rekabetin yer aldığı bir sektörde rekabetçi bir kimlik tartışmaları ilginç bulunmuştur. İnşaat ve deri giyim endüstrileri oldukça rekabetçi bulunmuştur. Çelik endüstrisi kamu müdahalesinin yüksek ve doğrudan olduğu ve küresel ölçekte rekabetin yaşandığı sermaye yoğun bir sektör olarak görülmüştür.

Kotan 2002 yılında yapılan çalışmada ise rekabet gücü göstergeleri, fiyat rekabeti göstergeleri (reel kur, nispi pozisyon endeksi, birim ücretler ve ithalat kar marjları), yapısal rekabet gücü göstergeleri (verimlilik, ekonomik performans ve niteliksel unsurlar) olmak üzere iki ana başlık altında incelenmiştir. Türkiye'de rekabet gücünün artırılması sadece ulusal paranın reel değerinin azaltılması ve maliyetlerin düşürülmesi yeterli bulunmamıştır. Kura dayalı etkiler kısa süreli ve geçici etkilerdir. Üstelik kur ayarlamaları özel imalat sanayi üreticilerinin sürekli olarak maliyetleri geriletmek ve kar marjlarını daraltmak zorunda kalmalarına karşılık nispi pozisyonlarında kötüleşmeler neden olmaktadır. Sadece parasal önlemlerin yetersizliği dikkate alınınca rekabete açık sektörlerde yapısal değişiklikler yapma gereği ortaya çıkar. Öncelik verimliliği artırıcı önlemleri almaya ve üretimin değişen global talep yapısına uyum sağlayabilecek bir şekilde esnek hale getirilmeye verilmelidir. Bu noktada yeni yatırımların yanı sıra işgücü niteliğinin artırılması ve AR&GE faaliyetlerine gerekli önem verilmelidir.

Yılmaz(2003), Farklı ürün kategorilerine yıllar itibariyle, hammadde yoğun mallar, emek yoğun mallar, sermaye yoğun mallar, kolayca taklit edilebilir mallar ve zor taklit edilebilir mallar olarak Türkiye, Bulgaristan, Macaristan, Romanya, Polonya, Çek Cumhuriyeti ve AB 15 ülkesi üzerine rekabet gücü irdelenmiştir. Sonuç olarak, Türkiye'nin hammadde ve emek yoğun mallarda başlangıçtan beri sahip olduğu güçlü karşılaştırmalı üstünlük pozisyonunu sürdürdüğünü ve sermaye yoğun mallarda rekabet gücünü arttırdığını göstermektedir. Ancak hem sermaye yoğun mallarda CEP değerleri karşılaştırmalı üstünlük sağlayacak düzeye henüz erişmemiştir. Hem kolay hem de zor taklit edilebilir mallarda önemli düzeyde bir karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Altı AB aday ülkenin tümü emek yoğun mallarda güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Çek Cumhuriyeti'nin dışında hammadde yoğun mallarda belirli bir avantaj söz konusudur. Türkiye'nin sanayinin teknolojik yapısında hala kalıcı bir iyileştirme yapmayı başaramadığı tespit edilmiştir. AB'ye aday ülkeler içinde Türkiye, orta ve ileri teknoloji ürünlerde Macaristan ve Çek Cumhuriyeti'nin gerisinde kalmıştır. AB ile arasında mevcut olan gelişmişlik farkını kapatmakta da başarılı olamamıştır. Bu durum Türkiye'nin yabancı sermaye ve ileri teknoloji açısından üstün bir konumda olan çok uluslu şirketleri çekmede uygun yatırım iklimi oluşturmamasıdır" (Aktan, 2004).

İSO'nun 2002 Aralık ayında yaptığı İmalat Sanayinin Uluslar arası rekabet gücüne dönük AB ve Diğer Rakip Ükelerle Karşılaştırma şeklinde yaptığı çalışmada ise,

AB'ye tam üyelik beraberinde standartlara uyum zorunluluğunu getirmektedir. Geçiş sürecinde AB standartlarına uyum tüm işletmeler için kaçınılmazdır. Çalışmaya katılan işletmelerin %26.4'ünün AB standartları konusunda bilgi sahibi olmaması dikkat çekicidir. Bu oran büyüklerde %19.6, ortalarda %25.2 ve küçüklerde ise, %34.1 gibi yüksek boyutlara erişmektedir. Tüm bulgular bir arada değerlendirildiğinde işletmelerin AB standartlarına uyum açısından iyi bir noktada olmadıkları ortaya çıkmaktadır.

Ürün düzeyinde rekabet gücü konusunda toplam işletmelerin %68.2'si fiyat, %54.7'si teslim ve ödeme koşulları, %44.3'ü ise, erişebilirlik açısından kendi ürünleri uluslar arası markalara göre daha iyi olduğunu belirtmiştir. Kendi ürünlerinin daha iyi olduğunu belirten işletmelerin oranının en düşük olduğu özellikler ambalaj kalitesi (%16.1), üretim teknolojisi (%17.2) ve standartlara uygunluktur (%19.1).

Çalışmaya katılan işletmelerden girdi kullandıkları ürünlerde, Türk markalarının yabancı markalara göre fiyat açısından daha iyi olduğunu belirtenlerin oranı %50.7'dir. Aynı oran teslim ve ödeme koşullarında %46.6, bulunabilirlik/erişebilirlik %40.7 ve müşteri hizmetlerinde %31.1'dir. Bu özellikler bir ölçüde yerli ürünlerin kullanıcıları tarafından tercih edilme nedenlerini de ortaya koymaktadır. Kullandıkları ürünlerde yerli markaları yabancı markalara göre daha kötü olarak tanımlayan işletmelerin marka imajı (%34.1), standartlara uygunluk (%32.1), üretim teknolojisi (%30.3) ve kalite de (%29.9) düzeyindedir. Bu bulgular söz konusu faktörler açısından yerli üreticilerin rekabet güçlerini artırma zorunluluğunu ortaya koymaktadır.

İşletme düzeyinde rekabet gücü faktörleri arasından sırasıyla “kalite” (%58.60), “fiyat” (%54), “marka güvenilirliği” (%47.5), “toplam maliyet” (%47.4), “ürünlerde uzmanlaşma” (%44.4) daha yüksek oranda işletme tarafından rekabet gücünde çok önemli/etkili olduğunu belirten işletmelerin oranının en düşük olduğu üç faktör ise bilişim teknolojisi (%15.7), dağıtım kanalları (%20.7) ve tanıtımdır. (%26.1) Bilişim teknolojilerinin rekabet gücü açısından çok etkili olduğunu düşünenlerin oranının %15 düzeyinde olması dikkat çekicidir.

Tüm veriler bir arada değerlendirildiğinde AB ülke firmalarının başlıca rakipler olduğunu, Çin Halk Cumhuriyeti firmalarının birçok sektörde ciddi rakipler durumuna geldiklerini ve AB dışı özellikle Doğu Avrupa ülke firmalarının giderek Türk firmalarını rekabette tehdit ettiklerini söylemek olasıdır. Tüm ölçekler için rekabet gücüne etkisi açısından “çok etkili” olarak değerlendiren işletmelerin oranının en düşük olduğu faktör bilişim teknolojisidir. Bu bulgu rekabet gücü üzerinde giderek önemi artan ve vazgeçilmez olan bilişim teknolojilerinin öneminin algılanmaması nedeniyle endişe vericidir.

Toplam işletmelerin %60.7'si dışardan sağlanan hizmet maliyetleri (enerji, su, vb.), %55.4'ü AR-GE (yeni ürün, tasarım vb.), %55.2'si tanıtım, %49.2'si bilişim teknolojisi alt yapısının ve %39'u alternatif tedarikçi bulma olanaklarının zayıf olduğunu belirtmiştir. İşletmelerin önemli bir bölümünün uluslar arası pazarlarda rekabet edebilmek için bu faktörlerdeki eksikliklerini gidermesi gerekmektedir. Ayrıcalık ve değer yaratmada çok önemli faktörler olan AR-GE ve bilişim teknolojilerinde işletmelerin önemli bir bölümünün rekabet gücü açısından zayıf olarak tanımlaması imalat sanayinin geleceği açısından oldukça düşündürücüdür.

Toplam işyerlerinde rekabet güçlerini yüksek olarak belirten işletmelerin oranının en yüksek olduğu faktörler ise, sırasıyla “ürünlerin kalitesi” (%94.4), “müşterilerin

taleplerine cevap verebilme hızı" (%89), "üründe uzmanlaşma düzeyi" (%86.6), "firma imajı" (%84) ve yönetim becerisidir (%82.9).

Rekabet gücünü önemli ölçüde etkileyen faktörlerden birisi olan AR-GE'de işletmelerin büyük bölümünün kendisini yetersiz olarak tanımlaması düşündürücüdür. Ancak ürün kalitelerinde önemli yol aldıklarını düşünmeleri ve tüm ölçeklerde bu açıdan işletmelerin büyük bölümünün uluslararası rakipleriyle yarışabilir noktalara eriştiklerini belirtmeleri ise sevindiricidir.

Sektörlerin rekabet gücü açısından analizinde rekabet gücünü etkileyebilecek sanayi iklimini içeren 27 faktör geliştirilmiştir. Elde edilen bulgularda imalat sanayii için rekabet gücüne etkisi açısından 10 üzerinden en yüksek ağırlığı sırasıyla hammadde maliyeti (9.1), pazarlama (8.8), enerji maliyeti (8.7), ürün standartları (8.7) yanında enflasyon (8.6), kambiyo finansman maliyeti (8.5) ve sektörde kullanılan teknoloji (8.5) almıştır. Faktörler içinde en düşük ağırlık katsayısını alanlar ise yabancı yatırımlar (7.0), girişimci artışı (7.1) sanayi destek mekanizmaları (7.2) ve kredilere erişim kolaylığı (7.5) olmuştur.

Elde edilen sonuçlar imalat sanayinin gerek AB'li rakipleri (%49.2) gerekse diğer rakipleriyle (%54.8) rekabet edebilecek güce sahip olduğunu göstermektedir. Ancak rekabet gücü açısından imalat sanayi AB dışındaki ülkelerin rakip işletmelerine karşı daha iyi durumdadır. İmalat sanayi işletmeleri AB'li rakiplere karşı iki faktörde buna karşın diğer rakiplerine karşı altı faktörde yüksek rekabet gücüne sahiptir. Rekabet gücü yüzdeleri ölçeklere göre önemli farklılıklar göstermektedir. İmalat sanayi işletmelerinin ölçek büyüdükçe AB'li rakiplerine göre rekabet güçlerinin arttığı görülmektedir. AB'li rakiplere göre küçük ölçekli işletmelerin toplamda rekabet gücü yüzdesi (%47.8), ortalarda %48, büyüklerde ise %49.4'tür. Tüm ölçeklerde eş düzey rekabet gücünden söz edilirken küçüklerin rekabet gücünün eş düzey sınırının alt limitine çok yakın olması dikkat çekicidir.

Türkiye'nin gelişmiş ülkeler arasına girebilmek için demokratikleşme sürecine paralel olarak ekonomik istikrar arayışlarına hız vermesi, sanayi iklimini ve girişimci ortamını olumlu yönde geliştirmesi, kamunun yeniden yapılandırılması çabalarını en kısa sürede tamamlaması gerekmektedir.

Elde edilen bulgular, Türkiye'nin sektörlere göre rekabet gücü açısından oldukça güç durumda olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. AB'li rakiplerine göre imalat sanayi içinde yüksek rekabet gücüne sahip sektör bulunmamaktadır.

Çalışmaya katılan işletmelerin %15.2'si AB'li rakiplerine göre yüksek rekabet gücü sınırları içinde bulunurken bu oran diğer rakiplere karşı %20.6'dır. Dikkat çeken bir nokta AB'li rakiplere karşı rekabet düzeyi düşük olan işletmelerin toplam işletmeler içindeki payının %66 düzeyinde olmasıdır. Bu oran diğer rakipler için %50.9'dur. Söz konusu bulgu işletmelerin gerek ürün, gerek firma bazında rekabet güçlerini olumsuz yönde etkileyen faktörleri ivedilikle belirlemeleri gerektiğini ortaya koymaktadır.

AB'li rakiplerine karşı rekabet gücünün yüksek olduğu saptanan belirten şletmelerin oranının en yüksek olduğu sektör %23.7 ile giyim sanayidir. Bu sektörü %20.5 ile Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi ve Gıda, İçki, Tütün Sanayi (%19) izlemektedir.

Çalışmaya katılan şletmeler, sektörlerinde rekabet gücünün korunabilmesi için öncelikle "teknoloji yenilemeye" ağırlık verilmesi gereğine inanmaktadır. Bu faktöre ilk sırada yer veren şletmelerin oranı %38.3, ilk üçte yer verenlerin oranı ise %61.1 gibi yüksek bir düzeye erişmektedir. "Pazarlama şlevlerinde etkinliği artırma" uluslar arası rekabet gücünü koruma açısından şletmeler tarafından ilk sıraya en fazla yerleştirilen ikinci önlem olmuştur.

İmalat sanayi şletmelerinin önündeki enflasyon, bürokrasi, eksik ve yetersiz yasal altyapı gibi makro çevre faktörlerinin ülkeyi yönetenler tarafından ivedilikli iyileştirilmesi gereklidir. Ancak bu koşullarda güçlü, gelişmiş ülke rakipleriyle rekabet edebilen bir imalat sanayiden söz etmek mümkün olacaktır. Önlemlerin gecikmesi durumunda Türk imalat sanayiinin büyük kayıplara uğraması olasıdır. İmalat sanayi şletmelerinin tüm faktörler açısından AB'li rakiplerine göre rekabet güçleri değerlendirildiğinde; küçük ölçeklilerin önlem alınmadığı takdirde AB'ye tam üyelik sürecinde olumsuz yönde en çok etkilenebilecek şletmeler olacağı ortaya çıkmaktadır. AB'ye tam üyelik sürecinde özellikle küçük ölçekli şletmelerin rekabet güçlerinin arttırılmasına yönelik çabalara tüm kesimlerin ağırlık vermesi kaçınılmazdır. Söz konusu şletmelerin ürün, şletme ve sektör ölçeğindeki faktörlerdeki rekabet güçlerini arttırmaya yönelik çabalar hızlandırılmalı, kamu, özel kesim kurum ve kuruluşları bu konuya gereken önemi vermelidir.

Tablo: 5. Sektörlerin AB ve Diğer Rakip Ülkelere Göre Rekabet Gücü

	Gıda, İçki, TütünSanayii		Tekstil Sanayii		Giyim Sanayii	
	AB'li Rakiplere Göre	Diğer Rakiplere Göre	AB'li Rakiplere Göre	Diğer Rakiplere Göre	AB'li Rakiplere Göre	Diğer Rakiplere Göre
İşgücü maliyeti	59,6	65,2	55,4	45,6	74,4	66,2
İşgücü verimliliği	59,0	67,4	46,0	50,4	63,4	80,2
Nitelikli işgücü bulunabilirliği	47,8	60,2	58,0	49,8	67,8	72,8
Finansman maliyeti	47,4	58,0	40,4	43,6	51,2	55,0
Kredilere erişim kolaylığı (Finansman kaynaklarına)	46,6	56,2	39,6	36,8	51,4	61,6
Hammadde maliyeti	63,8	65,2	50,2	37,8	62,6	66,4
Hammadde bulunabilirliği	63,2	66,6	59,6	57,8	75,2	83,4
Enerji maliyeti	56,0	61,4	43,4	38,6	56,2	55,2
Sektörde kullanılan teknoloji	59,6	64,4	70,6	64,6	77,2	81,8
Sektörde ekonomik ölçek	55,0	62,0	62,6	57,6	68,6	68,6
Ürün standartları ve uluslar arası geçerlilik	60,0	66,2	59,4	62,8	62,4	68,6
Pazarlama	49,2	59,4	52,2	57,4	62,4	84,0

Dağıtım kanallarına erişim	48,2	63,0	57,6	61,2	63,2	82,0
Sektördeki kurumsal yapı, problem çözme	44,8	53,0	51,4	58,8	51,2	55,0
AR-GE (Yenilik, tasarım vb.) bulunması	45,0	51,2	49,6	56,6	55,4	67,8
Yan sanayii (Tedarikçiler)	48,2	58,8	47,2	45,2	63,2	71,0
Sanayii destek mekanizmaları	53,2	57,8	40,2	40,4	52,2	66,0
Sosyal güvenlik yükü (İstihdam vergisi)	65,4	57,4	40,0	39,8	55,6	72,0
Vergiler	52,2	54,8	40,0	40,8	55,0	74,6
Kambiyo rejimi (Kur politikaları)	47,8	48,8	33,6	38,8	42,8	67,8
Enflasyon	43,2	47,8	35,8	35,4	49,2	64,4
Girişimci ortamı	51,8	46,4	36,8	38,8	37,8	53,2
Ülke imajının sektöre etkisi	47,8	49,4	38,0	40,4	42,6	47,0
Siyasi istikrar	35,6	42,4	27,0	33,6	48,6	44,4
Bürokrasi	36,6	45,2	30,4	36,4	39,6	46,2
Yasal altyapı	35,4	46,6	30,0	38,4	42,0	44,4
Yabancı yatırımlar	45,6	50,8	29,2	34,6	29,6	43,4
Rekabet Gücü	50,8	56,8	45,2	46,2	55,6	63,6

Kaynak: İSO(2002), “ İmalat Sanayinin Uluslar arası Rekabet Gücüne Dönük AB ve Diğer Rakip Ükelerle Karşılaştırma”, İSO Yayınları, No:2002/16

İmalat sanayii işletmelerinin önündeki makro çevre faktörlerinin ülkeyi yönetenler tarafından ivedilikle iyileştirilmesi gereklidir. Ancak bu koşullarda güçlü, gelişmiş ülke rakipleriyle rekabet edebilen bir imalat sanayiinden söz etmek mümkün olacaktır. Tüm ölçekler için rekabet gücünü zayıflatan en önemli faktörlerin makro çevre ile ilgili olduğu açıkça görülmektedir.

Tablo:6. Sektörlerin AB ve Diğer Rakip Ükelerle Göre Rekabet Gücü

	Gıda, İçki, Tütün Sanayii		Tekstil Sanayii		Giyim Sanayii	
	AB'li Rakiplere Göre	Diğer Rakiplere Göre	AB'li Rakiplere Göre	Diğer Rakiplere Göre	AB'li Rakiplere Göre	Diğer Rakiplere Göre
İşgücü maliyeti	55,4	32,2	31,0	45,4	70,2	65,4
İşgücü verimliliği	62,8	51,6	28,2	58,0	49,2	55,2
Nitelikli işgücü bulunabilirliği	44,6	58,4	27,0	42,6	37,0	54,2
Finansman maliyeti	55,4	45,0	32,2	41,8	61,8	57,2
Kredilere erişim kolaylığı (Finansman kaynaklarına)	30,2	35,8	28,6	40,4	36,8	49,2
Hammadde maliyeti	55,8	42,6	29,8	27,8	68,2	77,2
Hammadde bulunabilirliği	35,0	48,4	33,2	59,2	75,6	82,4

Enerji maliyeti	43,6	44,8	30,2	45,2	63,6	56,2
Sektörde kullanılan teknoloji	55,6	61,0	40,6	57,4	50,8	80,2
Sektörde ekonomik ölçek	34,2	62,6	42,2	58,6	59,0	68,0
Ürün standartları ve uluslar arası geçerlilik	55,0	75,2	40,4	72,2	61,8	78,2
Pazarlama	35,2	48,0	29,2	28,2	45,4	63,8
Dağıtım kanallarına erişim	33,8	46,2	37,8	37,2	67,6	70,6
Sektördeki kurumsal yapı, problem çözme	41,0	58,2	40,0	40,2	45,6	69,2
AR-GE (Yenilik, tasarım vb.) bulunması	43,4	59,8	39,0	55,0	47,0	77,6
Yan sanayii (Tedarikçiler)	40,6	49,8	55,2	57,2	38,4	72,4
Sanayii destek mekanizmaları	34,6	36,0	53,2	56,4	35,8	76,2
Sosyal güvenlik yükü (İstihdam vergisi)	23,0	28,0	26,2	25,0	77,0	64,4
Vergiler	41,8	28,0	28,0	26,8	73,0	62,0
Kambiyo rejimi (Kur politikaları)	20,0	29,0	31,4	26,8	62,4	51,6
Enflasyon	44,0	26,4	31,0	26,8	59,2	52,2
Girişimci ortamı	43,2	40,4	42,0	57,2	43,4	67,0
Ülke imajının sektöre etkisi	23,2	44,8	21,8	23,6	36,8	49,2
Siyasi istikrar	20,0	33,2	21,6	22,6	28,0	53,0
Bürokrasi	20,0	25,2	21,6	22,6	31,0	56,6
Yasal altyapı	28,6	39,2	23,2	23,0	29,8	59,2
Yabancı yatırımlar	20,0	24,6	25,2	39,0	24,8	60,0
Rekabet Gücü	38,8	43,0	32,8	41,4	51,4	64,2

Kaynak: İSO(2002), “ İmalat Sanayinin Uluslar arası Rekabet Gücüne Dönük AB ve Diğer Rakip Ülkelerle Karşılaştırma”, İSO Yayınları, No:2002/16

Bu bulgu Türkiye'nin siyasi ve ekonomik istikrarı sağlayamaması durumunda imalat sanayinin giderek rekabet gücünü kaybedebileceği tehdidini de ortaya koymaktadır. Rekabet gücü alanında periyodik olarak yapılan çalışmalarda son yıllarda Türkiye'nin rekabet gücü sıralamasında alt basamaklara düşüş eğilimi bu tehdidi doğrulamaktadır.

Gelişmiş ülkelerde rekabet gücünün artırılmasına yönelik çalışmalarda da birliğin rekabet gücünü arttıracak çeşitli tedbirler yürürlüğe koymakta ayrıca üye ülkelere bu yönde tavsiyelerde bulunmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Uluslar arası pazarlarda yaşanan rekabetten kazançlı çıkan ülkeler yaratılan katma değerden daha fazla pay alırken, diğer ülkelerle aralarındaki farkı açmaktadır. Yarışı kaybedenlerin ise doğan bu farkı kapatması giderek güçleşmektedir. Kazananlar

arasında olabilmek için bu rekabette sahip olunan güçlü yönlerin korunmasına ve zayıf yönlerin güçlendirilmesine yönelik strateji ve politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Geçmişte bu yönde hareket eden birçok gelişmekte olan ülke günümüzde gelişmiş ülkeler arasında yer alma başarısını göstermiştir.

Bu olgu rekabet gücü analizlerinin üründen ülke düzeyine kadar her aşamada yaygınlık kazanmasına yol açmıştır. Ülke düzeyinde rekabet gücü çalışmaları ülkelerin ilgili kamu kurum ve kuruluşları yanında son yıllarda özel araştırma kuruluşları tarafından da sürekli yapılmaya başlanmıştır.

Rekabet gücünün artırılabilmesi için öncelikle, genel anlamda kamunun ekonomideki istikrarı sağlayıcı makro-ekonomik politikalar izlemesi ve yatırımcılar için belirsizlik unsurunu en alt düzeye çekmesi gerekmektedir.

Son yıllarda rekabet gücünü etkileyen önemli yönelişler ortaya çıkmıştır. Bunlar, küresel ticaretin yayılması, bu bağlamda gümrük tarife oranları ve tarife dışı engellerin azalmasıdır. Bilgi ve bir kısım teknoloji ise zaman ve mekan sınırları tanımaksızın çok hızlı yayılmaktadır.

Bölgesel pazarlar ile bütünleşme yolunda olan ülkemizde rekabet olgusu büyük önem kazanmıştır. Rekabet gücünün objektif ölçütler ile alt sektörler itibarıyla gelişiminin ortaya konulabilmesi için rekabet ölçüm yöntemlerinin yaygın olarak bilinip uygulanmasında yarar görülmektedir. Bu yöntemler, şirketlere olduğu kadar, sektör kuruluşlarına da politika belirleme ve uygulamanın izlenmesi, kıyaslama, stratejik planlamalar için yardımcı olacaktır. Karşılaştırmalı üstünlükler anlayışıyla çalışmanın aşarak ulusal rekabetçi üstünlükler anlayışı ile çalışmayı sağlama dönemine girilmiştir. Dünya piyasalarına, tek tek şirketler olarak çıkmak yerine, alt sektörler boyutunda ülke olarak rekabet açabilmenin sağlayacağı üstünlükler, bu gibi bilinçli ve titiz çalışmalarla izleme ve yönlendirme yapmayı gerektirmektedir. Bu bağlamda Avrupa Birliği kısa vadede göstermiş olduğu köpük partisiyle bütün Avrupalı olma yolunda olan ülkelerin dikkatini çekmiş bulunmaktadır. Unutulmamalıdır ki orta ve uzun vadede rekabete ayak uyduramayan, bütünleşmenin ardındaki siyasi ve ekonomik gerçeklerin sürdürülememesi birliği güçlendiren hususlar olduğu gibi parçalanmayı ve dağılmayı da tetikleyen unsurlar olacaktır. Birlikteki temel siyasi ve ekonomik felsefenin özüne uygun davranamayan ülkeler birliğin getirdiği avantajların dezavantajlara dönüşmesinin yanı sıra eski ekonomik durumlarını da arar hale gelebilme ihtimalleri yükselecektir. Ortaya konulan Avrupalı kriterler dağılma ve parçalanma sürecini de hızlandıracak kriterler olarak da anılabilecektir.

Mal ve sermaye hareketlerinin serbestleştiği küreselleşen dünyada, özellikle gelişmiş ülkelerde sanayiye girdi teşkil eden faktör fiyatlarının giderek birbirine yaklaşması, sanayinin rekabet üstünlüğü kazanmasında verimlilik artışına yol açacak firma içi ve firmalar arası idari ve teknik organizasyonunun ve kaynakların etkin kullanımının önemini giderek artırmaktadır. Bu kapsamda, Bu kapsamda, Türk sanayiinde de rekabetçi üstünlüklerin geliştirilmesi amacıyla;

Ana ve yan sanayide karşılıklı fayda ve güven unsurunu tesis eden, aralarında ilişkilerin uzun dönemli ve işbirliğine dayalı olmasını sağlayan, ana ve yan sanayiini bir bütün olarak daha rekabetçi kılmayı amaçlayan bir yapının tesis edilmesi,

Yan sanayi firmasının üreteceği ürünün tasarımını da yapmasının veya ana ve yan sanayide ortak ürün geliştirilmesinin özendirilmesi, bu amaçla AR-GE desteklerinin ve danışmanlık hizmetlerinin etkin olarak kullanılması,

KOBİ niteliğindeki yan sanayi firmalarının çağdaş işletmecilik anlayışıyla yönetilmeleri hususunda gerekli desteğin sağlanması,

KOBİ'lere yönelik olarak kredi güvence fonu, risk sermayesi, finansman yatırım ortaklığı gibi alternatif finansman araçların geliştirilmesi,

Tam zamanında üretim/teslimat tekniklerinin özellikle yan sanayide uygulanması hususunda gerekli bilinçlendirme ve desteğin sağlanması,

Ana sanayi firmalarının nispeten büyük ölçekli yan sanayi firmalarından "sistem tedariki"ne yönelmesi,

Sektör derneklerinin, sektörün girdi-çıktı ilişkisini de dikkate alarak sektörler arası işbirliğine katkıda bulunacak şekilde hizmet sunması faydalı görölmektedir.

Reel kur hesaplamaları, makro ekonomik göstergeler ve insan kaynakları gibi daha sınırlı sayıda yapısal faktörlere dayalı ülke ve sektör rekabet gücü analizinden de söz etmek olasıdır.

Ülke düzeyinde yürütölen rekabet gücü çalışmalarının makro düzeydeki strateji ve politikaların geliştirilmesine katkısı yadsınamaz. Ancak alt ekonomik birimler için bu düzeydeki çalışmaların tek başına yeterli olması da söz konusu değildir. Bu nedenle rekabet gücü çalışmalarının sektörler, alt sektörler, işletmeler, ürün hattı ve ürün düzeyinde yürütölmesi gereklidir. Yürütölcek bu çalışmalar ekonomik birimlerin rekabet gücüne dayalı stratejilerinin belirlenmesini sağlayacaktır. Böylece rekabetçi ekonomik birimler, uluslar arası pazarlarda katma değerden daha yüksek pay alan rekabetçi bir ekonomi yaratacaktır.

Ürün, işletme ve sektör düzeyinde rekabet gücü konusunda yürütölen bu çalışmanın amacı rekabetçi bir ekonomi yaratma çabalarına girdi sağlamak ve katkıda bulunmaktır.

Araştırmada yürütölen saha çalışmasının verilerine bağlı olarak imalat sanayi işletmelerinin AB ve AB dışı rakip ölkelere göre rekabet güçleri saptanmaya çalışılmıştır.

Bu amaca yönelik olarak öncelikle kiminle, nerede ve hangi ölkelerle rekabet ediliyor sorularına cevap aranmıştır. Bunun için imalat sanayi işletmelerinin dış pazarlara açılma

düzeyleri, odaklandıkları dış pazarlar, bu pazarlardaki rakipleri, iç pazardaki yabancı rakipleri vb. araştırılmıştır.

Ürün, işletme ve sektör düzeyinde rekabet gücü konusunda yürütölen bu çalışmanın amacı rekabetçi bir ekonomi yaratma çabalarına girdi sağlamak ve katkıda bulunmaktır.

Ürün konusunda geliştirilen on bir faktöre bağlı olarak yürütölen rekabet gücü analizinde üreticilerin, kullanıcıların yerli ürünleri/markaları iç pazardaki yabancı ürünlerle karşılaştırmaları istenmiştir. Kullanan ve üretici işletmelerin verilerinden yararlanılarak rekabet gücü analizi yanında faktörler açısından algılama boşluğu (farklılığı) da araştırılmıştır.

işletme bazında rekabet gücü çalışmasında, işletme boyutunda geliştirilen 25 faktöre bağlı olarak işletmelerin rekabet gücü açısından durumları saptanmaya çalışılmıştır. Bu bulgular gruplandırılarak işletme ölçekleri ve sektörler bazında da değerlendirmeler yapılmıştır.

Son olarak, sektör rekabet gücü ölçümü için geliştirilen 27 faktör açısından imalat sanayi işletmelerinden sektörlerini değerlendirmeleri İSO'nun 2002'de yaptığı sonuçlar önemli görölmektedir. Değerlendirme sonuçlarına bağlı olarak ölçek ve sektör bazında rekabet gücü analizleri yürütölmüştür. Sektörlerin rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında enflasyon, kur politikaları, siyasi istikrar, bürokrasi gibi işletmeler tarafından kontrol edilemeyen faktörlerin gelmesi endişe vericidir. Bu bulgular imalat sanayi işletmelerinin kontrol edebildikleri ya da geliştirebilecekleri tüm diğer faktörlerde başarılı olsalar dahi, rekabet güçlerini yine de yeterince artıramayacaklarını göstermektedir. Bu nedenle siyasi ve ekonomik istikrarın en kısa sürede sağlanması, girişimci ortamını olumsuz yönde etkileyen kamunun imalat sanayi üzerindeki yükünün azaltılarak yatırımların hızlandırılması gerekmektedir. Aksi takdirde Türkiye, gelişmiş ölkelerle arasında giderek açılan farkı kapatamayacağı gibi hızla kaybedenler arasına katılabilecektir.

Sektörlerin rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında enflasyon, kur politikaları, siyasi istikrar, bürokrasi gibi işletmeler tarafından kontrol edilemeyen unsurlar gelmektedir. Elde edilen bulgular çalışmaya katılan işletmelerin çok önemli bir bölümünün (%71.6) ihracat yaptığını göstermektedir. İhracat yapan işletmelerin oranı ölçek ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Küçük ölçekli işletmelerde ihracat yapanların oranı %56.9, ortalarda %77.5 ve büyüklerde %82.3'tür. Bu bulgular Türk işletmelerinin dışa açılma olanağı bulduklarını ve başta büyükler olmak üzere dış pazarlara yöneldiklerini ortaya koymaktadır.

Yurtiçi ve yurtdışı yapılan çalışmalar ve Gelişmiş Ölkelerde Rekabet Gücünün Arttırılmasına Dönük UNICE'nin ve AB'nin ortaya koyduğu önerilerde; Avrupa Birliği'nin ve tek tek üye ölkelerin rekabet gücünü yükseltebilmeleri için alınması gereken tedbirler konusunda genel bir görüş birliği bulunmaktadır. Görüş birliği bulunan bu öneriler; Makroekonomik istikrar daha öngörülebilir olması, devletin piyasa

ekonomisine olumsuz etkilerini giderme, dünyadaki değişim dinamiklerine göre yeniden devlete rol verilme, kamu mali yönetimini etkinleştirme, ekonomik büyüme ve kalkınmanın belirleyicisinin girişimci olduğunu hükümetlerin bilmesi, yeni iş kurmanın maliyetleri rekabetçi, devlet düzenlemeleri de açık, basit ve anlaşılır ve adil olmalı, e-devlet uygulamalarının yaygınlaştırılması, emek piyasalarının değişen koşullara uyarlanabilecek şekilde esnek olması, işgücü piyasaları daha esnek olmalı, sermaye piyasaları finansal çeşitlilik ve rekabetçiliğe sahip olmalı, yeni rekabet girişimini özendirmek, öğrenim ve eğitimin insanlara, çalışma yaşamları boyunca kullanacakları yararlı bilgi ve becerileri kazandırmaları, teknoloji ve yeniliklerin geliştirilmesi, altyapı rekabete açılmalı, firmalar arası rekabet düzeyinin geliştirilmesi sağlanmalıdır. Avrupa Sanayi ve İşverenler Konfederasyonu Birliği (UNICE) ise rekabet gücünün arttırılması için daha güçlü bir girişimcilik ruhu, daha rekabetçi bir ortam, birinci sınıf bir bilgi altyapısı ve değişimi daha çok destekleyen toplum kısımlarında önerilerde bulunmuştur (Aktan, 2004).

KAYNAKÇA

- Aktan, Coşkun Can, Vural, İ.Y.(2004), "Rekabet Gücü ve Türkiye", TİSK Yayınları, Rekabet Dizisi 3, Yayın No:255, Ankara
- Aktan, C.C (2003)., "Türkiye'de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası", TİSK, 2003 <http://www.tisk.org.tr>, <http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yenirekabet/kavram.htm>
- Aktan Okan ve Tercan Baysan(1984), "Türk Ekonomisinin Dünya Ekonomisine Entegrasyonu: Liberasyon,Karşılaştırmalı Üstünlük ve Optimum Politikalar", ODTÜ Gelişme Dergisi, Cilt 12, Sayı 1-2,1984
- Argyris, Ch./Schön D.A.: 'Organisational learning. A theory of action perspective', Reading/Mass (1978).
- Aydın, Senem (2002), "Türkiye'nin Tam Üyeliğinin Avrupa Birliğine ve Türkiye'ye Katkıları", İKV Yayınları, No:168, İstanbul Mayıs, 2002, s.7
- Bertelsmann Foundation (ed.): 'Vocational Education and Training of Tomorrow', Volume 1 Documentation of the International Research, Gütersloh (1999).
- CEDEFOP: 'Training for a changing society. A report on current vocational education and training research in Europe 1998', Luxembourg (1999)
- Çiftçi Hakkı(2004), "İktisadi Gelişmede Uluslar arası Rekabet ve Ulusal Kurumlar Dinamiği", Seçkin Kitabevi, Ankara, 2004, s.7
- Davutoğlu, Ahmet (2003), "Stratejik Derinlik", Küre Yayınları 13. Baskı, Stratejik Araştırmalar:1, Haziran, 2003, İstanbul
- Dolar,D. ve Edward N. Wolff (1995), Competitiveness, Convergence and International Specialization. London: The MIT Press, s.3.
- DPT(1988), Türk Sanayinin AT Sanayi Karşısındaki Rekabet İmkanları", ÖİK Raporu, Ankara
- Dura Cihan, Atik Hayriye(2003), "Avrupa Birliği, Gümrük Birliği ve Türkiye", Nobel Yayın Dağıtım, genişletilmiş 2. Baskı, Yayın No:164, Ankara, s. 3
- Edquist: "Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations", Pinter/Castell, London, 1997.

- Erçin, Erhan(2002), "Avrupa Birliği Genişleme Süreci ve Türkiye", İKV yayınları, No:170, İstanbul, Ağustos 2002, ss 100-126
- Ergin, Feridun, "Uluslar arası Politika Stratejileri", İstanbul Üniversitesi yayınları 2008, İstanbul, s.9
- Fagerberg,J.(1995), "International Competitiveness", The Economic Journal. June, No: 98, s.255
- Francis A. and P. Tharakan (Eds.), The Competitiveness of European Industry. President's Commission On Industrial Competitiveness, Report of the President's Commission on International Competitiveness. Washington D.C., ss.3-7.
- Fontaine Pascal(2004), "12 Derste Avrupa", Avrupa Dökümantasyon Serisi, Lüksemburg Avrupa Toplulukları Resmi Yayınları Ofisi, 2004, ISBN TR 92-894-9566-9, Avrupa toplulukları 2004
- Gertler Meric: "Globalisation, Regional Economic Transition and Learning: Restructuring, Renewal and the Role of Culture", OECD, Forthcoming, 1999.
- Güran, Nevzat(1990), "Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü", Avrupa Topluluğu İlişkiler Başkanlığı, Eylül, Ankara
- Harrison R.Wess and P. L. Kennedy, "A Neoclassical Economic and Strategic Management Approach to Evaluating Global Agribusiness Competitiveness", Competitiveness Review. Vol 7-1, ss.14-19.
- Hatsopoulos,G. P. Krugman & L. Summers, "US Competitiveness: Beyond the Trade Deficit", Science. July, No:241, s.299.
- http://europa.eu.int/estatref/info/notes/en/read_me.htm, Erişim tarihi 30 Eylül 2005
- <http://www.lifelong.co.uk>, Erişim tarihi 30 Aralık 2005
- <http://newtels.euproject.org/go.cfm?PageId=602>
- İKV(2004), "15 soruda 15 AB Politikası Serisi Avrupa Birliği'nin Sosyal Politikası", Uzman Senem Aydın tarafından hazırlanmış, şubat 2004
- İSO(1995), "Gümrük Birliğinin İmalat Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkileri ve Bu Sektörün Rekabet Gücü", İSO Yayını, İstanbul
- Kansu,Işık (1997), "Emperyalizmin Yeni Masalı Küreselleşme", İmge Kitabevi yayını, 3.Baskı, Ankara

- John Cockburn, Eckhard Siggel, Massaoly Coulibaly and Sylvain Vezina(1998), "Measuring Competitiveness and Its Sources: The Case of Mali's Manufacturing Sector." African Economic Policy Paper. Discussion Paper Number 16, October 1998, s.1
- Kotan, Zelal (2002), "Uluslar arası Rekabet Gücü Göstergeleri Türkiye Örneği", TC Merkez Bankası Yayınları, Araştırma Genel Müdürlüğü, Ankara
- Lundvall, B.: 'The learning economy: challenges to economic theory and policy' Paper at EAEPE Conference, Copenhagen (1994).
- Markusen,J(1995), "Productivity, Competitiveness, Trade Performance and Real Income: The Nexus Among Four Concepts". Ottawa: Supply and Services Canada, 1992, s.8.
- Morin, Edgar (2005), "Avrupa Birliği'nin Açık Bir Ahlakı, Dinamik Bir Dini Henüz Oluşmadı", İktisat, İşletme ve Finans Dergisi Söyleşi, Yıl:20, Sayı 234, s.12, Eylül 2005, Ankara
- Moussis Nicholas(2004), "Avrupa Birliği Politikalarına Giriş Rehberi", Çev. Fethi, Ahmet, Mega pres Politika dizisi:1, ISBN:975-9031-00-0, İstanbul, s.XVII
- Morgan, K./Cooke, P.: 'The network paradigm. New departures in corporate and regional development'. In: Environment and planning, Nr.5. p.534-564 (1993).
- Öz Özlem(1999), "The Competitive Advantage of Nations: The Case of Turkey,Ushgate
- Porter, Micheal (1998), "Global Rekabette üstünlüğün Sırrı", Rekabet Dersleri, Capital Yönetim Dizisi:3, İstanbul
- Porter,M.E (1998)., The Competitive Advantage of Nations. New York: The Free Press, 1998, s.84.
- Ricahard Florida, "Learning Regions, Futures, Vol.27, No.5
- Storper, Michael: "The Resurgence of Regional Economics, Ten Years Later: the Region as a Nexus of Untraded Interdependencies", European Urban and Regional Studies 2, 1995.
- "Economic and Cultural Transition towards a Learning City - The case of Jena", OECD, Forthcoming 1999.
- Taşkın H., Adalı M.R. (2004), "Teknolojik Zeka ve Rekabet Stratejileri", Değişim yayınları, 1.Basım, İstanbul, ocak 2004, s.84

- Tekeoğlu, M., Güçray A. ve Önal Y.B.(2000), "2000'li Yıllara Girerken Adana İli Sosyo-Ekonomik Göstergeleri, Gelişme Potansiyeli ve Ticaret Kesiminin Mevcut Durumunun Analizi", Adana Ticaret Odası Araştırma Projesi, Mart 2000, Adana
- TİSK(1989), "Türk Sanayinin Avrupa Topluluğunda Rekabet Gücü ve Problemleri", İKV Yayını, İstanbul
- Türkan, Erdal (2001), "Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı", Turhan Kitabevi Yayınları, Birinci Bası, Ankara, s.107
- Usal Zeynep Oya (2005), "AB ve Türkiye İlişkileri Hakkında Doğru Bilinen Yanlışlar", İKV Yayınları No:178, İstanbul, Haziran 2005, s.6
- Ünlücan, Doğan(2004), "KOBİ'lerde Rekabet Stratejileri..." Çukurova Üniversitesi, İİBF, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Organizasyon Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana, s.33Velloso J.ve P. Des R.(1990), "International Competitiveness and the Creation of Enabling Environment", in: I. Ul Haque (Ed.), International Competitiveness: Interaction of the Public and Private Sectors. Collected Papers from an EDI Policy Seminar Held in Seoul, Republic of Korea, April 18, 1, 1990, EDI Seminar Series, Washington, D.C.: World Bank, ss.29-31.
- Yentürk, Nurhan (1993), "Yeni Rekabet Gücü Ve Sanayide Yeniden Yapılanma İçin Politika Önerileri", TMMOB Yayınları, 1993 Sanayi Kongresi, Yayın No:160, Bildiriler Kitabı 1. Cilt Ankara
- Yılmaz, Bahri(2003), "Turkey's Competitiveness in the European Union", Working Paper: 12 February 2003