



# REKABET GÜCÜ ELDE ETMEDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER STRATEJİLER VE SON GELİŞMELER

Ozan BAHAR<sup>1</sup>

Cemile ALP<sup>2</sup>

## Özet

İlk olarak firma düzeyinde değerlendirilmeye konu olan rekabet kavramı zamanla hem ulusal hem de uluslararası düzeyde önem kazanmasının yanı sıra değişen çağla birlikte başka bir boyut kazanmıştır. Özellikle teknolojik ilerlemelerin neticesinde iletişim ve haberleşme ağlarının ulaştığı hız rekabet gücü elde etmedeki değişim ve dönüşümlerin parametresi olmuştur. Bu çalışmanın amacı günümüzde mikro düzeyden makro bir düzeye taşınan rekabet kavramını, rekabet gücü elde etmede etkili olan faktörleri son gelişmeler ve değişimler eşliğinde ele almaktır. Çalışmada rekabet kavramı ile ilgili literatür taranmış ve rekabet gücüne etki eden faktörler ilk olarak geleneksel bakış açısıyla; Adam Smith'in Mutlak Üstünlükler Kuramı, David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramı, Heckscher-Ohlin Faktör Yoğunluğu Teorisine kısaca değinilmiştir. Ayrıca geleneksel rekabet gücünün eksiklikleri değerlendirilmiştir. Daha sonra rekabet gücünü belirleyen faktörlere yeni ekonomi bakış açısıyla teknolojinin gelişmediği dönem ve teknolojinin geliştiği dönem olarak değinilmiştir. Çalışmanın son kısmında WEF 2020, WEF 2019'daki küresel rekabetçilik raporları ve hesaplanan rekabet endeksleri doğrultusunda Türkiye'nin diğer ülkelere göre değerlendirilmesine yer verilmiştir. 2021 TÜİK verileri ışığında Türkiye'deki Ar-Ge verileri değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda; ülkelerin inanılmaz bir hızla değişen ve dönüşen dünyaya, inovasyonlara uyum sağlamanın önemine değinilmiştir. Ülkelerin yeni ve yaratıcı teknolojileri üretebilir ve bunun beraberinde kaliteyi, yüksek verimliliği hayatın her evresinde birbirini destekler nitelikte sunmayı başardığı ölçüde rekabet gücünü sürdürebileceği görüşü vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet Gücü, Rekabet Endeksi, Rekabet Stratejisi, Ar-Ge.

**Jel Kodları:** A10, A11, B22, D00, D21, D23, D40, D51

---

<sup>1</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Profesör Doktor, obahar@mu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-3349-5479

<sup>2</sup> Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü Doktora Öğrencisi, alpml\_048@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-9837-5032

# FACTORS, STRATEGIES AND RECENT DEVELOPMENTS IN ACHIEVING COMPETITIVE POWER

Ozan BAHAR<sup>3</sup>

Cemile ALP<sup>4</sup>

## Abstract

First, the concept of competition, which is the subject of evaluation at the company level, has gained importance both at the national and international levels over time, as well as gained another dimension with the changing era. Especially as a result of technological advances, the speed reached by communication and communication networks has been a parameter of changes and transformations in achieving competitiveness. The aim of this study is to examine the concept of competition that has changed from a micro level to a macro level today, the factors that are effective in obtaining competitiveness with the latest developments and changes. In the study, the literature on the concept of competition was reviewed and the factors affecting the competitiveness were firstly from the traditional point of view; Adam Smith's Absolute Advantage Theory, David Ricardo's Comparative Advantages Theory, Heckscher-Ohlin Factor Density Theory are briefly mentioned. In addition, the shortcomings of traditional competitiveness were evaluated. Then, the factors determining competitiveness were referred to as the period when technology did not develop from the perspective of the new economy and the period when technology developed. In the last part of the study, the evaluation of Turkey compared to other countries is given in line with the global competitiveness reports in WEF 2020, WEF 2019 and the calculated competitiveness indices. R&D data in Turkey were evaluated in the light of 2021 TUIK data. As a result of the study; The importance of countries' adaptation to innovations and to the world that is changing and transforming at an incredible speed has been mentioned. It has been emphasized that countries can produce new and creative technologies and maintain their competitive power to the extent that they succeed in offering quality and high efficiency in a way that supports each other at every stage of life.

**Keywords:** Competitiveness, Competitiveness Index, Competitive Strategy, R&D.

**Jel Codes:** A10, A11, B22, D00, D21, D23, D40, D51

---

<sup>3</sup> Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, Professor Doctor, obahar@mu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-3349-5479

<sup>4</sup> Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, Phd Student, alpcml\_048@hotmail.com, Orcid: 0000-0002-9837-5032

## GİRİŞ

Teknoloji ve iletişim alanlarındaki hızlı gelişmeler ve birbirini tetikleyen ani sıçramalar tüm ülkelerin küresel bir boyut kazanmasına ve rekabet ortamının mikro bir çerçeveden makro bir çerçeveye bürünmesine zemin hazırlamıştır. Mikro açıdan ülke içinde endüstri ve işletmeler arası rekabet söz konusuysen artık yeniçağda teknoloji ve internet ağlarının baş döndürücü bir hızda gösterdiği gelişmeler makro düzeyde, uluslararası bir rekabet ortamı oluşturmaktadır. Yeni rekabetçi düzen uluslararası boyutta mal ve hizmet hareketliliğinden, sermaye hareketliliğine, doğrudan sermaye yatırımlarından, teknoloji transferlerine ve beşeri sermayenin mobil hale gelmesine kadar birbiriyle bağlantılı veya bağlantısız birçok alanın etkileşim içine girdiği bir hal almıştır.

### 1. Rekabet Gücü Üzerine Kavramsal Açıklamalar

Rekabet gücü kavramı; ele alınan alan, sektör, uluslararası boyut vb. bakış açılarına ve kullanılan ölçütlere göre tanımsal farklılıklar gösterebilmektedir. Michael E. Porter Rekabet Stratejisi kitabında rekabeti, 'genişletilmiş çekişme' olarak adlandırmaktadır. Porter, rekabet gücünü beş madde altında: pazara giriş, alıcıların pazarlık gücü, tedarikçilerin pazarlık gücü, ikame ürün etkisi, mevcut rakipler arasındaki rekabet ve ikame ürün etkisi olmak üzere detaylandırmıştır (Porter, 2015: 6).

Emin Çivi, rekabet gücü üzerine yaptığı literatür taraması neticesinde rekabet gücü tanımlarını derlemiştir. Bunlar: Başkanın Endüstriyel Komisyonu (1985) tarafından yapılan rekabet gücü tanımında vatandaşların serbest ve benimsenmiş pazar koşulları altında reel gelirlerini arttırmaya çalışırken bir yandan da uluslararası pazarlarda da ürettiği ürünleri sunmada başarılı olması olarak açıklanmaktadır. Scoot ve Lodge (1985) rekabet gücünü, ülkelerin kaynaklarından elde ettikleri kazançların artması ile birlikte uluslararası ticarete yönlendirebileceği ürünlerin, hizmetlerin üretilip dağıtılmasının mümkün olacağına vurgu yaparak tanımlamışlardır. Hastasapoulos, Krugman ve Summers'da (1988) rakabet gücünü, ülkenin yaşam standartlarında sağlanan artışla birlikte dış ticaret bilançosunu dengeleme yeteneği olarak açıklamaktadırlar. Fagerberg (1988) ise rekabet gücünü, ülkelerin dış ticaret bilançosunun problemsiz olmasının yanında istihdam ve gelir oranında büyümenin sağlanmasının temel ekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesi olarak tanımlamaktadırlar. Velloso'nun (1991) rekabet gücü tanımı, uluslararası

pazarlarda katılım kapasitesinin artırılması ve diğer ülkelerin güçlü olduğu etkinlik standartların karşılanmasıdır. Haque'de (1991), bir ülkenin ihracat yeteneğini -rekabet gücünü- doğal kaynakları, üretim kaynakları kullanımındaki etkililik ve yaşam standardının artırılması ile ilişkilendirmiştir (Çivi: 2001).

### **1.1. Firma Düzeyinde, Endüstriyel Bakımdan ve Uluslararası Düzeyde Rekabet Gücü Kavramı**

Firma düzeyinde rekabet gücü; şirketlerin veya üreticilerin sunduğu malların/hizmetlerin müşteriler tarafından alternatifleri karşısında tercih etmelerini sürdürülebilirlik bağlamında sağlama kabiliyetleridir (TÜSİAD, 1997: 32). Rekabet gücünün firma düzeyinde artırılabilmesi; ürünlerini rakiplerine göre daha ucuza satması ve aynı zamanda daha kaliteli ürünlerin daha karlı olarak satılabilmesi ile mümkündür (Cockburn, Coulibaly ve Vezina, 1998: 2). Firma düzeyinde rekabet gücü, fiyat ve maliyet açısından veya fiyat dışı rekabet; sunulan hizmetin yanında ürünün kalitesi, çekiciliği gibi unsurlar açısından rakiplerine denk ya da daha üstün bir pozisyonda olma yeteneğine bağlıdır. Ayrıca düşük maliyette yenilik ve icat yapabilmesi ile de doğru orantılıdır (Altan ve Vural, 2004: 8).

Firmaların ve endüstrilerin özgün varlık ve değerlere sahip olabilmeye kabiliyetleri ise endüstriyel bakımdan rekabet gücünü oluşturan etkenlerdir. Belirli bir endüstriye ait firmaların belirli bir bölgede kümelenmeleri (cluster) ile birlikte oluşan dışsallıklar rekabet gücünü arttıran değerler ortaya çıkartmaktadır(Altan ve Vural, 2004: 10). Rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilikle uluslararası piyasanın gereklerine uygun mal ve hizmet üreten bir sanayinin bunu daha düşük maliyetlerle uluslararası piyasaların standart ve taleplerine uygun olarak gerçekleştirilmesi önemlidir. Bu mal ve hizmetleri üretebilmesini sağlayan icat ve yenilikleri gerçekleştirme yeteneği de endüstriyel bakımdan rekabet gücünün göstergesidir (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008: 105).

Uluslararası düzeyde rekabet gücü; *'bir ulusun rekabet gücü, endüstrisinin yenilik yapma ve yükseltme kapasitesine bağlıdır'* (Porter, 1990, 73). Rekabet gücünün ulusal düzeyde tanımını Markusen şu şekilde yapmaktadır: *" Bir ülke, serbest ticaret koşulları altında dış ticaretini dengede tutarak ticaret ortaklarınınkine eşit bir reel milli gelir büyümesini sürdürebiliyorsa rekabet edebilen bir ülkedir"* (Aktan ve Vural, 2004, 11).

Uluslararası rekabet gücü açısından bir artış elde edebilmek için ülke kaynakları, üstün bir verimlilik performansı ile birlikte yüksek reel ücretler getirebilecek iktisadi faaliyetlere kanalize edilmelidir. Bir ülkenin rekabet edebilme yeteneği, dışarıya satış yapabilmenin yanında dış ticaret dengesini sağlayabilmesine bağlıdır. Bunun yanı sıra bir ülkenin gelir ve istihdam düzeyini arttırabilmesi, yaşam kalitesinde artışları yaratabilmesi ve bu artışları sürdürülebilir kılması, uluslararası pazarlardaki payını artırabilmesi rekabet edebilme yeteneğiyle ilişkilidir (Aktan ve Vural, 2004, 11).

## 2. Literatür

Hatsopoulos, Krugman ve Summers'ın (1988), ABD'nin dünya ekonomisindeki görece konumunu ve rekabet gücünü korumak için tasarruflarında ciddi bir artışa ihtiyaç olduğuna vurgu yaptıkları çalışmalarında, bu tasarrufların yatırıma dönüştürülmesi için vergi politikalarının, düzenlemelerin, hükümet araştırmalarının ve para politikalarındaki değişikliklerin önemine değinmişlerdir. Porter (1990), çalışmasında Rekabetçi Üstünlük Teorisini (Elmas Modeli) geliştirmiş, rekabet gücünün belirleyiciliğinin; yüksek seviyede ve sürekli artış gösteren bir verimlilikte yattığını vurgulamıştır. Rekabet gücünün kaynağının; ülkedeki faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler, firma stratejisi, yapısı ve yerel rekabet ortamı olduğunu belirtmiştir. Krugman (1994), rekabetçilik takıntısını ele aldığı çalışmasında, en ciddi riskin, ekonomik tartışma ve politika oluşturma kalitesi üzerindeki dolaylı etkisi olduğuna vurgu yapmaktadır. Rekabetçiliğin ulusal ekonomilere uygulanmasının anlamsız olduğu ve rekabetçilik takıntısının genel olarak da tehlikeli olduğu görüşünü savunmaktadır. Boltho (1996), uluslararası rekabetçilikle ilgili değerlendirmesinde reel döviz kurunun uluslararası rekabetteki rolüne değinmiş ve rekabet kavramının, üretkenliğin verimliliği unsuruyla değerlendirilmeye alınmasını belirtmiştir.

Çivi (2001), çalışmasında rekabet gücü ile ilgili literatür taraması yaparak, incelediği çalışmaların bazılarının makro düzeyde yaklaşımda bulunduğunu bazılarının ise firma ölçeğinde rekabet gücünü ele alıp ulusal rekabet gücüne etkisine değindiğini belirtmektedir. Ülkelerin, işletmelerin ve dahil oldukları pazarların rekabet gücü elde etmelerini entegre olma kabiliyetine bağlı olduğunu ve uygulanan politikaların rekabetçi üstünlükleri arttırmak amacıyla kullanılmasının önemini vurgulamaktadır. Sağbaşıua (2006), çalışmasında rekabet ve rekabet edebilirliğin sürdürülmesi için

izlenmesi gereken stratejiler ve kavramlar arasındaki ilişkiyi hem teorik hem de pratikteki farklılıkları anlaşılır kılmak adına ele almıştır. İlerlemelerin uluslararasılaştığı ortamda rekabetin artmasına ve firmaların daha fazla rekabete maruz kalmasına değinmiştir. Gürpınar ve Sandıkçı (2008), yaptıkları çalışmada Michael E. Porter'ın Elmas modeli'nin Türkiye'deki bazı endüstrilerde uygulanabilirliğini araştırmışlardır. Türkiye'nin belli başlı sektörlerde uluslararası pazarlarda rekabet gücü elde etmesinde; ulusal pazarda artan talep ve talebin daha sofistike olması, nitelikli iş gücü ve firmaların dışa açılma stratejilerinin önemli olduğu görüşündedirler. Aktan (2010), çalışmasında; Türkiye'de rekabet gücünün (firma, endüstri ve ulusal düzeyde) geliştirilmesi için, ulusal rekabet gücü stratejisi geliştirilmesi, bu yönde belirlenen aksiyon ve politikalara ciddiyetle uyulmasının önemine yer vermiştir. Özsağır(2012), yenilikçiliğin sürükleyici gücüne yer verdiği çalışmasında rekabette ve kalkınma da başarı sağlamanın yenilik ve yenileşme süreçlerinin hızlı bir şekilde yakalanmasına ve öncü olunmasına bağlamıştır. Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık (2012), çalışmada rekabet gücü kaynaklarının ve belirleyicilerinin zaman içerisindeki değişimini ortaya koyan bir literatür tablosu oluşturmuşlardır. Ulusal rekabet gücünün ölçülmesinde kullanılan endekslerle direkt olarak ulusal rekabet gücünü ya da bu gücü belirleyen faktörleri ölçmeyi amaç edinmemesine rağmen çalıştıkları kriterler itibariyle ulusal rekabet gücünün göstergesi ya da belirleyicisi niteliğinde olduğu kabul edilebilecek endekslerinde rekabet gücünün göstergesi olabileceğine değinmişlerdir. Coşkun (2014), çalışmasında dış ticaret teorilerinin çerçevesinde Türkiye'nin rekabet gücünü değerlendirmektedir. Türkiye'nin emek yoğun mal ihracının ilk sırada, sermaye yoğun mal ihracının ise ikinci sırada yer aldığını ve işgücü verimliliğinin gelişmiş ülkelere kıyasla düşük olduğunu belirtmektedir. Bunların sebebini, Türkiye'nin genç bir nüfusa sahip olmasına, rekabet gücü açısından avantajlı olan eğitimli işgücünün az ve teknolojik ilerlemenin zayıf olmasına bağlamaktadır. Uzmanlaşmaya önem verilmesini vurgulamaktadır. Ovalı (2014), Türkiye'nin küresel rekabet gücü açısından konumu üzerine bir değerlendirme yapmıştır ve 2013-2014 WEF Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu çerçevesinde Türkiye'nin yıllar içindeki değişimine yer vermiştir. Siudek ve Zawojcka (2014), çalışmasında işbölümü ve uzmanlık, pazar payı, maliyetler / fiyatlar ve verimlilik etrafında dalgalanan geleneksel rekabetçilik sürecinin günümüzdeki rekabetçilik anlayışı açısından eksik kaldığına değinmişlerdir. Yeniliklerin ve değişimlerin yanında kaynakların sınırlılığı ve iklimsel krizlerin de hem küresel hem de ulusal ölçekte rekabetin

sürdürülebilirliği ve gelişmesinde fırsatların yanında kısıtlamalar getirdiğine de değinmişlerdir.

Çiftçi (2016), yaptığı çalışmada; sektörel rekabet kapasitesini Türkiye'den Avrasya'ya, yasal düzenlemeler, enerji, ticaret, istihdam ve coğrafi boyutlarıyla ele alarak analiz etmiştir. Sürdürülebilir ve yenilikçi rekabet için uygulanması gereken politikaları değerlendirmiştir. Doğan (2017), çalışmasında ulusal sınırların daralmasının rekabet yoğun bir ortamı doğurduğuna, işletmelerin rekabet avantajlarını sürdürülebilir kılmalarının şartını farklılıklarına, taklit edilebilirliklerinin zorluğuna ve rekabet stratejilerini bu mantıkta yürütmelerine değinmiştir. Taş, Taşar ve Aşcı (2017), Türkiye'de yapılan Ar-Ge yatırım harcamalarının büyümeye etsini, 2005-2015 dönemine ait Sanayi Üretim Endeksi ve Ar-Ge harcamalarının GSYİH içerisindeki payı değişkenlerini kullanarak incelemişlerdir. Yaptıkları analiz sonucunda, Türkiye'de Ar-Ge yatırımlarından ekonomik büyümeye doğru nedensellik olduğunu belirlemişlerdir. Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde etkisinin düşük olma nedenini, bu harcamaların büyük bir kısmının kamu eliyle gerçekleştirilmesine ve piyasa aksaklıklarının yenilikçi yatırımların serbest piyasaya kanalize edilmesine engel oluşuna bağlamışlardır.

### **3. Rekabet Gücü Elde Etmede Etkili Olan Faktörler ve Stratejiler**

Bu başlık altında, rekabet gücü elde etmede etkili olan faktörler; geleneksel açıdan ve yeni ekonomideki rekabet gücüne etki eden faktörler açısından ele alınarak, firma içi ve firma dışı rekabet gücü elde etmede etkili olan faktörlerle bunların yanısıra Porter'a göre rekabet gücünde etkili olan faktörler değerlendirilmektedir. Ayrıca rekabet gücüne etki eden stratejiler de ele alınmaktadır.

#### **3.1. Rekabet Gücü Elde Etmede Etkili Olan Faktörler**

Rekabet gücüne etki eden faktörler geleneksel bakış açısıyla; Adam Smith'in Mutlak Üstünlükler Kuramı, David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramı, Heckscher-Ohlin Faktör Yoğunluğu Teorisine kısaca değinilerek, geleneksel rekabet gücünün eksiklikleri ele alınmaktadır. Rekabet gücünü belirleyen faktörlere yeni ekonomi bakış açısıyla teknolojinin gelişmediği dönem ve teknolojinin geliştiği dönem olarak değinilmektedir.

##### **3.1.1. Geleneksel Açıdan Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi**



Ülkelerin doğal kaynak çeşitliliğinin ve yoğunluğunun farklı oluşu, sanayi devrimiyle birlikte üretim tekniklerinin farklılığı vb. sebeplerle ülkelerin birbirleriyle ticaret yapar hale gelmişlerdir. Böylece uluslararası mal ve hizmet ticareti başlamıştır. Adam Smith uluslararası ticaret ve uzmanlaşmanın Mutlak Üstünlük'le mümkün olacağı görüşünü ortaya atmıştır. Smith kendinden önceki Merkantilistlerin dış ticaretin sıfır toplamı olduğu (bir tarafın kazanırken diğerinin kaybetmesi) görüşüne karşı çıkmış ve her ülkenin faydasına olabilecek pozitif toplamı bir olgu olduğunu savunmuştur.

Adam Smith'in Mutlak Üstünlük Kuramına göre; bir ülke karşı ülkeye göre hangi malları düşük maliyetle üretiyorsa o malların üretiminde uzmanlaşmalı ve bunları ihraç ederek pahalıya üretebildiklerini dış ülkeden ithal etmelidir. Bu kuramda maliyet kavramı sadece homojen bir faktör olan emek üzerinden değerlendirilmektedir (Seyidoğlu, 2007: 17). Teorinin, bir ülkenin başka ülkelerden bütün üretim kollarında mutlak maliyetler yönünden avantajlı olabilmesi olasılığı söz konusu olduğunda eksik yanlarının olduğu anlaşılmaktadır. Ricardo, bir ülkenin diğerine kıyasla her iki malın üretiminde de mutlak dezavantaja sahip olması durumunda bile iki ülke arasında ticaret yapılabileceğini ve her iki ülkenin de bu ticaretten yarar sağlayabileceğini savunmaktadır. Bu görüşe göre her iki malın üretiminde görece daha az etkin olan ülke, mutlak dezavantajı daha düşük olan ürünün üretimi ve ihracatında uzmanlaşarak uluslararası ticaretten avantaj elde edebilir (Aktan ve Vural, 2004: 16).

Adam Smith mutlak maliyet avantajına, Ricardo ise göreceli maliyet avantajına vurgu yapmaktadır. Her iki iktisatçının teorilerinde yalnızca emek faktörünün ve verimliliğinin maliyeti belirleyici olarak değerlendirmeye alması, emeğin hareketli olmaması, ham maddenin, sermayenin vd. faktörlerin uluslararası hareketliliğinin sınırlandırılmadığı süreçlerde; Klasik teori ülke ekonomilerinin rekabet gücünü açıklamakta yetersiz kalmaktadır (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 7). David Ricardo, üstünlüğün sadece emek verimliliğindeki farklılığa dayandığını savunmakta fakat bunun nedenine teorisinde yer vermemektedir. Faktör yoğunluklarının farklılığını temel neden olarak kabul eden model Heckscher-Ohlin-Samuelson tarafından savunulmaktadır. Samuelson'un modelinde, bir ülke üretiminde yoğun olarak kullandığı üretim faktörleri açısından avantajlı olduğu mallarda karşılaştırmalı bir üstünlüğe sahiptir. Bu durumda faktör yoğunluğu açısından zengin olduğu malı ucuz üretmektedir. Üretim faktörü yoğunluğu açısından görece avantajlı

olduğu üretim faktörünü kullanarak ürettiği malları ihraç ederken dezavantajlı olduğu üretim faktörlerini kullanarak ürettiği malları ithal etmek zorunda kalmaktadır (Aktan ve Vural, 2004, 14). Heckscher ve Ohlin'e göre bir ülke, faktör donatımı bakımından sermaye zengini ise sermaye yoğun ürünleri üreterek ihraç etmeli, emek yönünden zengin ise de emek-yoğun ürünleri üreterek ihraç etmelidir. Faktör Donatımı Teorisi'ni öne süren bu iktisatçılara göre ülkeler arasındaki rekabet gücü, faktör fiyatlarındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır.

Leontief tarafından teori üzerindeki ilk uygulamalı test yapılmış ve o yıllarda göreceli olarak bol sermaye faktörüne, kıt iş gücü faktörüne sahip olan Amerika'nın, teorinin aksine emek-yoğun malları ihraç edip sermaye-yoğun malları ithal ettiği örneği üzerinde durmuştur. Leontief, Amerika'daki işçilerin dünyanın öbür işçilerine göre daha eğitilmiş ve nitelikli olmasını bu çelişkinin nedeni olarak ilişkilendirmiştir (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 7). Tüm girdilerin aynı nitelikte olduğunu varsaymasından dolayı Faktör Donatımı Teorisi, ülkelerin beşeri sermaye gücündeki farklılıkları göz ardı etmektedir. Teorinin benzer teknolojilere sahip olma varsayımı ise rekabet gücü üzerinde önemli etkilere sahip teknolojik gelişmeyi göz önünde bulundurmadığından günümüzdeki rekabet gücünü açıklamada yetersizdir.

Ülke içinde nispeten bol olan üretim faktörlerini kullanarak üretilen mallar ihraç edilmekte, kıt faktör kullanımını gerektiren mallar ise ithal edilerek karşılanmaktadır. Böylelikle karşılaştırmalı üstünlüğe dayanan işbölümü ve dış ticaret, ticaret yapan ülkelerin daha hızlı gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Karşılaştırmalı üstünlüğe dayanan serbest dış ticaret, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmaları için dışarıdan gerekli olan sermaye malı, makine ve teçhizat, ham, yarı mamul ve mamul madde almalarına imkân veren bir ortamı esas almaktadır. Teknolojik bilgi, müteşebbis, know-how gibi faktörlerin gelişmiş ülkelerden diğer ülkeye aktarılması dış ticaret yoluyla sağlanmaktadır. Ayrıca, serbest dış ticaret sağlıklı bir rekabetin doğmasını da desteklemektedir (Karluk, 1973: 225).

Geleneksel ticaret teorilerine getirilen eleştiriler;

(1) Dünya ticaretinin yarısına yakınının benzer faktör yoğunluklarına sahip ülkeler arasında gerçekleşmektedir,

(2) Faktör yoğunluğu bakımından aynı olan ülkeler arasında iki taraflı bir ticaret söz konusu olduğundan teori ticaretin kompozisyonunu açıklamaktan uzaktır,

(3) Dolaysız yabancı yatırımlar ile firmalar arası ticaret hacmi ve yapısı geleneksel teori tarafından açıklanamamaktadır.

Bir ülkedeki endüstriler arasında bile rekabetçilik bakımından elde edilen başarıda önemli farklılıklar olduğu bir gerçektir. Rekabette ulusal anlamda üstünlük çok dar bir endüstride, hatta endüstri bölümünde (niş) yoğunlaşmaktadır. Günümüzde uluslararası ticaret, çok uluslu firmaların önemli bir role sahip olduğu firmalar arası ticaret şeklinde gerçekleştirilmektedir (Aktan ve Vural, 2004: 15).

### **3.1.2. Yeni Ekonomik Koşullar Çerçevesinde Rekabet Gücü**

#### **Faktörlerine Bakış**

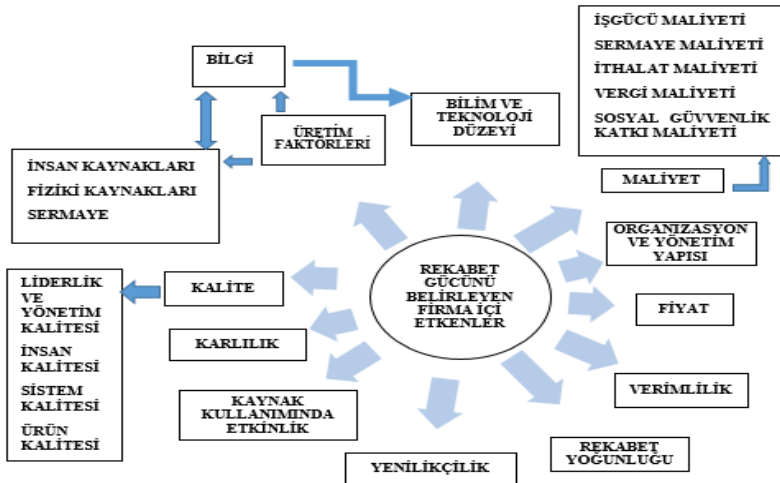
Yönetim biliminde özellikle 1950'li yıllardan 1970'li yılların başlarına kadar hâkim olan "Fordizm" olarak adlandırılan anlayış, rekabet gücünü geniş ölçekte üretimde bulunarak sağladığı maliyet tasarruflarından almaktadır. Birçok firma bu yıllarda otomotiv, kimya, elektronik ve dayanıklı tüketim gibi çeşitli sektörlerde geniş ölçekte üretimde bulunarak kısa zamanda pazarda rekabet üstünlüğü yakalamışlardır. Teknolojinin gelişmesiyle 1970'li yıllarda yeni malzeme teknolojilerine kısa zamanda adapte olan firmalar, maliyetlerini azaltmayı başararak rekabet avantajı yakalamışlardır. Bu nedenle 1970'li yıllar, düşük maliyet avantajı ile rekabet gücünün elde edilebildiği yıllar olarak tanımlanmaktadır. Kitlesel üretim teknolojisi ile üretimde üstünlük sağlanan bu yıllarda maliyet üstünlüğü de, üretimde kullanılan girdi maliyetlerini olabildiğince düşürerek, verimlilik ve etkinlik temeline dayalı bir örgütsel yapıyla gerçekleştirilmiştir (Özkara, 1997: 47-59).

Genişleyen pazarlar, ürün ve hizmetlerin yenilenme hızının artması, firmaların yabancı rakiplere kıyasla daha fazla pazar payı elde etmek ve uluslararası ticarete ortaya çıkan getirilerden daha fazla yararlanmak için stratejik davranması kaçınılmaz hale gelmiştir. Ürün-pazar genişlemesine dayalı rekabet evresinde firmalar belirli alan ve pazarlarda rekabetçi konum elde etmek ve bu konumu sürdürmek için stratejik yönetim anlayışı benimsemişlerdir. Yurt içinde kamusal desteklerden yararlanmak ve uluslararası piyasalarda da rakiplerin davranış ve taktiklerine karşılık vermek

için stratejik rekabet politikası gütmemenin önemi giderek artmıştır. Toplam kalite felsefesi ise 1980'li yıllarla birlikte önem kazanmış ve hızla yaygınlaşmıştır. Bu yıllar kalite üstünlüğü ile rekabet avantajı elde edilen yıllar olarak adlandırılmaktadır. Kalitenin bir diğer boyutu olan "tasarım" ise 1990'lı yıllarda ön plana çıkmaya başlamıştır. Bununla birlikte yeni ürünleri pazara en kısa zamanda sunan firmalar rekabet güçlerini arttırmışlardır. Böylelikle 1990'lı yıllarda toplam kalitenin önemli bir unsuru olan "hız" daha sonra ise 2000'li yıllarla birlikte "hizmet" faktörü rekabet gücü içinde daha da önemli bir boyut kazanmıştır ( Aktan ve Vural, 2004: 18-19).

### 3.1.3. Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firma-İçi ve Firma-Dışı Etkenler

Firmanın rekabet gücüne etki eden yurt içi ve yurt dışı piyasalarda birçok etken bulunmaktadır. Firmaların ürettiği ürün için katlandıkları maliyetler, ürettikleri ürünlerin fiyatı, üretim faktörleri, ürünlerin kalitesi ve bu kaliteye etki eden firmanın kullandığı bilim ve teknoloji düzeyi, organizasyon ve yönetim yapısındaki etkinlik, ürünü üretme ve her evrede sağladığı verimlilik, firma içi rekabet gücüne etki eden faktörlerdendir. Yenilikleri takip edip kendine yakınsaması ve sürdürülebilirlik kazandırması gibi birçok faktörde beraberinde rekabet gücüne etki etmektedir. Bir firmanın rekabet gücüne etki eden iç faktörler Şekil-1 de sunulmaktadır.



## Şekil 1: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firma İçi Etkenler

Kaynak: Aktan, (2010).

Firmaların rekabet gücüne etki eden dış faktörlere (Şekil-2) bakıldığında; devletin ekonomi içindeki payı ve rolü öncelik verilerek incelenmelidir. Firmalar, devletin ekonomiye müdahalesi arttıkça ve ekonomideki fonksiyonları genişledikçe, artan kamu harcamalarının vergilerle finansmanı vb. durumlar sebebiyle bundan etkilenmektedirler. Devletin ekonomide, KİT'ler ve sosyal güvenlik kurumları ile var olması; bunların her türlü giderlerinin hazineden sağlanması, var olan bürokrasiyi arttırmanın yanında kırtasiyeciliği de arttırarak bir çarpan etkisi yaratmaktadır. Uluslararası boyutta düşünüldüğünde ise devletin korumacılıkla kendi ülke ekonomisini dış etkenlere karşı koruması firmaların rekabet gücü üzerinde olumsuz etkilerde doğurabilmektedir. Korumacılığın süreklilik kazanması durumunda firmaların rekabet gücü elde etmeleri mümkün olmamaktadır. Serbest ticaret bölgelerinde ise firmalar rakipleriyle boy ölçüşmek için kalite arttırma, maliyet azaltma ve kaynakları etkin kullanma ihtiyacı hissedeceğinden rekabet gücüne serbest ticaretin olumlu etkileri olmaktadır.

Ticaretin serbestleşmesinin yanı sıra bilinçli bir tüketici kitlesinin varlığı firmaların kaliteyi yeniliklerle sürdürmelerini tetiklemektedir. İşgücü piyasalarında katı hukuk kurallarının varlığı devletin müdahalelerinin fazla olduğu bölgelerde rekabet gücüne olumsuz etki etmektedir. Çünkü işgücü piyasalarının esnekliği de firmaların rekabet gücü açısından oldukça önemli bir faktördür.



## Şekil 2: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firma Dışı Etkenler

Kaynak: Aktan, (2010).

Bir ülkenin siyasi ve ekonomik istikrarı rekabet gücü üzerinde oldukça önem arz etmektedir. Fiyatlar genel seviyelerindeki oynaklıklar yatırımcıları tedirgin edeceğinden beklentilerin olumsuz olmasına ve yatırım kararlarının azalmasına sebebiyet verebilmektedir. Ülkelerin serbest piyasa koşullarında enflasyon oranlarının sadece ülke içi yatırımcıyı değil döviz kurlarına etkisi yönüyle de yabancı yatırımcıyı da etkileme gücü yükselmektedir. Bu nedenle istikrarlı bir ortamın varlığının rekabet gücü üzerinde olumlu bir etki yaratacağı açıktır. Bunların beraberinde hem hukuki alt yapı hem de fiziki altyapının güçlü ve güvenilir olması son derece önemlidir. Enerji, teknoloji, ulaşırma ve haberleşmenin ülke içinde dış ülkelerle başa baş ilerlemesi de yurt içi rekabete aşına olan firmaların uluslararası rekabette de var olabilmesinin olmazsa olmazlarındanr. Makro-Ekonomik Ortam, Döviz Kuru Politikası ve Devalüasyon, Beşeri Kaynaklar, Kalite, Teknoloji, Organizasyonel Yapı, Mali Sektör, Finansal Kaynaklar ve Kamusal Politikalar firmaların rekabet gücüne etki eden dış faktörlerdendir.

Döviz kuru politikası ve devalüasyon; dış ticarete korumacılık amacıyla yerli paranın yabancı paralar karşısındaki değerini, ithalatı engellemek ve devalüasyon yaparak ihracatı arttırmak yönünde döviz kuru politikası uygulanmaktadır. İhracatı teşvik etmek için esnek döviz kuru sitemlerinde yapılan devalüasyonların uygun para ve maliye politikaları ile desteklenmesi reel döviz kurlarında düşüşe neden olarak ihracata konu olan mallara oranla ihracata konu olmayan malların fiyatını görece yükselterek enflasyon etkisi yaratmaktadır. Bu bağlamda rekabet gücü elde edilmesi amacıyla uygulanan politikaların etkinliği ticaret yapılan ülkelerin uyguladığı tarife, kota vb. uygulamaların yapılıp yapılmadığıyla da ilgili bir mevzudur. Küçük firmalar için devalüasyonun dış ticaretteki etkisi rekabet gücünü arttırıcı yönde bir etki meydana getirebilmektedir. Fiyata karşı duyarlı, yüksek teknoloji içermeyen malların ihracatının devalüasyonla artması sonucu bu mallarda uzmanlaşma getirmekte ve avantaj elde etmelerini sağlamaktadır. İç talep, dış talepte yaşanan artışlarla beraber enflasyon olacak beklentisinden etkilenerek artmaktadır ve buda rekabet gücü zayıf firmaların ayakta kalmasına yardımcı olabilmektedir. Firmaların yatırımlarını arttırmak için gerekli olan finansal kaynakları sağlamalarına, Ar-Ge ve reklam harcamalarını arttırmalarına fırsat veren devalüasyon, dış ticaret yapan sektörlerin kar oranlarını arttırmalarına ve

uzun dönemde fiyat dışı rekabetçi yapılarının güçlenmesine de fırsat vermektedir. Uzun ömürlü sürdürülebilir bir rekabet gücünü elinde bulundurmak ve yabancı piyasalarda güçlü olmak için ihraç edilen ürünlerin fiyatını rakip ürünlere oranla azaltmaya gitmektense, ürün kalitesi ve çeşitliliğini artırmak daha büyük avantaj sağlayabilmektedir (Boltho, 1996: 9).

Teknoloji, bir ürünün ve onun üretim aşamalarının içerdiği bilgi ve yenilikler ile bu teknolojinin uygulanmasındaki beceri ve yetenekleri kapsamaktadır. Son zamanlarda yönetim teknolojisi denilen: organizasyonlarla bağlantılı, beşeri ve sosyal yaşamı kapsayan bilgi ve beceriler de ayrı bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Elektronik teknolojisinin hızla gelişmesi firmaların rekabetçi yapısında iletişim ve bilgi teknolojilerinin önemini daha da arttırmaktadır (Altan ve Vural, 2004: 29). Rakipleriyle aynı üretim maliyetlerine sahip olmak ve daha yüksek bir yaşam standardı yakalamak isteyen ülkeler, rekabet güçlerini korumak ve arttırmak için fiziki girdiler açısından reel maliyetleri azaltmalıdırlar. Reel maliyetlerin azaltılması, üretimde verimlilik artışları ve devalüasyon vb. yollarla yurt içi üretim faktörlerinin maliyeti azaltılarak sağlanabilmektedir. Üretim faktörlerindeki verimlilik ve kullanılan teknolojilerdeki dereceler, reel maliyetlerin giderek azaltılabilmesi açısından önemlidir. Sürdürülebilir bir rekabet gücü için teknolojik gelişmelere ayak uydurmak ve bunları firmanın yapısına uygun bir şekilde kullanıp ürün farklılaştırması ve maliyet avantajları elde etmek de ayrıca önem arz etmektedir.

Rekabet avantajı elde etmek isteyen ülkelerin, teknoloji altyapısında iyileştirmelere gitmeleri ve bu teknolojiyi hakim bir biçimde kullanabilecek beşeri sermaye oluşumunu, uzmanlaşmasını da destekleyecek nitelikli bir ortam tahsis edebilmesi gerekir. Sermaye yatırımlarını etkili ve uygun bir biçimde yapmak yeni teknolojilerin uygulamaya konulabilmesi için elzemdir. Ülkelerin Ar-Ge çalışmaları ve bunlara ayırdıkları fonlar bu açıdan oldukça önemlidir. Gelişmiş ülkeler, araştırma ve geliştirme faaliyetleri bakımından maliyet avantajına sahip olduklarından, teknoloji üretmek ve pazarlamak yönünden de avantajları oldukça yüksektir. Gelişmekte olan ülkelerin bunlarla boy ölçüşebilir hale gelmesi ve rekabet gücü elde etmesinin yolu bu ülkelerle teknoloji noktasında işbirliği yapmak ve teknoloji transferi sağlamaktan geçmektedir.

Yetişmiş ve donanımlı insan kaynağı her firma ve ülke açısından stratejik öneme sahiptir. Bir firmaya /ülkeye, rekabet avantajı sağlamak açısından beşeri

sermayenin sahip olduğu spesifik özellikler: beşeri sermayenin yetkinliği, becerikliliği, kreatifliği, rekabet gücünün sürdürülebilirliği açısından oldukça önemli kıstaslardır. Tüketicilerin gereksinimlerine cevap verme derecesi, ürün türüne göre tasarımı, hızı, dayanıklılığı, şekli, ürün çeşitliliği müşteri memnuniyeti vb. unsurların bir bütün halinde değerlendirilmesi kalite kavramını meydana getirir. Firmaların nihai hedefi yurt içi ve yurt dışı piyasalarda rakiplerine oranla kaliteli mal ve hizmeti düşük maliyetle üretebilmek ve yaşam standardını iyileştirmektir. Bilgi ve iletişim teknolojisi, kalifiye iş gücü, risk sermayesi, sertifikalar Ar-Ge çalışmaları, firmanın faaliyette bulunduğu piyasa gibi birçok faktör kalite rekabetine etki eden unsurlar içinde sayılabilir. Yüksek kaliteli ürün sunma derecesi bir firmanın rekabet gücü elde etmesinde oldukça etkilidir.

Ekonominin içinde olduğu durum ve uygulanmakta olan politikaların tamamı makroekonomik ortamı oluşturur. Firmanın ve ülkenin içinde bulunduğu makroekonomik ortamın istikrarlı gidişatı rekabet gücünün arttırılmasına ortam sağlamaktadır. Enflasyon belirsizlikleri, oynak bir piyasa yapısı yatırım yapma kararlarını olumsuz yönde etkileyebildiğinden ülkeden sermaye çıkışları meydana gelebilmektedir. Dolayısıyla ödemeler bilançosunda dengesizliklerin oluşmaması için güvenilir bir makroekonomik ortam sunulması rekabet gücünün korunması açısından önemlidir. Firmaların sahip olduğu örgütsel yapının rekabet gücü üzerindeki etkisi yüksektir. Güçlü hiyerarşik yapıların aksine esnek bir organizasyon yapısını benimseyen firmalar yeni fikirlerin teşvik edilmesi ve yaratıcı yeniliklerle rekabet gücünün arttırılmasına olanak sağlama yönünden daha avantajlı olmaktadır. Firmaların kümelenmelere dayalı organizasyon yapılarının tüm aşamalarında işgücü bünyesinde anlaşmayı güçlendiren tanımlamalar rekabet gücünü, takım çalışmaları vb. yöntemlerle arttırmaktadır. Azaltılmış hiyerarşik yapı ve takım çalışmaları sayesinde yakalanan sinerji, firmanın yaratıcı gücünü ve yenilikçi yapısını çeşitlendirmekte ve rekabet etme gücünü yükseltmektedir.

Devlet kamusal politikalarla; iş dünyasının karşılaşabileceği riskleri en aza indirmek için altyapı, sağlık ve fonksiyonel eğitim alanlarında ekonominin tamamını etkileyen firmalar üzerinde tarafsız bir etki bırakan ve piyasaların daha işlevsel olmasını amaçlayan kamusal müdahalelerle ekonomik ortamı iyileştirebilmektedir. Ayrıca belli başlı sektör veya firmalar için ihracatın teşviki, seçici korumacılık uygulamaları, Ar-Ge teşvikleri gibi nitelikli kamusal müdahalelerle makroekonomik altyapıyı geliştirebilmekte ve firmaları teşvik ederek rekabetçi yapıyı güçlendirebilmektedir (Altan ve Vural, 2004: 39). Bebek

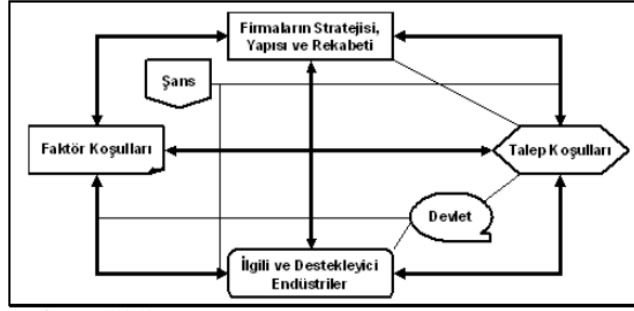


endüstrilerin korunması, ihracat piyasalarındaki yardım ve teşvikler, bölgesel ve ulusal düzeydeki yenilik sistemleri, bilim parkları ve teknolojik ağlarla ilgili teşvikler sağlama, üniversiteler ve sanayi kollarıyla işbirliklerinin, bilimsel çalışmaların uygulamaya konulabilmesinin sağlanması yönündeki uygulanan kamusal politikalar rekabet gücü avantajı sağlama yönünden kalıcı ve idame ettirilebilir olmalıdır. İyi gelişmiş bir finansal sektör istikrarlı ise sermayeye erişimi kolaylaştırır. Yani sermayeyi talep eden firmalarla buluşturan sektörün etkinliği uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanılmasında etkilidir. Bir firmanın sahip olduğu finansal kaynakların uluslararası düzeyde üretim yapmasına olanak vermesi, üretimini düşük maliyet ve kaliteyi arttırıcı amaçlardan ödün vermeden yapması mali sektördeki yapının istikrarlı oluşuyla ilgilidir.

### 3.1.4. Michael Porter'e Göre Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler

M. Porter, Ülkelerin Rekabetçi Avantajları adlı çalışmasında; sanayileşmiş on farklı ülkeyi kapsayan alan araştırması yapmıştır. Bu araştırma ile belirli ülkelerin belirli endüstrilerde öne geçmelerinin nedenlerini ve ulusal düzeyde rekabet gücünü belirleyen faktörleri iki temel önermede sunmaktadır. Bunlardan Elmas Modeli; bir ülkenin endüstrilerinin rekabetçi üstünlüğünün talep koşulları, ilgili-destekleyici endüstrileri, firma stratejileri ile firmaların yapısı ve firmalar arası rekabet koşullarını kapsayan ülke içindeki dört farklı faktör koşullarından kaynaklandığı görüşündedir. Endüstriyel Kalkınma Modelinde ise; ülkelerin geçtiği bir dizi endüstriyel kalkınma aşamasına vurgu yapmaktadır.

Şekil 3'te rekabet gücünün, ulusal düzeyde en kapsayıcı tanımını ulusal verimlilik olarak gören Porter'ın Elmas Modeli verilmektedir. Bir endüstrinin bulunduğu ortam içinde başarılı olması elverişli faktör koşullarına sahip olmasına bağlıdır. Herhangi bir endüstride rekabet etmek için gerekli olan girdiler; işlenebilir arazi, doğal kaynaklar, emek, sermaye ve altyapı gibi üretim faktörleridir. Porter, üretim faktörlerini; temel üretim faktörleri ve ileri seviyedeki faktörler olarak gruplandırmaktadır. Bunlardan ilki; ülkenin konumu, doğal kaynaklar, iklim, donanımlı ve donanımlı olmayan iş gücü ile borç şeklindeki sermayeyi kapsarken, ikincisi ise; modern dijital iletişim altyapısı, üniversitelerin araştırma enstitüleri, yüksek eğitim almış mühendisler ve personellerdir (Porter, 1990:126).



Şekil 3: Porter'in Rekabet Gücü Elması (Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler)

Kaynak: Porter, (1990: 127).

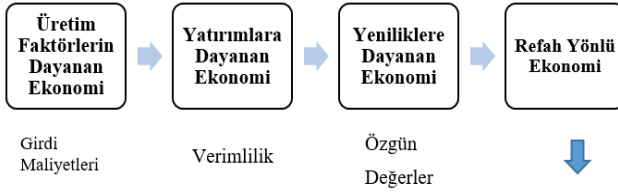
Üretim faktörleri açısından zengin bir ülke olunması o ülkenin firmalarının rekabet açısından avantajlı olmalarında kritik bir önem taşır. Porter'in görüşüne göre ülke içindeki talep koşulları, bir endüstride veya endüstrinin belirli bir bölümünde rekabet avantajı sağlayabilmesi; yerel firmalara yabancı rakiplerine nispeten alıcıların ihtiyaçlarının ipuçlarını verebilmesine bağlıdır. Yerel firmaların yurt içi alıcılarca daha hızlı yenilikte bulunmaya zorlanması yabancı rakiplere kıyasla daha rekabetçi bir avantaja sahip olmasını sağlayabilir. Yani talebi doğru algılayıp zamanında uygun cevap verebilme yeteneği firmalar açısından oldukça önemlidir. Porter, iç pazarın büyük oluşunun, ölçek ekonomilerinin varlığında bir güç göstergesi olduğu görüşündedir. Ülke firmalarını, teknoloji geliştirmeye, büyük ölçekli faaliyetlere ve verimliliği artırmaya yönelik yatırımlar yapmaya; yurt içi talebin yurt dışı talepten büyük olması itmektedir. Aynı zamanda firmaları, yaparak öğrenmenin önemli olduğu endüstrilerde veya ölçek ekonomilerinin olduğu alanlarda rekabetçi bir avantaja sahip olmaları yönünde ilerlemeye sevk etmektedir. Sadece yurt içi piyasaların yeteri kadar büyük olması, ülke endüstri ve firmalarının rekabetçi üstünlük kazanmalarında önemli değildir. Bu piyasanın firmaları yenilik ve icat yapmaya ne ölçüde yönlendirdiği de önemli bir noktadır.

Uluslararası alanda rekabet gücü elde etmiş üretici endüstrilerin, destekleyici sanayileri ile yan sanayilerinin ülke içinde bulunması, bir endüstrideki ulusal avantajın başka bir belirleyicisidir. Rekabetçi avantaj, uluslararası üreticilerle endüstri arasındaki ilişkisinin sağlam olması sonunda ortaya çıkmaktadır. Firmaların yaptıkları stratejiler ile firmalar arası rekabetin

olması ve yoğunluğu, bir sanayideki ulusal rekabet avantajının bir diğer belirleyicisidir.

Porter, yurt içi rekabetin firmaların ölçek ekonomilerine ulaşmasını engelleyeceği gerekçesiyle zararlı olduğu iddiasıyla aynı görüşte değildir. Bunun aksine uluslararası rakiplere karşı rekabet edecek güçte ve ölçekte olan ulusal lider konumundaki bir ya da iki firmanın desteklenip büyütülmesini önermektedir. Bunun yanında firmalar arası işbirliğinin teşvik edilmesi gerektiği görüşündedir (Porter: 1990, 118). Porter'ın elmas modeli dört faktörden oluşurken elmasa dahil olmayan fakat ulusal düzeyde rekabet gücüne etki eden dışsal iki faktör vardır. Bu faktörlerin ilki olan şans; dünya finansal piyasalarında veya döviz kurlarında önemli kaymaların yaşanma ihtimali, yenilik ve icatlar, uluslararası veya bölgesel talepte olası beklenmeyen artışlar, girdi maliyetlerinde yaşanabilecek şok artışlar, yabancı devletlerin aldıkları politik kararlar gibi olasılıkları kapsamaktadır. Dış faktörlerden ikincisi olan devletin, diğer dört belirleyiciyi etkileme gücü vardır. Sermaye piyasasına yönelik politikalar, sübvansiyonlar, eğitime yönelik politikalar vb. faktör koşullarına etki etmektedir (Porter: 1990: 118-119).

Porter'ın ikinci önermesine göre, ülkeler çeşitli endüstriyel kalkınma evrelerinden geçmektedirler. Bunlar sırasına göre Şekil 4'te verildiği üzere; faktörlere dayalı aşama, yatırımlara dayalı aşama, yenilik ve icatlara dayalı aşama ve refah yönlü aşamadır. Rekabet gücü açısından bu aşamalarda başarılı olabilen endüstriler ülkenin içinde bulunduğu kalkınma koşullarına uygun olan rekabetçi stratejiyi uygulamaktadır. Faktörlere dayalı ilk aşamada hem işgücü hem de kullanılan girdilerde maliyet avantajını kapsamaktadır. İkinci aşamada, fabrikalar, atölyeler, altyapı yatırımları gibi ağır yatırımların yoğun olduğu bunun yanında yeni endüstrilerin oluşmaya fırsat bulduğu kısmı kapsamaktadır. Üçüncü aşama ise, yenilik ve icatlara dayalı kalkınma evresidir (Porter, 1990: 119).



Şekil 4: Porter'ın Rekabetçi Kalkınma Aşamaları Argümanı

Kaynak: Porter, (1990:119).

### 3.2. Rekabet Gücü Elde Etme Stratejileri

Müşteriler için maliyetlerin üstünde bir değer oluşturmak firmaların nihai hedefidir. Değer Zinciri; birincil faaliyetler, destek faaliyetleri, ürün için yaratılan toplam değerler ve değer zinciri içerisindeki faaliyetler gerçekleştirilirken karşılanan maliyetler arasındaki farktan oluşmaktadır. Değer zincirinde birincil faaliyetler; ürünün fiziki olarak üretilmesi, pazarlanması, müşterilere teslimi ve satış sonrası hizmetin sunulmasıdır. Destek faaliyetleri ise bu faaliyetlerin yapılabilmesi için gereken girdilerin sağlanmasıdır. Değer zinciri ve bunun işleyişi; bir firmanın tarihini, yürüttüğü stratejisini ve stratejisinin uygulama şeklini bir bütün olarak kapsamaktadır. Bir firmayı rakiplerinden farklı kılan ve rekabetçi üstünlük elde etmesini sağlayan değer zincirindeki farklılıklardır (Altan ve Vural, 2004: 32-34)

Rekabet üstünlüğü sağlama yönünde izlenebilecek başlıca stratejiler: büyüme veya küçülme, bütünleşme, birleşme, tasfiye, geri çekilme, ürün farklılaştırma, uzmanlaşma, satın alma ve işbirliği stratejileridir. Ürün geliştirme, ürünlerde çeşitlilik oluşturma, yeni pazarlar bulma, pazar geliştirme, pazarlama ve pazara nüfuz etme gibi pazar payının, satış ve karlılık oranlarının artırılması için izlenen yollar büyüme stratejilerine örnektir. Firmanın ana faaliyet alanının dışındaki işlerini kendisinin yerine dışarıdaki bu konuda uzman olan diğer firmalara yaptırtması ya da firmanın rekabet açısından avantajlı olduğu alanlardaki faaliyetlerini daraltmaya gitmesi de izlediği küçülme stratejilerindendir.

Bir firmanın diğer şirketlerle yaygın olarak “şirket evlilikleri” gibi yollarla ortaklık kurarak güçlerini birleştirmesi şirket birleşmesi stratejisi örneklerindedir. Yatay birleşme ve tek yönlü birleşme olmak üzere iki tür şirket birleşmesi vardır. Bunlardan ilki, aynı sektörde faaliyet gösteren firmalar arasında kurulan ortaklıklar; ikincisi ise satış, pazarlama ve Ar-Ge bakımından birbirine paralel sektörlerde olan firmaların ortaklıklarıdır. Bütünleşme stratejileri de geriye ve ileriye doğru bütünleşme olarak iki farklı bütünleşme stratejisi mevcuttur. Geriye doğru bütünleşme; firmanın kullandığı girdileri kendisi için üretebilir pozisyonda olması, ileriye doğru bütünleşme ise firmanın kendi ürettiği ürünleri ve hizmetleri kendi organizasyon yapısında bulunan diğer birimlerde kullanmasıdır. Su satan bir şirketin kendi su şişelerini üreten bir firma kurması geriye doğru bütünleşme örneğidir. Bir şirket rekabet gücü

ve bulunduğu pazar içindeki payı açısından dezavantajlı durumda olduğu alanlardaki faaliyetlerini azaltması da geri çekilme stratejisi örneğidir. Şirketin başarı elde edemediği alanlardaki faaliyetlerini bir kısmını ya da tümünü sona erdirmesi tasfiye stratejisidir. Şirketin en başarılı olduğu belirli bir sayıdaki ürünlerle pazarda var olması ve bunları geliştirerek pazar payını genişletmesi uzmanlaşma stratejisidir. Bir şirketin mevcut ya da yeni bir pazara değişik ürünler sunması ürün farklılaştırma stratejisi izlendiğini, aynı alanda veya farklı bir alanda faaliyette bulunan bir kuruluşu satın alarak bünyesine katması satın alma strateji izlendiğini gösterir. İki veya daha fazla firmanın hukuki anlamda bir ortaklık kurmaksızın bir araya gelerek ortak yatırım yapmaları ise işbirliği stratejisi örneğidir. Üretim, pazarlama, finansman, insan kaynakları, Ar-Ge, liderlik, niş ve hasat stratejileri de rekabet üstünlüğü sağlamak için başlıca fonksiyonel stratejilerdendir (Altan ve Vural, 2004: 83). Porter' a göre, bir işletmenin bulunduğu sektördeki konumunu maliyetlerindeki düşüklük veya farklılık kararı şekillendirmektedir. Rekabet stratejisinin merkezi bileşenlerinden biri düşük maliyet ya da farklılık kararıken diğeri ise ne kadar geniş veya dar bir pazar payının hedef olarak belirlendiğidir. Düşük maliyetle üretim, farklılık avantajı, geniş veya dar pazar hedefi, bir kuruluşun rekabet avantajı yaratması ve sürdürülebilmesinde geniş kapsamlı stratejileri tanımlamak için kullanılmaktadır.

Yetişme (catch-up) ile geri kalmama (keep-up) stratejilerini, teknolojiyi dışardan transfer eden firmalar kullanmaktadır. İlk aşamada; takipçi firmalar süreç teknolojilerini kendilerine uyarlamaya çalışmaktadırlar. Firmalar sonraki aşamalarda ürünlerinin kalitesini ve verimliliklerini yükseltmek için mevcut üretim sürecini peyderpey değiştirerek, süreç teknolojilerini kontrollü bir şekilde uygulamaktadırlar. Diğer aşamalarda takip konusunda hızlı olan firmalar üretimde avantaj sağlamış olur ve yeni süreçlerle, ürün tasarımıyla ilgilenirler. Pazarın lideri olan firmalar süreçlere ve ürünlere yönelik Ar-Ge çalışmalarıyla ürünü farklılaştırma yeteneklerini ortaya koyarlar. Olgunluk evresinde, lider pozisyonundaki firmalar arasında Ar-Ge çalışmalarını arttıran ve rekabet güçlerini koruyan, öncü pozisyonda süreç ve ürün yenilikleri geliştiren firmalar fark yaratabilenlerdir (Altan ve Vural, 2004, 34-33). Gelişmekte olan ülkelerin rekabet gücünü arttırmaları, açık ve belirli iletişim ve bilgi teknolojileri stratejisi oluşturmalarıyla doğrudan ilintilidir.

Porter'in rekabet avantajı sağlama öngörülerine bakıldığında, rekabet için stratejisi üretme ve geliştirme sürecinde; ilk olarak firmanın veya

organizasyonun mevcut stratejisinin ortaya konulması gerektiği savunulmaktadır. Firmanın zayıf ve güçlü yanlarıyla ele alınıp iç durum analizinin, rakiplerinde zayıf ve güçlü yanlarıyla değerlendirilip dış durum analizinin yapılmasıyla sektör için durum analizinin tamamlanacağı belirtilmektedir. Olası beklentiler ve değişikliklerin tespiti için organizasyon dışındaki toplumsal ve siyasal faktörlerin de analiz edilmesi işleminden sonra şirketin rekabet stratejisinin oluşturulabileceği öngörülmektedir.

Porter'ın, rakipleri devre dışı bırakma noktasında başarı getirecek üç temel stratejisi (şekil 5'te): maliyetleri düşürerek sağlanan toplam maliyet liderliği, ürünlerini ve sunduğu hizmeti farklılaştırma ve belirli bir müşteri grubuna yönelik üretim yaparak odaklanma stratejileridir.



Şekil 5: Porter'in Üç Genel Stratejisi

Kaynak: Porter, (2015: 47).

Firma diğer firmalara kıyasla daha yüksek bir pazar payına sahipse ya da hammaddelere daha kolay erişim sağlıyorsa, toplam maliyetleri düşük olacağından avantajlı bir konumda olur. Bu avantajlar, ürünlerin üretimini kolaylaştırmayı, maliyetleri genele yaymak açısından birbirleriyle ilişkili ürünlerin üretimine yönelmeyi ve müşteri gruplarının tamamına hizmet etmeyi sağlamaktadır (Porter, 2015, 43). Tüm sektörlerde benzersiz olarak kabul edilen bir şey yaratmak farklılaşmadır. Firmaların rekabet avantajı sağlaması; marka ismi, teknoloji, tasarım, satıcı ağı, müşteri hizmetleri gibi başka boyutlarda farklılaşmayı başararak ilgilidir (Porter, 2015: 45). Niş bir alıcı grup, coğrafi pazar ya da ürün yelpazesinin bir bölümü üzerine odaklanmak da firmalara rekabet avantajı sağlayan diğer bir unsurdur. Örneğin; reklam savaşlarına ve yeni ürünlerin hızına karşı savunmasız olan tüketici ürünlerinden kaçınarak, dar bir yelpazeye yayılan endüstriyel kâğıt çeşidine odaklananlar kar marjlarını ve rekabet avantajlarını arttırabilirler (Porter, 2015: 47).

#### 4. Son Gelişmeler Bağlamında Rekabet Gücü Değerlendirmesi

Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) Küresel Rekabetçilik Raporu, ülke ekonomilerini; iş ortamını geliştirmeleri, pazarlarını, beşeri sermayelerini, emek piyasalarını dönüştürebilmeleri ve yenilik ekosistemi oluşturabilmeleri vb. kriterler açısından değerlendirmektedir. Dünyanın en rekabetçi (teknolojik ve ekonomik bakımdan) ülkesi, Ekonomi Forumu'nun (WEF) 2019 yılı Küresel Rekabet Raporu'nda Singapur olmuştur. Türkiye, 61. olarak (62,1 puanla) sıralamada aynı yerini korumuştur. Göreceli olarak Türkiye'nin performansının olumlu olduğu bileşenler; 74,3 puanla altyapı, 52,9 puanla işgücü piyasası ve 57,8 puanla bilgi ve iletişim teknolojileri olarak verilmiştir. Türkiye 13. sırada yer aldığı pazar büyüklüğü bileşeninde ileri bir konumda iken onun dışındaki 12 bileşenin 11'inde Kuzey Amerika ve Avrupa ortalamasının altında kalmıştır. 2019 WEF raporu değerlendirmesinde, Türkiye işgücü piyasası bileşeni kapsamında küçük de olsa önemli iyileşmeler göstermiştir. Yabancı emeğe iş kolaylığı sunmada 63'üncü, işçi haklarında 109'uncu, kadın işgücü katılımının arttırılmasında 112'nci sırada yer almıştır. Diğer bir bileşen olan makroekonomik ortamda ise 2018'de 116. sıradayken 2019 yılında 61.3 puanla ciddi bir düşüşle 129. sıraya gerilemiştir (WEF,2019).

Tablo 1: Dünya Rekabetçilik Endeksi Sıralaması

Ülke	Küresel Rekabetçilik Endeksine Göre Sıralama (2018)	Küresel Rekabetçilik Endeksine Göre Sıralama (2019)	Puan (2019)
Singapur	2	1	84.8
ABD	1	2	83.7
Hong Kong	7	3	83.1
Hollanda	6	4	82.4
İsviçre	4	5	82.3
Japonya	5	6	82.3
Almanya	3	7	81.8
İsveç	9	8	81.2
İngiltere	8	9	81.2
Danimarka	10	10	81.2
Çin	28	28	73.9
Rusya	43	43	66.7
Hindistan	58	68	61.4
<b>Türkiye</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>62.1</b>

Kaynak: WEF (2018-2019).

141 ülkeye ait iş yapma kolaylığı ve dijital beceriler gibi 103 temel göstergesinin WEF tarafından ölçüldüğü 2019 yılı Küresel Rekabet Raporunda, teknolojik ve ekonomik olarak dünyanın en rekabetçi ekonomisi Singapur 84,8 puanla seçilmiştir. Dikkati çeken bir diğer noktada Singapur'un iş gücünün, altyapısının ve kamu sektörünün yüksek puanlarla rekabet raporunda yer almasıdır. Tablo 1'deki Dünya Rekabetçilik Endeksi sıralamasında ABD 83,7

puanla birincilikten ikinciliğe düşmüş, 83,1 puanla Hong Kong üçüncü, 82,4 puanla Hollanda dördüncülüğü elde etmiştir. İsviçre'ye bakıldığında 82,3 puanla 1 sıra düşerek 5'inciliğe gerilerken, yine 82,3 puanla Japonya da 1 sıra gerilemiş ve 6'ncı olmuştur. Almanya ekonomisi bakımından Avrupa'da ilk sırada olmasına rağmen 81,8 puanla 4 basamak düşerek 7'inci sıraya düşmüştür. 81,2 puan alarak İsveç bir basamak yükselmiş ve 8'inci olmuşken, İngiltere de 81,2 puanla bir sıra gerileyerek 9'uncuğa düşmüştür. Danimarka ise 81,2 puan alarak 10'unculuğunu muhafaza etmiştir (WEF, 2019).

WEF raporunun ülkelerin ekonomik dönüşüme hazır olup olmadığını değerlendirdiği ayrı bir bölümü de vardır. Covid-19 pandemisi sürerken WEF 2020 için özel baskısında, salgına müdahale ve yönetiminde ülkelerin etkili olmalarında yardımcı olan etkenleri değerlendirmiştir. Bu özel baskıda hangi ülkelerin yeni ekonomik dönüşümlere hazır olup olmadığına dair insanlar, gezegen ve üretkenlik amaçları çerçevesinde sistemleri analiz etmişlerdir. Dönüşüm için hazır olma 1-10 arasında değerlerle puanlanmıştır. Dönüşüm ve değişime en hazır ülke notu 1, hiç hazır olmayan ülke notu 10 olarak belirlenen puanlama sisteminde, Türkiye'nin notları 9 ve 10'lardan oluşmaktadır. Finlandiya'nın notları genellikle 1 ve 2 iken, vergide dönüşüm notu 8 olduğundan bu noktada hazır olmadığına kanaat edilmiştir. Güney Afrika, vergilendirmede konusundaki başarısı ile rakiplerine oranla dönüşüme en hazır ülke olmuştur (WEF:2020).

Türkiye 37 ülke içinde dönüşüm kriterlerinden biri olan "iş ortamını dönüştürmek" kriterine göre 30. sırada, yeşil altyapıya geçiş kriterinde ise 34'üncü sırada yer almıştır. Dolayısıyla kamu hizmetleri sunma ve yeşil alt yapıya geçişte diğer kriterlere kıyasla biraz daha iyi bir konumda olduğu söylenebilir. Raporun "beşeri sermayeyi dönüştürmek" kriterinde: liderlerin eğitim müfredatını uzun sürede güncellemesi, iş kanunlarında reformlar yapılması yanında yeni yetenek yönetimi teknolojilerinin kullanımını iyileştirmesi önerilmektedir. Türkiye'nin en kötü notlarından biri de 35. sırada olduğu eğitim yatırımlarının artırılması (müfredat güncellenmesi ve yetkinliklerin artırılması) kriteridir. Brezilya ve Yunanistan eğitim yatırımları kriterinde Türkiye'den daha kötü not almışlardır. Raporda rekabeti artırmak, firmaların sürdürülebilir, kapsayıcı yatırımlar yapabilmeleri ve tekelleşmeyi önleme yönünde yaptırımların güncellenmesi kapsamında "piyasaları dönüştürmek" başlığı altında finansal teşvikler verilmesi önerilmektedir. Türkiye'nin 30. sırada olduğu bir diğer kriter de, rekabet ve antitröst



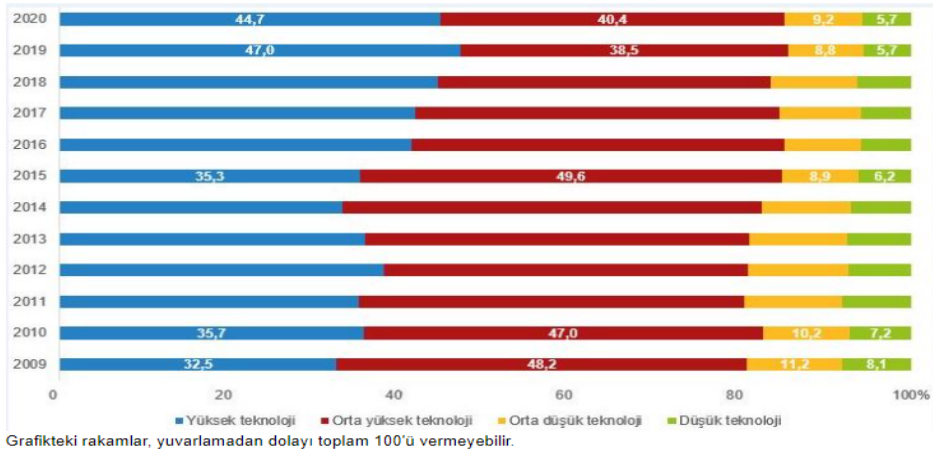
çerçevelerin değerlendirildiği başlıktır. Rapor, “inovasyon ekosistemini dönüştürmek” başlığında: geniş zamanlı, ülkelerin geleceğin pazarlarının oluşturulmasını desteklemesi ve yaratıcı yanlarını artırmak yönünde firmaları, firma içi kimlik- cinsiyet çeşitliliğini artırması ve bunu benimsemesi konusunda motive edilmelerini önermektedir. Türkiye yaratıcılığın artırılması için çeşitlilik kültürünü destekleme kriterinde 36. sırada yer alırken kendisinden hemen sonra Hindistan gelerek son sırayı almıştır.

WEF 2020 raporuna göre; ileri düzey dijital becerilere ve dijital ekonomilere sahip olan ülkelerin vatandaşları ekonomilerini evden çalışırken de normal durumda gibi devam ettirmede başarı sağlamışlardır. Bu ölçüde en iyi performansı Hollanda, Yeni Zelanda, İsviçre, Estonya ve ABD göstermiştir. Yine rapor daha bütünleştirici ve çevreci bir ekonomiye geçişin mümkün olması için altyapıya yapılan yatırımların desteklenmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Raporda, bu konuda en hazır durumdaki ülkeler; Finlandiya, Estonya, Danimarka ve Hollanda olarak belirlenmiştir. 2020 WEF rekabetçilik raporunda, çalışmayan vatandaşlarını en çok destekleyen ülkeler, güvenilir ve tutarlı sosyal güvence politikaları uygulayan Danimarka, Finlandiya, Norveç, Avusturya, Lüksemburg ve İsviçre’dir. Küresel bir salgında iflasların yaşanmaması için KOBİ’lere kolay kredi sağlamada; sağlam finansal güçleri olan Finlandiya, ABD, Birleşik Arap Emirlikleri ve Singapur gibi ülkeler yine başarılı olmuşlardır. Sosyal, ekonomik ve sağlık politikalarını başarılı olarak planlayabilen ve değişime açık programlayan Singapur, Birleşik Arap Emirlikleri, İsviçre, Lüksemburg ve Avusturya gibi ülkelerde krizin etkileri diğer ülkelere kıyasla daha hafif seyretmiştir. İnovasyon, buluş ve araştırma alanlarındaki uzun ömürlü yatırımları cesaretlendirmek, desteklemek ve genişletmenin “geleceğin pazarlarını” yaratacağı ve ekonomik büyümeyi sağlayacağı raporda vurgulanan diğer bir noktadır. Geleceğin pazarlarını oluşturmak için Finlandiya, Japonya, ABD, Güney Kore ve İsveç daha hazırlıklı olan ülkelerken, daha az hazırlıklı olanlar Yunanistan, Meksika, Türkiye ve Slovak Cumhuriyeti olarak değerlendirilmiştir (WEF, 2020).

Rekabetçi bir güç olmanın gereklerinden biri de ülkelerin Ar-Ge faaliyetlerine yaptıkları yatırımlar ve bunların sürekliliğidir. Eyibil (2021), çalışmasında, Türkiye’de savunma ve havacılık, beyaz eşya, otomotiv, telekom ile elektronik Ar-Ge harcamasında önde gelen sektörlerden olduğunu belirtmektedir. Yine Türkiye’nin Ar-Ge merkezlerinin olduğu en fazla olduğu

sektörlerin makine ve teçhizat imalatı, otomotiv yan sanayi ve yazılım alanlarında olduğunu belirtmektedir (Eyibil, M. A.,2021: 67).

Grafik 1: İmalat sanayinde gerçekleştirilen Ar-Ge harcamalarının teknoloji düzeyine göre Dağılımı, 2009-2020



Kaynak: TÜİK, (2021).

TÜİK tarafından hazırlanan Grafik 1'e bakıldığında; 2020'de imalat sanayinde gerçekleştirilen 20 milyar 333 milyon TL Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji faaliyeti yürüten girişimlerce gerçekleştirilen kısmının %44,7 olduğu görülmektedir. 2015'te bu oran %35,3 olarak kaydedilmiştir. İmalat sanayinde yapılan toplam Ar-Ge harcamalarının orta yüksek teknoloji faaliyetinde bulunan girişimcilerce %40,4'ü, orta düşük teknoloji faaliyeti gerçekleştiren girişimcilerce %9,2 ve düşük teknoloji faaliyeti yürüten girişimcilerce de %5,7 oranında gerçekleştirildiği görülmektedir (TÜİK, 2021).

## SONUÇ

Dünyada yaşanan dönüşüm, değişen iklim koşullarının ve ekonomik/fiziki savaşların sebebiyet verdiği krizler, gıda üretiminin devamlılığının sağlanması için sürdürülebilir bir çevre ve ekonominin ülkelerin öncelikli hedefleri arasında yer alması gerektiği açıktır. Her ülkenin sahip olduğu bilgi/birikim seviyesi, fiziki-sosyal yapısı, gelişmişlik düzeyi ve değişimlere uyum hızı farklıdır. Rekabetçi üstünlükleri arttırmak için mevcut kaynakların, uygulanan politikaların bu doğrultuda kullanılması gerekmektedir.

İşletmelerin, pazarların ve ülkelerin rekabetçi kimlik kazanmaları; uluslararası rekabete uyum sağlama kapasitesine, üretilen ürünlerin, hizmetlerin ve üretim faktörlerinin uluslararası pazarlara yayılma hızına bağlıdır. Rekabet gücünün oluşumu ve korunması için kamu yöneticilerinin gerekli önlemleri kısa sürede alabilecek yeterlilikte olması gerekir. Ayrıca ülkelerin uluslararası rekabet edebilirliğini ölçen WEF gibi kuruluşların birçok kategorik sınıflandırma ve ölçümle yaptığı değerlendirmelerin de dikkate alınması gerekir. 2021 raporunda; salgınla mücadele eden dünyanın değişen çehresine de değinen WEF, hastalıkları teşhis edebilen nefes sensörlerinden, kişiye özel doz ve uygunlukta ilaç üretimine kadar birçok yeniliğe de gündeminde yer vermiştir. Bu tarz yeni gelişmelerin hızına yetişebilmek, gerekli durumlarda teknoloji transferleri gerçekleştirmek ve teknolojisini kendi üretebilir bir pozisyona gelmek için beşeri sermaye yatırımları ve bu doğrultuda eğitim yapısının iyileştirilmesi, ülkelerin öncelikli hedefi olmalıdır. Bunların yanında devletin doğru ve orantılı kamu politikaları ile mali istikrar sağlaması ve finans piyasalarının güvenilirliğini tesis etmesi, yatırımın artması adına önemli unsurlardandır.

Rekabet ortamının kızışması ve pazarların dijitalleşmesi avantajlarının yanında tüm ülkeler için tetikte olmayı da beraberinde getirmiştir. Rekabet gücü elde etmek, hızlı dönüşümlere ayak uydurmak ve bu dinamizmi sürdürebilmek için bu ülkelerin gözlem ve uyum yeteneklerinin iyi olması gerekir. Hayal müdürleri, değişim mühendislikleri gibi yeni oluşumları, gelişmekte olan firma ve ülkeler duyumsal bir kavram olmaktan çıkarıp kaliteyi sunmak, yeniyi izlemek ve üretmek adına değişim ve dönüşümlere hızlı uyum kabiliyeti açısından kendi örgüt ve yapılarına adapte etmelidir. Birçok inovasyon yazarının ifade ettiği ve ileri teknoloji devlerinin de kuruluşlarının bir parçası olan hayal departmanları, ilerlemek isteyen firma ve şirketlerin hafife almaması gereken fikir üretim mutfaklarıdır. Yaratıcılık odaklı sinerji ve bilgi ortamlarının arttırılması gerekliliğinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği açısından önemli olduğu unutulmamalıdır. Gelişmekte olan ülkeler, gelişen veri ağları ve iletişimdeki inovasyonlara uyum sağladığı, yeni teknolojileri üretebilir bir güce kavuştuğu ve yüksek verimliliği, kaliteyi hayatın her evresinde bir arada birbirini destekler nitelikte sunmayı başardığı ölçüde rekabet gücünü arttırabilir ve beşeri sermayenin yaratıcı yönünü parlatarak bunun sürekliliğini sağlayabilirler.

## KAYNAKÇA

- Aktan, C.C. ve Vural, İ.Y. (2004). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*, Tisk Yayını.
- Aktan, C.C. (2010). Türkiye’de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası, *Ekonomi Bilimleri Dergisi Cilt 2, Sayı 2*, ss. 166-197.
- Boltho, A. (1996). The Assessment: International Competitiveness, *Oxford Review of Economic Policy, Cilt 12, Sayı 3*, s.1-16).
- Coşkun, A. (Nisan 2014). Dış Ticaret Teorileri Kapsamında Türkiye’nin Rekabet Gücü Üzerine Bir Değerlendirme, *Tekirdağ S.M.M. M. Odası Sosyal Bilimler Dergisi, s.3*, s.1-10.
- Çivi, E. (2001). Rekabet Gücü: Literatür Araştırması, *Yönetim ve Ekonomi, Cilt:8 Sayı:2*, s.21-38.
- Doğan, E. (Aralık 2017). Rekabet Stratejileri Perspektifinden Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü, *Yönetim ve Ekonomi Araştırması Dergisi, Cilt 15, Sayı 1*, s.163-178).
- Gökmenoğlu, M., Akal, M. ve Altunışık, R. (Ekim 2012). *Rekabet Dergisi, Cilt 13, Sayı 4*, ss.3-43.
- Gürpınar, K. ve Sandıkçı, M. (2008), Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter’ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye’deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt 8, Sayı 15*, ss.105 – 125.
- Hatsopoulos, G. N., Krugman, P. R. ve Summer, L. H.(Haziran 1988). U.S. Competitiveness: Beyond the Trade Deficit, *American Association for the Advancement of Science, cilt 247,sayı 4863*, s. 299-307.
- Karluk, S. R. (1973). Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisinin Gelişmekte Olan Ülkeler Yönünden Geçerliliği Üzerine Düşünceler, *İstanbul İktisat Dergisi, Cilt 33, Sayı 1-4*, s.221-238.
- Kibritçioğlu, A. (1994). Adam Smith’in “Uluslararası İktisat Kuramı”na Katkıları Hakkında, *Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/2595/> MPRA Paper No. 2595, posted 20 Apr 2007 UTC*.
- Krugman, P. (Mart- Nisan 1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession, *Foreign Affairs, Cilt 73, Sayı 2*, ss. 28-44.
- Ovalı, S. (2014). Küresel Rekabet Gücü Açısından Türkiye’nin Konumu Üzerine Bir Değerlendirme, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, sayı 13*, s. 17-36.
- Özsağır, A. (Kasım 2012). Yenilik Ekonomisini Öne Çıkaran Gelişmeler, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, yıl 4, sayı 7*, s.1-16.

Öztürk, E. N. (Aralık 2017). Cari Açık Problemi Çerçevesinde Türkiye’de Ara Mal ve Enerji İthalatı, *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt:3, Sayı:4, s.559-568.

Porter, M. E. ( Mart- Nisan1990). The Competitive Advantage of Nations, *Harvard Business Review*, s. 73-91.

Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat Teori Politik ve Uygulama*, İstanbul, Gizem Can Yayınları.

Siudek, T. ve Zawojka, A. (2014). Competitiveness In The Economic Concepts, Theories And Empirical Research, *Oeconomia*, cilt 13,sayı 1, s.91-108.

Şağbanşua, L.(Mayıs,2006). Strateji, Rekabet ve Rekabet Gücü İlişkileri, *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, Sayı 9, s.1-14.

Taş, Ş., Taşar,İ. ve Açı, Y.( Nisan 2017). Ar-Ge Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt 10, sayı 2, s.197-206.

TC Dış Ticaret Bakanlığı *Ekonomik Görünüm 8 Kasım 2021.pdf* (Erişim Tarihi: 01.112021).

pnack189.pdf (Erişim Tarihi: 12.10.2021).

rekabetelektronik. pdf (Erişim Tarihi: 15.10.2021).

WEF\_Digital\_Assets\_Distributed\_Ledger\_Technology\_2021.pdf (Erişim Tarihi: 15.11.2021)

WEF\_Top\_10\_Emerging\_Technologies\_of\_2021.pdf (Erişim Tarihi: 15.11.2021).

WEF\_Upskilling\_for\_Shared\_Prosperty\_2021.pdf (Erişim Tarihi: 15.11. 2021).