

NANOPAZARLAMADA İLK HAREKET ETME AVANTAJI: TÜRK NANOTEKNOLOJİ PAZARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Solmaz Filiz KARABAĞ¹
Mehmet Cihan YAVUZ²

ÖZET

Günümüzde, gelişmiş pazarların doyması ile ilgi yeni gelişen pazarlara yönelmiştir. Stratejik avantaj sağlayacaklarından, yeni gelişen bir pazarda faaliyete başlama zamanı veya pazarda ilk hareket edilmesi durumu, önemli konulardır. Devrim niteliğinde değişiklikler yaratması beklenen “nano pazarlama” olgusunun, pek çok ülkeye olduğu gibi Türkiye’ye de, belirli pazarlarda, ilk hareket eden olma avantajı sağlayacağı öngörülmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada, genel olarak, dünyada nanoteknoloji pazarlarının gelişimi ve mevcut durumu incelenmekte ve özel olarak, Türkiye’nin ilk hareket eden olma avantajı sağlayabileceği nanopazar alanları irdelenmektedir. Çalışma sonunda Türkiye’nin tekstil, enerji, otomotiv ve yedek parçası, savunma (zırh, insansız hava araçları vb.), elemental bor, yenilikçi ürün geliştirme, nano pazarlama sistemleri gibi nanopazar bölümlerinde ve riskli alanlarda (nükleer, gayrisihhî, istihbarat vb.) ilk hareket etme avantajı yakalayabileceği değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İlk Hareket Eden Olma Avantajı, Nanopazarlama, Nanobilim, Nanoteknoloji Endüstrisi, Nanoteknoloji Pazarı (Nanopazar), Türkiye.

FIRST- MOVER ADVANTAGES IN NANO MARKETING: AN EXAMINATION ON TURKISH NANOTECHNOLOGY MARKET

ABSTRACT

Since developed markets had being saturated, today attention has directed to developing markets. Because they yield strategic advantages, starting time for business in a developing market or/and being a first-mover in the market are important issues. It has being foreseen that “nano marketing” phenomenon that is expected to create revolutionary changes, will yield first-mover advantages in distinct nano-markets to Turkey as well as to many other countries. From this point, in this study firstly, development and present condition of nanotechnology markets in the world are examined; in particular, nano-markets that Turkey could derive first-mover advantages are investigated. By the end of the study, it is evaluated that Turkey could derive first-mover advantages from textile, energy, automotive and its spare parts, defence (armour, unmanned aerial vehicle etc.), elemental boron, innovative product development, nano marketing systems sectors and critical areas (nuclear, non-healthy, intelligence etc.).

Keywords: First-Mover Advantages, Nano Marketing, Nanoscience, Nanotechnology Industry, Nanotechnology Market (Nano-market), Turkey.

¹ Arş.Gör., İşletme Ana Bilim Dalı, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ADANA, sfkarabag@cu.edu.tr

² Dr.İkm.Tğm., Öğretim Elemanı, Teknoloji Yönetimi Ana Bilim Dalı, KHO Savunma Bilimleri Enstitüsü, ANKARA, mcjavuz@kho.edu.tr