



ULUSLARARASI TİCARETTE RİSK VE REKABET YÖNETİMİ¹

1. Enes Yalçınkaya²

ORCID No 0009-0003-4723-2482

2. Gencay Karakaya³

ORCID No 0000-0002-2662-6031

Başvuru Tarihi: 25.04.2023

Kabul Tarihi: 04.05.2023

Yayın Tarihi: 25.05.2023

ABSTRACT

Küreselleşmeyle birlikte Risk yönetimi, ülke yöneticileri için hassas ve önemli bir konu haline gelmiştir. Riskle yakından ilişkili bir terim de belirsizliktir. Belirsizlik, istenmeyen sonuçlara yol açabilecek çoklu olasılıklar arasında kesinliğin bulunmamasıdır. Risk yönetimi, her ne kadar ülkedeki üst ve orta yönetim ekibini yakından ilgilendiren bir konu olarak görülse de ülkedeki tüm paydaşları yakından ilgilendiren bir konudur. Ayrıca risk yönetimi, sadece ülkedeki bir sektörü ilgilendiren bir konu değil, küresel ölçekte tüm sektörleri ilgilendiren ve önleyici araçların üretilmesini ve geniş ölçekte sürekli gelişmenin ilerlemesini zorunlu kılan geniş bir konudur. Bu çalışmada uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi bu konuda durum analizi yapılmış ve Türkiye'nin bu konudaki pozisyonu belirlenmiştir. Durum analizi bağlamında kullanılan başlıca yöntemler SWOT ve PESTEL analizidir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Ticaret, Risk Yönetimi, Rekabet Yönetimi, SWOT analizi, PESTEL Analizi

RISK AND COMPETITION MANAGEMENT IN INTERNATIONAL TRADE

ÖZET

Risk management became a sensitive and important issue for country managers with globalization. Multiple possibilities that can lead to undesirable results. Although risk management is seen as an issue that closely concerns the middle management team in the country, it is an issue that closely concerns all stakeholders in the country. In addition, risk management is not only an issue that concerns a sector in the country, but also a broad topic that concerns all sectors on a global scale and necessitates the production of preventive tools and the advancement of continuous development on a large scale. In this study, a situation analysis of risk and competition management in international trade has been made and Turkey's position became an issue. The main methods used as a SWOT and PESTEL analysis.

Anahtar Kelimeler: International Trade, Risk Management, Competition Management, SWOT Analysis, PESTEL Analysis

¹ Bu makale yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Enes Yalçınkaya, İstanbul Ticaret Üniversitesi, yalcinkayaen61@gmail.com

³ Doç. Dr. Gencay Karakaya, İstanbul Ticaret Üniversitesi, gkarakaya@ticaret.edu.tr



1. GİRİŞ

Dünyada küreselleşme sürecinin hız kazanmasıyla birlikte işletmelerin faaliyet alanları, rekabet biçimleri, organizasyon yapıları ve yönetim biçimleri değişmeye başlamıştır. Artık sadece yerel ülkelerdeki veya çok sınırlı bir uluslararası çevredeki faaliyetlerin etkisiyle mücadele etmek yerine, küresel rakipler ve küresel pazarlarla rekabet etmek gerekiyor. Bu nedenle ülke yöneticilerinin sorumluluğu, risk faktörlerini ortadan kaldırmaktır. Risk yönetimi, ülke yöneticileri için hassas ve önemli bir konudur. Yalın bir risk tanımı, risk durumunu en aza indirmek ve denetlemek için kaynakların koordineli ve ekonomik bir şekilde uygulanmasıyla takip edilen, bir kayıp veya hasarı ve beklenmedik olayları belirlemek, değerlendirmek ve öncelik vermek için seçilen bir faaliyet veya eylem olarak yapılabilir. Riskle yakından ilişkili bir terim de belirsizliktir. Risk yönetimi, her ne kadar ülkedeki üst ve orta yönetim ekibini yakından ilgilendiren bir konu olarak görülse de ülkedeki tüm paydaşları yakından ilgilendiren bir konudur. Ayrıca risk yönetimi, sadece ülkedeki bir sektörü ilgilendiren bir konu değil, küresel bazda tüm sektörleri ilgilendiren ve önleyici araçların üretilmesini ve geniş ölçekte sürekli gelişmenin ilerlemesini zorunlu kılan geniş bir konudur. Bu çalışmada uluslararası ticarette risk ve rekabet yönetimine dayanarak durum analizi kapsamında Türkiye'nin konuyla ilgili nerede olduğunun altı çizilmiştir.

2. ULUSLARARASI TİCARET VE RİSK KAVRAMI

Uluslararası ticaret, bir ülkenin belirli bir mal veya hizmetin üretiminde, özellikle o mal veya hizmeti üretmenin fırsat maliyetinin o ülke için diğer herhangi bir ülkeden daha düşük olması durumunda, karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olması nedeniyle oluşmaktadır. Bir ülke diğer ülkelerle ticaret yapmamayı tercih ederse, bu otarşi olarak kabul edilmektedir. Uluslararası ticaret, en az iki farklı ülke arasında bir mal veya hizmeti ile gerçekleşen bir değişimdir. Değişimler ithalat veya ihracat olabilmektedir. İhracat, yurtdışında üretilen Daha sonra diğer ülkelerde ikamet eden müşterilere satılan mal ve hizmetler. İthalat, yurtdışında üretilen Bir ülkenin sakinleri tarafından dünyanın geri kalanından ürün yerine mal ve hizmet satın alınmasıdır.

Risk, belirsiz olayların olasılığı ile ilişkilendirilebilmektedir. Risk yönetimi, risklere paralel olarak mevcut fırsatları değerlendirmeyi ve bunlardan işletme lehine yararlanmayı da içermektedir. Demirelli ve Taner, iç ve dış kaynakları daha çok ekonomik açıdan ele alsalar da belirli bir durumda risk kavramını büyük ölçüde etkileyebilecek başka kaynaklar da vardır (Demirelli ve Taner, 2009). Dahası, Gasparini ve diğerleri diğerlerini risk yönetimi kapsamında gerekli izlenimleri vermiştir. Risk yönetimi daha çok finansal konularla ilgili olsa da sosyal, kültürel, yasal, teknik ve daha birçok konudan kaynaklanan başka risk türleri de bulunmaktadır (Gasparini ve diğerleri, 2004). Belirsizliklere karşı gerekli önlemlerle yapılarını organize ettikleri sürece işletmeler yeterince güvenli olacaktır. Bu sürece uymayanlar çok ağır yükler ile karşılaşabilmektedirler veya yok olabilmektedirler. Bir işletmenin işleyişini etkileyen riskler çok çeşitlidir. Bu riskler yangın, deprem, sel gibi doğal afetler; yetersiz iş gücü, devamsızlık ve düşük performans gibi insan temelli; ekonomik gerileme, durgunluk, kur farklılaşmaları, girdi eksikliği ve girdilere göre fiyat dalgalanmaları; yasal, sosyal, kültürel konular; hacker saldırıları ve yazılım ve veri korsanlığı; siyasi sorunlar, konjonktürler ve küresel olumsuz gelişmelerdir (Cerullo ve Cerullo, 2004).

Uluslararası ticaretle uğraşan işletmeler, yalnızca yerel risklerle değil, aynı zamanda etik, ulaşım, fikri mülkiyet, kredi, para birimi ve çok daha fazlası gibi diğer iş geliştirme riskleriyle de uğraşmak zorundadır. Şirketlerin uluslararası iş yapmaktan dolayı karşılaştıkları riskler şunlardır: İşletmeler için başlıca uluslararası riskler arasında döviz ve siyasi riskler yer almaktadır, döviz riski, genellikle yerel para biriminin bir yabancı para birimine göre değer kazanmasıyla ilgili olarak, para birimi değerindeki dalgalanmalar riskidir ve politik risk, ülkeler ticaret engelleri gibi bir işletmeyi olumsuz etkileyebilecek politikaları değiştirdiğinde ortaya çıkmaktadır. Riskten korunma stratejileri kullanmak ve politik risk sigortası satın almak, şirketlerin uluslararası iş risklerinin etkisini azaltabilmelerinin iki yoludur (Demireli ve Taner, 2009).

Sistemik riskler, borsada var olan doğal risklerdir. Tüm varlık sınıfını etkilediklerinden "çeşitlendirilemeyen risk" veya "piyasa riskleri" olarak da adlandırılmaktadırlar. Sistemik risk türleri arasında faiz oranı değişiklikleri, durgunluklar veya enflasyon yer alabilmektedir. Bolgün ve Akçay'ın açıkladığı gibi, iyi çeşitlendirilmiş varlık portföyü risk azaltma anlamına gelmez, ancak genel olarak



bireysel yatırımcılar için riski azaltır gibi görünse de sistemik riski artırmaya devam eder (Bolgün ve Akçay, 2009). Sistemik olmayan risk, daha geniş bir pazar veya endüstri ile paylaşılmayan risk türüdür. Yönetimleri, mali yükümlülükleri veya konumları nedeniyle genellikle tek bir şirkete özgüdür. Sistemik olmayan riskler iki türde ortaya çıkmaktadır. İş riski, bir şirketin gelirini ve performansını etkileyen tüm dahili faktörleri içermektedir. Finansal risk, bir şirketin borcu ve öz sermayesi ile ilgilidir. Birçok sistemik türlerden bir tanesi olan enflasyon, faiz oranındaki hareket, işsizlik oranının yüksek olması, vergi kanunlarındaki değişiklikler, fiyat dalgalanmaları ve diğer taraftan sistemik olmayan türlerden birisi de işletme maliyetlerinin yüksek olması, yüksek iş gücü devri, pazara yeni bir rakibin girişi ve şirketlerin finansal tablolarında manipülasyon (Drake ve diğerleri, 2010)

3. DIŞ TİCARETE KARŞILAŞILAN RİSKLER VE YÖNETİMİ

Uluslararası dış ticarete riskler ve yönetimi şu şekilde ayrılabilir: operasyonel riskler, finansal riskler, operasyonel risklerin yönetimine dayalı dış ticaret işlemleri ve finansal risklerin yönetimine dayalı dış ticaret işlemleri.

Operasyonel risk, bir şirketin belirli bir alanda veya endüstride günlük iş faaliyetlerini yürütmeye çalışırken karşılaştığı belirsizlikleri ve tehlikeleri özetler. Belirli bir iş riski, sistemik risk olarak bilinen tüm bir pazara veya segmente özgü sorunlardan veya siyasi veya ekonomik olaylar gibi dış güçlerden ziyade dahili prosedürlerin, insanların ve sistemlerin başarısızlığından kaynaklanabilmektedir (Incoterms, 2010). Teslimat süreci, dış ticarete anahtar süreçlerden biridir. Kargonun teslim edilme olasılığı açısından en küçük risk bile hem satıcı hem de alıcı için ölümcül olabilir. Bir yük depolandığında veya karayolu, demiryolu, hava veya deniz yoluyla nakledilirken, mal sahibi için çok maliyetli olabilecek ve iki taraf arasında anlaşmazlığa neden olabilecek şekilde hasar görme, kaybolma veya çalınma olasılığı vardır. Bu nedenle kargo tüm aşamalarda (üretim, nakliye, teslimat ve teslimat sonrası depolama) tamamen emniyete alınmalıdır. Uluslararası ticaret, ihracatçı ve ithalatçı arasındaki ödemelerin zamanlaması konusunda belirsizliğe neden olan bir risk yelpazesi sunar. Her ihracat satışı için tam ve zamanında ödeme almak nihai hedeftir, alıcının ihtiyaçlarını karşılarken aynı zamanda ödeme riskini en aza indirmek için uygun bir ödeme yöntemi dikkatle seçilmelidir. Uluslararası ticaret, uluslararası lojistik süreçlerindeki başarısızlıklar nedeniyle ciddi şekilde kesintiye uğrayabilir. Taşıma riski, taşıma sırasında malların hasar görmesi, kaybolması veya bozulması riskidir. İthalatçının malların eline geçmesinde gecikme, ürünün eskimesi, gıdaların bozulması, nakliye sırasında ürünün zarar görmesi gibi riskler bulunmaktadır. Taşıma işlemleri için malın beklenen süre içerisinde ithalatçıya ulaşması gerekmektedir. Sigortanın bir risk yönetimi aracı olarak kullanılması yaygındır. Sigorta öncelikle yasal bir kurumdur. Bu, olası zararların karşılanması amacıyla taraflar arasında yapılan özel bir sözleşmedir. Sigorta sözleşmesi; sigortalının menfaatlerine karşı bir risk oluşması durumunda tazminat sağlama veya sigortalının hayatındaki belirli olaylar için ödeme yapma taahhüdü anlamına gelmektedir. Sözleşme ile taraflar karşılıklı yükümlülük altına girmektedirler (MEGEP, 2007). Ticari işlemlerde belgeler, malların kendisi kadar önemlidir ve malları temsil eden belgeler olarak kabul edilmektedir. Belgelerin düzenlenmesinde yapılması gereken hatalar ciddi sorunlara yol açabilmektedir. Belge riskinin gerçekleşmesi durumu ithalatçı için, bedeli ödenen eşyaya ilişkin belgeleri alamama veya belgelerin eksik veya yanlış gönderilmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle dış ticaret, doküman yönetimini iyi bilen, iyi eğitilmiş ve yetkin personel tarafından yapılmalıdır (Alkılıç, 2011).

Finansal risk durumunda, bir şirketin nakit akışındaki yükümlülüklerini yerine getirmede yetersiz kalma olasılığı bulunmaktadır. Her kuruluş borçlarını ödemek için yeterli nakit akışına sahip olmalıdır ve bu yüzden finansal risk yönetimi bir şirketin likiditesini dikkate almalıdır. Her şirketin kısa vadeli taahhütlerini ödemek için dönen varlıkları olup olmadığını devamlı olarak takip etmelidir (Akkaya ve Azimli, 2018). Finansal risk türleri arasında en önemlilerinden biri piyasa riskidir. Bu risk türü, arz ve talep dinamikleri nedeniyle ortaya çıktığı gibi çok geniş bir kapsama sahiptir. Piyasa riski, büyük ölçüde, yalnızca bir şirketin değil tüm şirketlerin performansını etkileyebilecek ekonomik belirsizliklerden kaynaklanmaktadır (Aktaş, 2008). Aynı şey pazardaki yenilikler ve değişiklikler için de geçerlidir (Korkmaz, 2001). Genellikle alıcıların vadesinde ödeme yapamaması nedeniyle kredi risk doğabilir. Alıcı ödemeyi yapsa bile alıcının ülkesindeki durumlar, fonların (ödemenin) ihracatçıya zamanında ulaşmasını engelleyecek şekilde değişebilir. Bunun sebepleri savaş, iç savaş, darbe veya diğer doğal sebepler olabilir. Uluslararası ticaret bağlamında ülke riski, belirli bir ülkeye yatırım yapmakla ilgili



belirsizlik düzeyi, özellikle de bu belirsizliğin yatırımcılar için ne ölçüde kayıpla sonuçlanabileceği olarak tanımlanır. Bir devlet için finansal risk aşağıdaki durumlarda ortaya çıkmaktadır: devletin para politikasının kontrolünü kaybetmesi, enflasyonu kontrol edememesi veya isteksizliği devletin tahvillerini temerrüde düşürmesi ve diğer borç sorunları (Ayaydın ve diğerleri, 2017).

Operasyonel risklerin yönetimine dayalı dış ticaret işlemlerinde karşılaşılan riskler aşağıdaki gibidir. Nakliye riskleri ister yurtdışına ister yerel olarak mal gönderilsin, kontaminasyon, el koyma, kaza, vandalizm, hırsızlık, kayıp ve kırılma gibi sorunlarla karşılaşabilir (Bayrakdaroğlu ve diğerleri, 2013). Ülke ve siyasi riskler; bunlar, tarife dışı ticaret engelleri, merkez bankası döviz kuru düzenlemeleri veya belirli ülkelerde belirli ürünlerin satışının yasaklanması gibi risklerdir (Akkaya ve Azimli, 2018). Borsa kontrol yönetmeliği; bazı gelişmekte olan ülkeler, ülkelerinden ve ülkelerine para akışı ile ilişkili belirli döviz kontrol düzenlemelerini işletmektedir. Bu düzenlemelerin ticaret yapmayı düşünülen ülkede geçerli olup olmadığını belirlemek gerekmektedir. Bunun nedeni, bunların ödemeleri geciktirebilme ihtimalidir (Aktaş, 2008). Yasaklı mallar; dış ticaret işlemlerinin yürütülmesi istenilen ülke tarafından sunulan ithalat / ihracat ödenekleri hakkında temel araştırmalar yapıldığından emin olmak gerekmektedir. Bazı ülkelerde yasaklanmış veya kısıtlanmış birçok ürün vardır (Alsu, 2019). Belirli ürünleri ihraç ederken, ihracat yapılacak ülkenin gereksinimlerini karşılamaları için doğrulanmaları önemlidir (Korkmaz, 2001).

Kredi riski, bir hesap alacağının tahsil edilmemesiyle ilişkili risktir. İşletmelerin küresel pazarlara açılırken kendilerini bu riske karşı koruyabilecekleri çeşitli yollar vardır. Ödemeyi tam olarak almak; bu, ödeme yapılmama riskini ortadan kaldırır ve akreditif; bu hem satıcıya hem de alıcıya koruma sağlar. Gönderinin ayrıntılı bir açıklamasını ve satış şartlarını içerir. Aşağıdaki öneriler riskleri azaltmak için yardımcı olacaktır: yapılan satışlar üzerinden kar marjlarının istikrara kavuşturulması, dalgalanan oranların satış ve satın almalar üzerindeki olumsuz etkisini azaltmak, nakit akışı kontrolünün artırılması ve yerli ve yabancı fiyatlandırmanın basitleştirilmesi.

4. ULUSLARARASI TİCARETTE KARŞILAŞILAN REKABET ORTAMI VE YÖNETİMİ

Rekabet edebilirlik, bir ülkenin vatandaşlarının gelir düzeyini sürdürülebilir bir şekilde koruyarak üretilen hizmet ve ürünlerin serbest piyasa koşullarında uluslararası pazarlarda satış yapabilme düzeyidir (Fagerberg, 1988). Yerli şirketler arasındaki yerel rekabet düzeyi ile uluslararası şirketler ve ticaret birlikleri arasındaki uluslararası rekabet düzeyi arasında birçok fark vardır. Gürpınar ve Sandıkçı'nın bahsettiği, üretim alanının yeni yöntemler, süreçler ve teknolojiler getirme yetkinliği gibi değişim ve uyum sağlama yeteneğinin geliştirilmesinin, genel firma düzeyinde rekabet edebilirliğe güçlü bir katkısı olabileceği anlamına geliyordu. Ancak, şirket zaten yüksek rekabet gücüne sahipse, daha büyük finansal kazanç elde etmek için sınırlarını daha da zorlamamalıdır. Bu, sonuç olarak, azalan getirilerin tersi sonucunu yaratabilir (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:107).

Bir işletmenin ulusal veya bölgesel bir pazardaki rekabet gücü, benzer bir pazardaki rakipleriyle kıyaslanırken, bir sanayi kuruluşunun rekabet gücü, ticari ilişki bulunan farklı bölge veya ülkelerdeki sanayi kuruluşlarıyla kıyaslanabilir. Başka bir deyişle, endüstri düzeyinde rekabet edebilirlik, endüstri kuruluşlarının küresel pazarların taleplerini rakip kuruluşlar kadar verimli veya onlardan daha iyi karşılayan hizmet ve mallar üretebilmesi ve bu hizmet ve hizmetleri mümkün kılan yenilik ve icatları gerçekleştiribilmesi anlamına gelir (Köseoğlu, 2012:46).

Uluslararası rekabet gücü yüksek bir ekonomi, yüksek ve sürdürülebilir verimlilik artışı sağlayan, yaşam standartlarını yükselten bir ekonomik yapıya ihtiyaç duymaktadır. Özetle evrensel rekabet edebilirlik kavramı, bir ulusal ekonominin büyüme yeteneğini inceler. Bir ülkenin üretkenlik seviyesini belirleyen faktörler, politikalar ve kurumlar bütünüdür ve büyüme. Bir önceki bölümde bahsedildiği gibi Köseoğlu, ulusal rekabet gücünden bahsederken yaşam standardı, yüksek verimlilik düzeyi ve ekonomik standartları yakından ilişkilendirir. Ulusal rekabet gücünden bahsederken yaşam standardı, yüksek verimlilik düzeyi ve ekonomik standartları yakından ilişkilendirir (Köseoğlu, 2012: 47-48).

Şirketin nasıl yönetileceği ve üretiminin tüm seviyelerinde performansın değerlendirilmesi ve işlev- dağıtım tesislerinin sağlam kaynakları, pazarlama, etkin performans yönetimi konusunda yüksek farkındalık, rekabet avantajı için önemli bir kriter olarak gösterilmektedir.



Bir firma, bir ülkenin çok güçlü olduğu bir pazarda rekabet ederse, bu ev sahibi ülke küresel pazardaki işlemleri bloke edebilmektedir veya politikalarını bozabilmektedir (Czinkota, 1999). Bazen firmalar ihracat hacimlerini artırmak ve küresel bir strateji oluşturmaya çalışmak için büyük pazarlarda satış yapmak isteyebilmektedirler. En önemli olgulardan biri, kümelenmelerin veya firmaların coğrafi yoğunlaşmasıdır. Bu yoğunlaşma bölgesel, ulusal ve küresel düzeylerde gerçekleşir. Bu şekilde oluşan şirketler grubunun yatay ve dikey entegrasyonu, yakın kurumsal ilişkileri, ürün tedarik transferini ve dağıtım mekanizmalarını genişleterek rekabeti canlandırmıştır ve ekonomik büyüme canlılık kazanmıştır (Wheelen ve Hunger, 2011). Bu şirketlerin ülkeye yaptıkları yatırımlar sayesinde verimlilik artışları ve istihdam kapsamı, kaynak tahsisi, yeni teknolojilerin ortaya çıkması, ölçek ekonomilerinin büyümesi vb. olumlu bir ayrıcalık veya yararlanılacak fayda olarak görülüyor (Barney ve Hesterly, 2009).

Beş rekabet gücü, her sektördeki toplam rekabet miktarını belirlemektedir. Stratejinin özü, rekabetle başa çıkmaktır ve rekabet, bir endüstrinin altında yatan ekonomiye dayanmaktadır (Porter, 1980).

1. Pazara girme riski; yeni giriş tehdidinin düşük olması, giriş engellerinin yüksek olması nedeniyle bir sektörü cazip hale getirdiği söylenebilir. Ayrıca, mevcut şirketler artan kar potansiyelinden yararlanabilmektedir. Aksine, yeni girenlerin yüksek tehdidi, giriş engellerinin düşük olması nedeniyle bir sektörü daha az çekici hale getirir. Bununla birlikte, bunun bir endüstrinin rekabet ortamını şekillendiren güçlerden biri olduğu ve endüstrinin çekiciliğini belirlemeye yardımcı olduğu kesinlikle söylenebilir.

2. Rakiplerin rekabeti; yeni giriş tehdidinin düşük olması, giriş engellerinin yüksek olması nedeniyle bir sektörü cazip hale getirdiği söylenebilir. Ayrıca, mevcut şirketler artan kar potansiyelinden yararlanabilmektedir. Aksine, yeni girenlerin yüksek tehdidi, giriş engellerinin düşük olması nedeniyle bir sektörü daha az çekici hale getirir. Bununla birlikte, bunun bir endüstrinin rekabet ortamını şekillendiren güçlerden biri olduğu ve endüstrinin çekiciliğini belirlemeye yardımcı olduğu kesinlikle söylenebilir.

3. İkame mallar tehdidi; Rahat ve uygun fiyatlı bir ikame, bir şirketin konumunu zayıflatabilir ve kârlılığını tehdit edebilir. Yakın ikame ürünlerin mevcudiyeti, bir sektörü daha rekabetçi hale getirir, ancak sektördeki firmalar için kâr potansiyelini azaltır. Öte yandan, yakın ikame ürünlerin olmaması, bir sektörü daha az rekabetçi hale getirmekte ve sektördeki firmalar için kâr potansiyelini artırmaktadır.

4. Müşterilerin gücü; bu faktör, fiyat değişikliklerinin müşterilerin satın alma kararlarını ve piyasa fiyatlarını düşürme yeteneklerini nasıl etkilediğini dikkate almaktadır. Alıcılar, sayıları az ancak ikame ürün miktarı yüksek olduğunda daha fazla pazarlık gücüne sahiptir. Sonuç olarak, fiyatların düşmesine ve şirket kârının düşmesine neden olabilmektedirler.

5. Tedarikçilerin gücü; bu faktör, bir şirketin erişebildiği tedarikçilerin sayısını ve tedarikçilerin fiyatları ne kadar kolay yükseltebileceğini veya ürün kalitesini düşürebileceğini hesaba katar. Bir şirket ne kadar çok tedarikçi arasından seçim yapmak zorunda kalırsa, daha az maliyetli veya daha kaliteli bir ürün üreten bir tedarikçiye geçmek o kadar kolay olur. Bir şirketin ihtiyaç duyduğu ürünleri az sayıda tedarikçi sunarsa, daha fazla güce sahip olurlar ve hizmetleri için daha fazla ücret alabilirler. Sonuç olarak, şirketin karı azalabilir.

Firmalar hayatta kalabilmek, daha karlı olabilmek ve pazar payını artırabilmek için stratejiler oluşturmalıdır:

- Maliyet liderliğinde, bir firma kendi sektöründe düşük maliyete sahip bir üretici olmaya başlamaktadır. Yaygın olarak tartışılan üç genel strateji vardır;

- Farklılaştırma stratejisinde firmalar, alıcılar tarafından değerli olan konularda kendi sektörü içerisinde benzersiz olmaya çabalamaktadır. Sektördeki çoğu alıcının önemli gördüğü bir veya daha fazla özelliği seçerler ve bunları bu ihtiyaçları karşılamak için benzersiz bir şekilde konumlandırır. Benzersizliği için premium bir fiyatla ödüllendirilmektedirler.



• Odaklanma stratejisi, maliyet liderliği ve farklılaştırma stratejisini değiştiren iki kategoriye ayrılan üçüncü bir kategoridir. Her iki durumda da odak stratejisi, genellikle bir niş pazar olarak adlandırılan benzersiz ihtiyaçları veya istekleri olan müşteriler üzerinde yoğunlaşmayı ifade etmektedir.

5. MATERYAL VE METOD

Bu çalışmanın amacı, uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimine ilişkin durumsal bir analiz üretmek ve Türkiye'nin bu alandaki konumunu belirlemektir. Durum analizin genel amacı, ele alınan konunun her konu içinde tam olarak nerede olduğunu analiz etmektir. Durum analizinde kullanılan temel yöntemler SWOT analizi ve PESTEL analizidir. Tez çalışmasında durum analizi yapılmaktadır. Durum analizinde SWOT analizi ve PESTEL analizi uygulanmaktadır. Analizler çerçevesinde kullanılan verilerin toplanması sürecinde, akademik makale ve tezler, yıllık faaliyet raporları, firmaların ve odaların yıllık raporlarından faydalanılmaktadır. Elde edilen bilgiler ışığında SWOT ve PESTEL analizi yapılmaktadır.

6. BULGULAR

SWOT yöntemi 1960'larda Albert Humphrey tarafından tanıtılmıştır. Bu yöntem, bir iş operasyonunun güçlü yönlerini, zayıf yönlerini, fırsatlarını ve tehditlerini belirleyerek verimliliğini sağlamak için yararlı bir araç olarak görülebilir. Bir planlama sürecinde SWOT analizi yaparak, bir işletmenin gelecekteki gelişimi etkileyebilecek birden fazla faktör hakkında farkındalığı artırmasına olanak tanır. SWOT analizinin temel amacı, bir kuruluşun stratejisini, eylemini veya girişimini etkileyen güçleri belirlemeye odaklanmaktır. Dikkate alınması gereken iç ve dış faktörler vardır. Güçlü ve zayıf yönler tipik olarak aşağıdakiler gibi iç faktörlerdir:

- Konum, tesisler vb. dâhil olmak üzere fiziksel kaynaklar
- Çalışanlar, beceri tabanları, eğitim düzeyleri vb. dâhil olmak üzere insan kaynakları
- Gelir kaynakları, yatırım fırsatları vb. dâhil olmak üzere finansal kaynaklar
- Çevrenin kalitesi, ekosistem çeşitliliği vb. dâhil olmak üzere doğal kaynaklar

Bir kuruluş aşağıdaki gibi dış faktörler olan fırsatları ve tehditleri tanımlayabilir:

- Müşterilerin ihtiyaç ve beklentileri, yeni ürünler, teknoloji geliştirme vb. dâhil olmak üzere pazar eğilimi
- Politika ve düzenleme

Bu analizin temel zayıflığı, temel teorik kavramdan değil, pratiğe ne ölçüde uygulanabileceğinden kaynaklanmaktadır. Özellikle, hangi faktörlerin güçlü veya zayıf yön olarak kabul edilebileceğine karar vermek zor ve karmaşıktır, çünkü bu faktörler farklı bağlamlara ve bakış açılara dayandırılabilir. Genel olarak, bir SWOT analizi aşağıdaki adımları içerecektir.

1. Adım: Hedefinizi Belirleme; Bir SWOT analizi geniş olabilir, ancak analiz doğrudan bir hedefe işaret edilirse daha fazla değer üretecektir.

2. Adım: Kaynakları Toplama; Her SWOT analizi değişecektir ve bir şirketin farklı SWOT analiz tablolarını bir araya getirmeyi desteklemek için farklı veri kümelerine ihtiyacı olabilir. Verilere ek olarak, bir şirket analize dahil olmak için doğru personel kombinasyonunu anlamalıdır.

3. Adım: Fikirleri Derleme; SWOT analizinin dört bileşeninin her biri için, analizi yapmakla görevlendirilen kişi grubu, her kategorideki fikirleri listelemeye başlamalıdır. İç faktörleri sıralarken dikkate alınması gereken sorular şunlardır: Neyi iyi yapıyoruz?, En güçlü varlığımız nedir? (Güçlü), ve aleyhtarlarımız nelerdir? En düşük performanslı ürün serilerimiz nelerdir? (Zayıf). Dış faktörleri sıralamak olası ve potansiyel sorular aşağıdaki gibidir; Pazarda hangi eğilimler ortaya çıkıyor? Hangi demografileri hariç tutulmuştur? (Fırsat), ve kaç rakip var ve pazar payları nedir? Faaliyetlerimize veya ürünlerimize zarar verebilecek yeni düzenlemeler var mı? (Tehdit).



4.Adım: Bulguları İyileştirme; Herkesin sahip olduğu düşünceleri rafine ederek, bir şirket yalnızca şirket için en iyi fikirlere veya en büyük risklere odaklanabilir.

5.Adım: Stratejiyi Geliştirme; Güçlü yönlerin, zayıf yönlerin, fırsatların ve tehditlerin sıralanmış listesiyle donanmış olarak, SWOT analizini stratejik bir plana dönüştürmelidir. Analiz ekibinin üyeleri, her kategorideki öğelerin madde işaretli listesini alır ve özgün hedef hakkında rehberlik sağlayan sentezlenmiş bir plan oluşturulmalıdır. Örneğin, yeni bir ürün piyasaya sürüp sürmemeyi tartışan şirket, mevcut ürünü için pazar lideri olduğunu ve yeni pazarlara açılma fırsatı olduğunu tespit etmiş olabilir. Bununla birlikte, artan malzeme maliyetleri, gergin dağıtım hatları, ek personel ihtiyacı ve öngörülemez ürün talebi, güçlü yönlerden ve fırsatlardan daha ağır basabilir. Analiz ekibi, maliyetlerin düşmesi ve piyasa talebinin daha şeffaf hale gelmesi umuduyla altı ay içinde kararı tekrar gözden geçirme stratejisini geliştirilmelidir.

Bir SWOT analizi, şirketlerin sahip olduğu tüm büyük sorunları çözmez. Bununla birlikte, SWOT analizinin stratejik karar vermeyi kolaylaştırmada çeşitli avantajları vardır.

SWOT analizi, karmaşık problemleri daha yönetilebilir hale getirir. Analiz edilmesi gereken çok miktarda veri ve karmaşık Genel olarak, her fikrin analiz edildiği ve işlerin önem sırasına göre sıralandığı bir SWOT analizi, büyük, potansiyel olarak bunaltıcı sorunları daha sindirilebilir bir rapor halinde özetler

SWOT analizi, dışarıdan düşünmeyi gerektirir. Şirketler genellikle karar verirken yalnızca dahili faktörleri dikkate alma eğilimindedir. Ancak, genellikle şirketin kontrolünün dışında olan ve işle ilgili kararların sonucunu etkileyebilecek faktörler vardır. Bir SWOT analizi, hem bir şirketin kontrol edebileceği iç faktörleri hem de kontrol edilmesi daha zor olan dış faktörleri içerir.

SWOT analizi hemen hemen her iş sorununa uygulanabilir. Analitik kuruluşlar, ekipler veya kişilerle ilişkilendirilebilir. Ayrıca tüm ürün gruplarını, yeniden markalaşmayı, coğrafi genişlemeyi veya satın alımları analiz edebilirsiniz. SWOT analizi, birçok uygulaması olan çok yönlü bir araçtır.

SWOT analizi, çeşitli veri kaynakları kullanır. Firmalar içsel bilgileri güçlü ve zayıf yönleri için kullanabilirler. Firmaların ayrıca fırsatlar ve tehditler için geniş pazarlar, rakipler veya makroekonomik güçler hakkında dış bilgi toplaması gerekir. Tek, potansiyel olarak önyargılı bir kaynağa güvenmek yerine, iyi bir SWOT analizi çeşitli açıları derlemektedir.

Bir SWOT analizi hazırlamak çok maliyetli olmayabilir. Bazı SWOT raporlarının aşırı derecede teknik olması gerekmez. Bu nedenle, birçok farklı çalışan, eğitim veya dışarıdan tavsiye almadan hazırlanmasına katkıda bulunabilir. Hangi eylemlerin yapılması gerektiğine ve eğilimlerin izlenmesi gerektiğine karar verilmelidir.

Güçlü Yönler: Aşağıdaki normlarda uluslararası ticarete Türkiye'nin güçlü yönlerini ve risk ve rekabet yönetimi sistemini tartışmaktadır:

- Ürünlerini online satmak için dijital pazara uyum sağlamayı başaran şirketler, gelirlerinde artışı
- Rakiplere göre ucuz işgücü
- Jeopolitik konumu (Hem Avrupa hem de Asya ülkelerine yakınlığı)
- Uluslararası ticaret ve iklim değişikliği ile çevre düzenlemesi alanlarında kurumsal ve yasal altyapının varlığı;
- Avrupa Birliği'ne aday ülke statümüz nedeniyle yakın ekonomik ve siyasi bağlarımızı sürdürüyoruz.
- Uluslararası iş birliği tecrübesi
- Genç nüfusa dayalı değişim ve dönüşüm kapasitesi
- Türk girişimciliği ve sanayiciliğinin ülke geneline yayılmış olması ve girişimcilik geleneği



Zayıf Yönler: Bu maddede, Türkiye'nin zayıf yönlerini ve uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi sistemini açıklamaktadır:

- Enflasyon
- Faiz oranındaki hareket
- İşsizlik oranının yüksek olması
- Fiyat dalgalanmaları
- İşletme maliyetlerinin yüksek olması
- Yüksek iş gücü devri
- Şirketlerin finansal tablolarında manipülasyon yapması
- 2018'den bu yana makroekonomik göstergelerin zayıf performansı nedeniyle daha yavaş yabancı sermaye girişleri özellikle (Avrupa Birliği fonlarındaki azalma)
- Doğal kaynakların kıtlığı
- Altyapı yatırımları ile iklim değişikliğine dair hedeflerin eşleşmemesi
- Küresel iş birliğine katılımında geç kalınması

Tehditler: Bu madde uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi ilgili Türkiye'nin ve sistemin fırsatları sıralanmıştır.

- Özel sektör ve Kamu arasındaki yürütme eksikliğinden kaynaklı görüş alışverişi eksikliği
- Pazara yeni bir rakibin girişi
- Vergi kanunlarındaki değişiklikler
- Öngörülebilir yatırım ortamının temin edilememesi kısıtlamalara yol açması
- Uluslararası ticarete yaşanan ihracat kısıtlamaları

Fırsatlar: Bu maddede uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi ilgili Türkiye'deki ve sistemdeki tehditler sıralanmıştır:

- Covid-19 ile tüm ülkelerdeki üretim düşüşü
- Avrupa Birliği ile ekonomik ilişkiler yoluyla iklim değişikliği konusunda iş birliğini genişletmek, teknoloji ve kaynak transferini sağlamak.
- Jeopolitik konumu ve ulaştırma maliyetlerindeki avantajlar

PESTEL çerçevesi, işletmelerin çeşitli dış faktörlerin uygulamalarını nasıl etkileyeceğine bakmak için kullandıkları bir şablondur. PESTEL, politik, ekonomik, sosyal, teknolojik, çevresel ve yasal anlamına gelen bir kısaltmadır. Bu çerçeve, şirketlerin enerjilerinin daha fazlasını çevresel ve yasal faktörlere odaklamaya başlamasıyla gelişen bir yaklaşım olan önceki PEST analizinden doğmuştur. Bu PESTEL analizi, bir işletmenin veya sektörün işleyişini etkileyen ana faktörleri belirlemek için SWOT analizine destekleyici bir araçtır.

Siyasi faktörler, vergi politikası, iş hukuku, çevre hukuku vb. gibi hükümet politikaları ve düzenlemelerinden oluşur. Başka bir deyişle, siyasi faktörler, genel olarak ulusların ve özellikle de örgütlerin ekonomi büyümesine hükümet müdahalesi olarak düşünülebilir. Ekonomik faktörler arasında ekonomik büyüme, tüketici geliri, enflasyon, döviz kurları vb. bulunur. Bu faktörler makro ve mikro-ekonomik faktörlere ayrılabilir. Makro-ekonomik faktörler genellikle ulusal ekonominin talebini yönetmek için hükümet politikaları ve düzenlemeleri ile birbirine bağlanırken, mikro-ekonomik faktörler tüketicilerin nasıl para harcadıkları, satın alma davranışları vb. gibi daha dar yönle odaklanır.



Sosyal faktörler nüfus artışı, eğitim düzeyi, çalışma yaşı gibi sosyokültürel faktörler olarak da bilinir. Bu faktörler, iş planlayıcılarının potansiyel piyasa işgücü güçlerini nasıl öğrendiklerini ve onları neyin motive ettiğini doğrudan etkiler. Teknolojik faktörler temel olarak pazarlama yöntemini, mal ve hizmet üretme süreçlerini etkileyen teknoloji gelişimi ile ilgili endişelerdir. Çevresel faktörler, çevre üzerindeki büyük sömürüye yanıt olarak bu son on yıllarda acilen endişe verici hale gelmiştir. Bu faktörler ekosistem, doğal kaynaklar, iklim değişikliği vb. olabilir. Çevrenin korunması konusunda farkındalığın artırılması, kuruluşların malları nasıl ürettikleri ve tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde belirli etkilere sahiptir. Yasal faktörler arasında iş sağlığı ve güvenliği, çalışma ortamları, eşitlik vb. yer almaktadır. Hükümet politikaları ve düzenlemeleri, uluslararası ve yerel kuruluşların bu şekilde uyum sağlaması ve takip etmesi gereken her ülkedeki yasal kurallara itici güçlerdir.

PESTEL uygulama analizi oluşturan temel etkenler maddeler halinde aşağıda verilmiştir; beyin fırtınası, fırsatları belirlemek, tehditleri tanımlamak ve önlemleri uygulamak. Analizi, mevcut ve gelecekteki kurumsal fırsat ve tehditlerin kapsamlı bir görünümünü sağlar. Dış ortamdaki değişimlere ayak uydurmak, stratejilerinizi ve planlarınızı güncel tutmak için bu süreç düzenli olarak tekrarlanmalıdır. Piyasa analizinin baş aktörü konumunda bulunan PESTEL analizinin ana faydalarından bahsedilerek maddeler halinde aşağıda sonuçlarına varılmıştır:

- Ticaret fırsatlarını tespit etmenize yardımcı olur ve size önemli tehditler hakkında bir uyarı verilir.
- Organizasyon içindeki yön değişikliğini ortaya koyar. Bu, eylemlerinizi değişime karşı değil, onunla çalışmak için şekillendirmenize yardımcı olur.
- Kontrol edemediğiniz nedenlerden dolayı başarısız olma olasılığı yüksek projelere başlamaktan kaçınmak gerekmektedir.
- Yeni bir pazara girdiğinizde varsayımları geride bırakmanıza yardımcı olur ve bu yeni ortamın objektif bir görünümünü geliştirmenize olanak tanır.
 - Organizasyon üzerindeki tüm önemli dış etkilere genel bir bakış sağlar.
 - Daha kararlı ve iyi bilgilendirilmiş karar vermeyi destekler.
 - Planlama, pazarlama, organizasyonel değişim girişimleri, iş ve ürün geliştirme, proje yönetimi ve araştırma makalelerinde yardımcı olur.
 - Bu basit bir çerçevedir.
 - Daha geniş iş ortamının anlaşılmasını kolaylaştırır.
 - Dış ve stratejik düşüncenin gelişimini teşvik eder.
 - Bir kuruluşun gelecekteki iş tehditlerini öngörmesini ve etkilerini önlemek veya en aza indirmek için harekete geçmesini sağlayabilir.
 - Bir kuruluşun iş fırsatlarını tespit etmesini ve bunları tam olarak kullanmasını sağlayabilir (Turner, 2002).

PESTEL analizinin dezavantajları aşağıdaki gibidir.

- Bazı PESTEL analizi kullanıcıları, kararlar için kullanılan veri miktarını aşırı basitleştirir – yetersiz veri kullanmak kolaydır.
 - Çok fazla veri yakalama riski 'analiz yoluyla felce yol açabilir.
 - Kullanılan veriler, daha sonra asılsız olduğu kanıtlanan varsayımlara dayanabilir.
 - Değişimin hızı, gelecekte bir organizasyonu etkileyebilecek gelişmeleri tahmin etmeyi giderek zorlaştırıyor.
 - Etkili olması için, sürecin düzenli olarak tekrarlanması gerekir (Dobbs, 2014).



Siyasi Faktörler; Politik faktörlerin her türlü iş ve proje üzerinde büyük etkisi vardır. Politik faktörler aynı zamanda ilgili yasal konuları da içerir. Uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi ile ilgili olarak ortaya çıkan politik faktörler şunlardır:

- Bir devlet için finansal risk: devletin para politikasının kontrolünü kaybetmesi, enflasyonu kontrol edememesi veya isteksizliği, devletin tahvillerini temerrüde düşürmesi, diğer borç sorunları.
- Bir devlet aşağıdaki biçimlerde borç vermektedir: tahviller, finansman savaşları, köprüler inşa etmek, bina altyapısı ve genel günlük işlemler için ödeme.

Ekonomik Faktörler; Yürütülen her iş veya proje, ulusal veya küresel anlamda ekonomik faktörlere tabidir. Kültürel miras projeleri, yüksek kaynaklı ve yüksek bütçeli projeler olduğu için ekonomik faktörlerden de büyük ölçüde etkilenir. Uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi ile ilgili belirlenen ekonomik faktörler:

- Taşıma sırasında malların hasar görmesi, kaybolması veya bozulması
- İthalatçının malların eline geçmesinde gecikme, ürünün eskimesi, gıdaların bozulması, nakliye sırasında ürünün zarar görmesi
- Türk karayolları ve demiryolları ile ilgili taşıma sigorta seviyelerinin düşüklüğü
- İthalatçı bir şirketin mallarını dolar olarak ödeyip nihai ürününü yerel para birimiyle satması
- Devalüasyon durumunda, şirketlerin mali yükümlülüklerini yerine getirmesini engelleyecek zararlara uğraması

Sosyal Faktörler; PESTEL analizi kapsamında incelenen sosyokültürel faktörler, ülkenin hâkim kültürü, demografisi, yaş dağılımı, eğitim düzeyi, yaşam tarzı ve toplumdaki kültürel eğilimler olarak rahatlıkla sıralanabilir. Bu tez kapsamında Türkiye’de Uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi ile ilgili olarak tespit edilen sosyokültürel faktörler şunlardır:

- Son yıllarda yaşanan düzensiz göç dalgasının olumsuz etkileri
- Hızlı nüfus artışı nedeniyle kaynakların sürdürülebilirliğinin risk altında olması

Teknolojik Faktörler; PESTEL analizinde dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta da konu ile ilgili teknolojik unsurlardır. Bu teknolojik gelişmeler, Ar-Ge çalışmaları (araştırma ve geliştirme), internet teknolojisindeki gelişmeler ve mevcut altyapı ve sistemlerin konuya etkisi olarak söylenebilir. Türkiye’de uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimini etkileyen teknolojik faktörler şunlardır:

- Teknoloji tüketen değil teknoloji üreten bir ekonomi olma potansiyeli
- Mevcut enerji kullanımında verimlilik fırsatları

Çevresel Faktörler; PESTEL analizi yapılırken dikkate alınacak son madde konuyla ilgili çevresel faktörlerdir. Bu faktörler, hava koşulları, sıcaklık, iklim değişikliği, kirlilik, doğal afetler (tsunami, kasırga vb.) şeklinde sıralanabilir. Türkiye’de uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimini etkileyen teknolojik faktörler şunlardır:

- Sera gazı emisyonlarındaki hızlı artış eğilimi
- En fazla sera gazı salınımı yaratan sektörlerden ulaştırma alanındaki faaliyetlerin yoğun olması
- Sera gazı emisyonlarında büyük rol oynayan sektörler için planlama eksikliği
- Karbon ayak izinde rekabet edebilirlik potansiyeli
- Yenilenebilir enerji yatırımları karlı olacak ve özel sektör tarafından tercih edilecektir.



• Bol miktarda yenilenebilir enerji kaynaklarının mevcudiyeti (güneş, rüzgâr, jeotermal) gibi enerji kaynaklarıdır.

• Artan yenilenebilir enerji kaynakları, uluslararası ticaret ve iklim koruma politikalarının olumlu değerlendirilmesi yoluyla enerjide dışa bağımlılığı azaltmak.

• Türkiye'nin sera gazı emisyonlarını azaltmak için gereken teknoloji yatırımlarının olmaması

• Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakatını ve 2050 hedef vergi ve ticaret yükünü desteklemek için Avrupa Birliği ile yakın ticari bağların genişlemesi

• Kuraklık ve su kıtlığı potansiyeli

• Doğal afetlerde artış

• Önemli üretim faaliyetlerini etkileyen su kaynaklarının eksikliği

Yasal Faktörler; PESTEL analizi yapılırken dikkate alınması gereken son nokta, konuyla ilgili yasal faktörlerdir. Faktörler arasında iş kanunları, tüketici kanunları, sağlık ve güvenlik, uluslararası ve ticari düzenlemeler ve kısıtlamalar yer alır. Politik faktörler yasal faktörlerle örtüşmektedir. Ancak temel fark, siyasi faktörlerin hükümet politikası tarafından yönetilirken yasal faktörlerin takip edilmesi gerektiğidir. Türkiye'de uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimini etkileyen teknolojik faktörler şunlardır:

• Hızlı ve sık mevzuat değişiklikleri nedeniyle istikrarsız bir ortam oluşması

• Kamunun özel sektörü yönetememesi;

• Kamunun yeterli fonlama olanakları yaratamaması

• Güvenilir orta ve uzun vadeli planlar yapamama

• Güvenilir verilere zor erişim

• Ekonomik büyümeye dayalı kalkınma politikaları ile artan ticaret ve iklim koruma politikaları arasındaki çelişki

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'nin uluslararası ticarete risk ve rekabet yönetimi konusunda mevcut durumu SWOT ve PESTEL analizi çerçevesinde belirlenmiştir. Güçlü yönlerde, Her şeyden önce Türkiye, her iki rejim için de geçerli olan kurumsal ve yasal bir altyapıya sahiptir ve bu yapı, 60 yılı aşkın bir süredir Avrupa Birliği ile yakın ilişkiler yoluyla modernleşme ve batılılaşma hedefleriyle sürdürülmüştür. Avrupa Birliği'ne adaylık süreci, Türkiye'nin dış ticaretteki kredibilitesini artırmıştır. Bu arada, AB ile Gümrük Birliği Anlaşması, rekabetçi bir sanayi yapısının geliştirilmesini ve uluslararası standartların uygulanmasını sağlamıştır.

Güçlü yanlar içinde ön planda olan en önemli husus ise Türkiye'nin dinamik genç nüfusedir. 2020 TÜİK verilerine göre Türkiye nüfusunun 15,4'ü 15 ile 24 yaş arasındadır. Ayrıca, Türkiye'nin artan genç nüfusuna paralel olarak yükseköğretim düzeylerinin gelişmesi, Türkiye'nin imalat ve ticaretinde aktif rol oynayabilecek eğitilmiş ve vasıflı iş gücünün potansiyelini artırmaktadır. Girişimci ruh ve liderlik vasıflarının da desteğiyle bu enerjik genç nesil, 2030 ve 2050 yıllarında dünya ekonomisine entegre olacak ve Türkiye'nin temel direği olacaktır.

Zayıf tarafından bakıldığında, yabancı sermaye yatırımlarındaki düşüş, Türkiye'nin hem dış ticaretinde hem de teknolojik dönüşümünde baskın rol oynuyor. 2000'li yıllardan itibaren özelleştirme politikaları yabancı sermaye akışını artırmıştır.

Sera gazı emisyonlarında ön sıralarda yer alan enerji ve endüstriyel üretimde yenilenebilir enerji yatırımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye'nin tüm yenilenebilir enerji yatırımlarını kendi kaynaklarıyla finanse etmesi mümkün değil. Bu nedenle AB ile ilişkiler, artan enerji verimliliği ve çeşitliliğine yönlendirilmeli ve teşvik edilmelidir.



Covid-19 salgınıyla ilişkili küresel tedarik zinciri zorlukları, üretim ve ticarete ulaşım faaliyetinin ve coğrafi yakınlığın önemini göstermektedir. Bu tecrübeler ışığında özellikle Asya'da uluslararası yatırımlar yavaşlamaya başlamış ve Türkiye gibi coğrafi olarak birçok bölgeye yakın olan ülkeler uluslararası yatırım için yeniden değerlendirilmekte olup cazip bir yatırım konumunda olmalıdır. İstikrarlı politikalar uygulamak, ekonomiyi Türkiye'nin lehine kullanmak için şarttır. Türkiye bu avantajları kullanarak teknoloji üreten bir ekonomiye dönüşecek ve dışa bağımlılığını da azaltacaktır.

Türkiye'nin orta ve uzun vadeli planları, temel makroekonomik göstergelerin istikrarlı bir yapıya kavuşmasını sağlamalıdır. Özellikle 2018 yılından itibaren para politikasında merkez bankasının açıkladığı hedeflerden önemli sapmalar yaşanması özel sektörün yatırım kararlarını etkiledi. Belirsizlik ortamı yerli ve yabancı yatırımcılar için olumsuz gelişmeler yaratıyor bu sebepten Ödemeler dengesinde önemli rol oynayan enflasyon, faiz politikasına sürekli müdahale ve döviz kurlarındaki dalgalanmalar reel sektöre ilişkin tahminlerini gölgeledi. Ayrıca, kamu makamlarından güvenilir verilere erişim, daha fazla piyasa artış şeffaflığına katkıda bulunur.

Türkiye'nin SWOT ve PESTEL analizlerine dayalı uluslararası ticaret ve iklim değişikliği politikasının kesişim veya belirleyici değişkeni, Avrupa Birliği ile olan ilişkisidir. Avrupa Birliği, Türkiye'nin dış ticaretini etkilerken, iklim koruma politikaları için de bir çıpa görevi görmektedir.

KAYNAKÇA

Akkaya, M. & Azimli, T. (2018). Azerbaycan Bankacılık Sektöründe Likidite Riski Yönetimi . Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi , (20) , 217-232 .

Aktaş, M. (2008). Türkiye Piyasalarında Parametrik Riske Maruz Değer Modelinin Taşıdığı Riskler . Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 10 (1) , 243-256 .

ALKILIÇ, Ş. (2010). “Uluslararası Ticarete Vesaik Mukabili Ödeme Yöntemi”, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 14(2): 1-44.

Alsu, E. (2019). Finansal Risk Yönetiminde Türev Ürün Kullanımı: Bıst İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar Örneği . Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD) , 11 (21) , 530-539.

Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2009). Concepts-strategic management and competitive advantage. Pearson India

BOLGÜN, E., AKÇAY, B. (2009). Risk Yönetimi. İstanbul: Skala Yayıncılık

Cerullo, V. ve Cerullo, M. (2004) “Business Continuity Planning: A Comprehensive Approach” Information Systems Management, 21(3):70-78

Czinkota, M. R. (1999). Marketing: best practices. Holt Rinehart & Winston.

DEMİRELİ, E., TANER, B. (2009). Risk Yönetiminde Riske Maruz Değer Yöntemleri Ve Bir Uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. 14(3): 127-148.

Demirelli, E. ve Taner, B. (2009) “Risk Exposed Assets Method in the Management of Risk and an Application” Süleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal, 14 (3):127-148

Dobbs, M.E. (2014) Guidelines for applying Porter's five forces framework: a set of industry analysis templates. Competitiveness Review. Vol 24, No 1, pp32-45

DRAKE, Pamela P., FABOZZI, Frank J. (2010). The Basics Of Finance: An Inroduction To Financial Markets, Business Finance, And Portfolio Management. Canada: John Wiley & Sons Inc.

Fagerberg, J. (1988). International competitiveness. Economic Journal (London), 98(391), 355–374. doi:10.2307/2233372

Gasparini, M., Margaria, G. ve Wynn, H. (2004) “Dynamic Risk Control for Project Development” Statistical Methods & Applications, 13:73-88



Gürpınar, K. ve Sandıkçı, M. (2008). “Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Micheal E. Porter’ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye’deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması”, Selçuk Üniversitesi, İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi Sayı: 15

Incoterms (2010). <http://www.logwin-logistics.com/services/service/incoterms.html>

KORKMAZ, Turhan (2001), “Kriz dönemlerinde piyasa riski (value at risk) hesaplaması ve İMKB-30 portföyü uygulaması”, V.Türkiye Finans sempozyumu, Bandırma. (2001)

Köseoğlu, A. (2012). “Teknolojik Değişim ve Rekabet Gücü İlişkisi: Türkiye İmalat Sanayii Üzerine Bir Uygulama”, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, İktisat Politikası Bilim Dalı, Kayseri

MEGEP, Sigorta Kuruluşları İşlemleri Ders Notları, (Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2007), s. 7-8.

Porter, M. E. (1980). Techniques for analyzing industries and competitors. Competitive Strategy. New York: Free

Turner, S. (2002) Tools for success: a manager’s guide. London: McGraw Hill.

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2010). Strategic management and business policy. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall