

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI**

**TR62 BÖLGESİ'NDE SEKTÖREL REKABET GÜCÜNÜN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Esmenur KARABIYIK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2017

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI**

**TR62 BÖLGESİ'NDE SEKTÖREL REKABET GÜCÜNÜN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Esmenur KARABIYIK

Danışman: Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU

Jüri Üyesi: Prof. Dr. İsmail Tuncer

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Selçuk Çolak

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2017

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU
(Danışman)

Üye: Prof. Dr. İsmail Tuncer

Üye: Doç. Dr. Selçuk Çolak

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylıyorum.

.../.../2017

Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. 15 / 12 / 2017

İMZA

Esmenur KARABIYIK

ÖZET

TR62 BÖLGESİ'NDE SEKTÖREL REKABET GÜCÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ

Esmanur KARABIYIK

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU

Aralık 2017, 118 sayfa

Sanayi devrimi sonrasında yaşanan teknolojik gelişmeler ve küreselleşme sonucunda ülkeler arasındaki ticaret ve entegrasyon artarken ülkelerin büyüme hızları da artmaktadır. Yeni dünya düzeninde kızışan rekabet, ülkeleri ve bölgeleri bir yarış içine sokmuş ve kalkınma çabaları bölgesel gelişme trendini yaratmıştır. Türkiye de bu yarışta uluslararası düzeyde rekabet edebilen gelişmiş ülkeler arasına girmeyi hedeflemektedir.

Bu tez çalışmasında, Türkiye'nin güneyindeki büyüme odağı konumunda bulunan TR62 Bölgesi'nde ekonomik kalkınmanın sağlanması için sektörel rekabet güçleri analiz edilmiştir. Böylece, bölgenin gelişmesi için kaynakların hangi alanlara yönlendirilmesi gerektiği konusunda karar vericilere ışık tutacak sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda TR62 Bölgesi'nin Türkiye'deki yeri ile Adana ve Mersin'in genel ekonomik görünümü çerçevesinde istihdam, ihracat ve net satış verilerine ile analizler gerçekleştirilmiş ve rekabetçi sektörler tespit edilmiştir.

Yapılan analizler ve değerlendirmeler neticesinde elde edilen sonuçlara göre bölgede bitkisel üretim, gıda ürünleri, toptan ve perakende ticaret ile lojistik sektörleri her iki il için rekabetçi sektörler arasında yer alırken, Adana'da tekstil ürünleri, kimyasal ürünler ve plastik ürünleri sektörlerinin, Mersin'de ise metalik olmayan mineraller ile ormancılık ve tomrukçuluk sektörlerinin en rekabetçi sektörler olduğu tespit edilmiştir. Her iki ilde rekabetçi olan lojistik sektörünün elmas analizi ile rekabet analizi gerçekleştirilmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda iki basamaklı istatistikî verilere dayanarak gerçekleştirilen analizlerin daha detaylı şekilde genişletilmesi, araştırma ve inovasyon stratejileri (RİS3) ve kümelenme gibi modellerle sektörel stratejilerin ve yol haritalarının oluşturulması önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: rekabet, rekabet gücü, sektörel rekabet, bölgesel gelişme, kalkınma

ABSTRACT**ASSESSMENT OF SECTORAL COMPETITIVENESS IN TR62 REGION****Esmanur KARABIYIK****Master Thesis, Department of Economics****Supervisor: Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU****December 2017, 118 pages**

Technological developments after the Industrial Revolution and globalization have boosted the trade and integration between countries and increased the growth rates of the countries. The intense competition in the new world order puts countries and regions into a race, and development efforts have created regional development trend. Turkey aims to reach the level of developed countries that can compete internationally in this race.

In this thesis study, sectoral competitiveness is analyzed in order to provide economic development in the TR62 Region, which is the growth center in the southern Turkey. It is expected to reach the results that will lead decision makers determine the areas which the resources should be directed for developing the region. Within the scope of the position of TR62 Region in Turkey and economic outlook of Adana and Mersin, analysis were made by employment, exports and net sales data and competitive sectors were identified.

According to the results obtained from analyzes and evaluations, it has been determined that sectors of crop production, food products, wholesale and retail trade and logistics in both provinces; sectors of textile products, chemical products and plastic products in Adana and sectors of non-metallic minerals, forestry and logging in Mersin are the most competitive sectors. Competitiveness analysis of logistics sector which is competitive in both cities was made. In the following studies, it is proposed to extend the analyzes based on the two-digit statistical data in more detail, to set sectoral strategies and road maps using models such as research and innovation strategies (RIS3) and clustering.

Keywords: Competitiveness, competitive power, sectoral competitiveness, regional development

ÖNSÖZ

Yüksek lisans sürecinde ve tez çalışmamda engin bilgisi, tecrübesi ve tüm iyi niyetiyle çok kıymetli desteklerini esirgmeden çalışmalarına yön veren saygıdeğer hocam Prof. Dr. H. Mahir FİSUNOĞLU'na, çalışmalarımda bilgilerinden ve görüşlerinden yararlandığım değerli hocam Prof. Dr. Nejat ERK'e, tezimin zenginleşmesi için çok önemli katkılar sunan tez jürimdeki Prof. Dr. İsmail Tuncer ve Doç. Dr. Selçuk Çolak hocalarıma minnetlerimi sunarım. Bu süre zarfında, her zaman yanımda olan ve beni destekleyen Çukurova Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Dr. Lutfi ALTUNSU ve Birim Başkanım Ertan ZİBEL ile değerli aileme teşekkürü bir borç bilirim.



İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	vi
KISALTMALAR	x
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
GİRİŞ	1

BÖLÜM I

REKABET EDEBİLİRLİK KAVRAMI VE REKABET GÜCÜ TEORİLERİ

1.1. Rekabet Edebilirlik Kavramı ve Düzeyleri.....	4
1.1.1. Rekabet Edebilirlik Kavramı	4
1.1.2. Firma Düzeyinde Rekabet Edebilirlik	6
1.1.3. Bölge Düzeyi Rekabet Edebilirlik	7
1.1.4. Ulusal (Uluslararası) Düzeyde Rekabet Edebilirlik.....	8
1.2. Küreselleşme ve Ulusal Rekabet Edebilirlik	8
1.3. Klasik Dış Ticaret Teorileri ve Rekabet Gücü.....	15
1.3.1. Mutlak Üstünlükler Teorisi.....	16
1.3.2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi	17
1.4. Modern Dış Ticaret Teorileri ve Rekabet Gücü	18
1.4.1. Faktör Donatımı Teorisi.....	19
1.4.2. Faktör Fiyatlarının Eşitlenmesi Teorimi.....	20
1.4.3. Stolper-Samuelson Gelir Dağılımı Teoremi	20
1.4.4. Rybczynski Teoremi	20
1.4.5. Leontief Paradoksu	20
1.5. Yeni Dış Ticaret Teorileri ve Rekabet Gücü	21
1.5.1. Teknoloji Açığı Teoremi	22
1.5.2. Nitelikli İşgücü Teoremi	22
1.5.3. Ürün Dönemleri Teoremi.....	23
1.5.4. Tercihlerde Benzerlik Teoremi	24
1.5.5. Monopolcü Rekabet Teoremi	24
1.5.6. Ölçek Ekonomileri Teoremi	25
1.6. Rekabet Gücüne Modern Yaklaşımlar.....	26
1.6.1. Karşılaştırmalı Üstünlükten Rekabet Üstünlüğü Kavramına Geçiş	27

1.6.2. Elmas (Diamond) Modeli	28
1.6.3. Çifte Elmas Modeli	32
1.6.4. Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli	34
1.6.5. Dokuz Faktör Modeli	35
1.6.6. Refah Odaklı Rekabet Gücü Anlayışı	37
1.6.7. Çifte Çifte Elmas Modeli	38
1.7. Rekabetçiliğin Ölçülmesi	39
1.7.1. Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'nün (IMD) Dünya Rekabet Gücü Yıllığı	41
1.7.2. Dünya Ekonomi Forumu'nun (WEF) Küresel Rekabet Gücü Endeksi	41

BÖLÜM II

TR62 BÖLGESİ VE GENEL EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ

2.1. TR62 Bölgesi'nin Türkiye'deki Konumu	43
2.2. TR62 Bölgesi'nin GSYİH ve Üretim Yapısı	46
2.2.1. Adana İli GSYİH ve Üretim Yapısı	46
2.2.2. Mersin İli GSYİH ve Üretim Yapısı	47
2.3. İşgücü Göstergeleri	49
2.3.1. Adana İli İşgücü Göstergeleri	49
2.3.2. Adana İli İstihdamının Sektörel Dağılımı	49
2.3.3. Mersin İli İşgücü Göstergeleri	52
2.3.4. Mersin İli İstihdamının Sektörel Dağılımı	52
2.3.5. TR62 Bölgesi İşgücü Göstergeleri	54
2.4. Dış Ticaret	55
2.4.1. Adana İli İhracatı	55
2.4.1.1. Adana İli İhracatında Eşdeğer Ülke Sayısı	56
2.4.2. Adana İli İthalatı	57
2.4.3. Adana İli Dış Ticaretinin Teknoloji Düzeyi	58
2.4.4. Mersin İli İhracatı	60
2.4.4.1. Mersin İli İhracatında Eşdeğer Ülke Sayısı	61
2.4.5. Mersin İli İthalatı	62
2.4.6. Mersin İli Dış Ticaretinin Teknoloji Düzeyi	63

BÖLÜM III

TR62 BÖLGESİ SEKTÖREL REKABET ANALİZLERİ

3.1. Yöntem.....	65
3.2. İstihdama Göre Rekabetçi Sektörler	68
3.2.1. Adana İli İstihdama Göre Rekabetçi Sektörler	68
3.2.2. Mersin İli İstihdama Göre Rekabetçi Sektörler	72
3.3. İhracata Göre Rekabetçi Sektörler	76
3.3.1. Adana İli İhracata Göre Rekabetçi Sektörler	76
3.3.2. Mersin İli İhracata Göre Rekabetçi Sektörler	81
3.4. Net Satışlara Göre Rekabetçi Sektörler	86
3.4.1. Adana İli Net Satışlara Göre Rekabetçi Sektörler	86
3.4.2. Mersin İli Net Satışlara Göre Rekabetçi Sektörler	88

BÖLÜM IV

LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN ELMAS MODELİ İLE REKABET ANALİZİ

4.1. Elmas Modeli	94
4.1.1. Girdi Koşulları	94
4.1.2. Talep Koşulları	100
4.1.3. Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı	102
4.1.4. İlgili ve Destekleyici Sektörler	105

BÖLÜM V

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

5.1. Değerlendirme ve Sonuç.....	109
----------------------------------	-----

KAYNAKÇA.....	115
ÖZGEÇMİŞ	118

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
CAGR	: Bileşik Yıllık Büyüme Oranı
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IMD	: Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü
ISIC	: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması
İBBS	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
KETs	: Etkinleştirici Anahtar Teknolojiler
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
MTSO	: Mersin Ticaret ve Sanayi Odası
NACE	: Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması
RCA	: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler
RIS	: Bölgesel İnovasyon Stratejisi
RIS3	: Akıllı Uzmanlaşma İçin Araştırma ve Yenilik Stratejileri
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TCDD	: Türkiye Devlet Demir Yolları
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WEF	: Dünya Ekonomi Forumu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Klasik Ticaret Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri	15
Tablo 2.	Portekiz ve İngiltere'nin Şarap ve Kumaş Üretim Maliyetleri	17
Tablo 3.	Portekiz ve İngiltere'nin Şarap ve Kumaş Üretim Maliyetleri	18
Tablo 4.	Modern Ticaret Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri	19
Tablo 5.	Yeni Ticaret Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri	21
Tablo 6.	Modern Rekabet Gücü Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri	26
Tablo 7.	IMD ve WEF Raporlarının Karşılaştırılması.....	40
Tablo 8.	Küresel Rekabet Gücü Endeksi'nin Çerçevesi	42
Tablo 9.	Adana ve Türkiye İşgücü Göstergeleri	49
Tablo 10.	Adana'nın İmalat Sanayi Sektörlerine Ait Bilgiler.....	51
Tablo 11.	Mersin ve Türkiye İşgücü Verileri.....	52
Tablo 12.	Mersin'in İmalat Sanayi Sektörlerine Ait Bilgiler.....	53
Tablo 13.	TR62 ve Türkiye İstihdam Göstergeleri	54
Tablo 14.	İstihdamın Sektörel Dağılımı.....	55
Tablo 15.	Adana'nın En Fazla İhracat Yaptığı Sektörler	55
Tablo 16.	Adana'nın En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler	56
Tablo 17.	Adana'nın En Fazla İthalat Yaptığı Sektörler	57
Tablo 18.	Adana İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı.....	58
Tablo 19.	Mersin'de En Fazla İhracat Yaptığı Sektörler ve Payları	60
Tablo 20.	Mersin'in En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler ve Payları.....	61
Tablo 21.	Mersin'in En Fazla İthalat Yaptığı Sektörler ve Payları	62
Tablo 22.	Mersin İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı ve Payları.....	63
Tablo 23.	Adana'da İstihdama Göre Üç Yıldız Alan Sektörler	69
Tablo 24.	Adana'da İmalat Sanayinde İstihdama Göre İki Yıldız Alan Sektörler	70
Tablo 25.	Mersin'de İstihdama Göre Üç Yıldız Alan Sektörler	73
Tablo 26.	Mersin'de İmalat Sanayinde İstihdama Göre İki Yıldız Alan Sektörler.....	74
Tablo 27.	Sektörlerin Adana'daki ve Türkiye'deki İhracatı ile RCA Değerleri	77
Tablo 28.	Adana'nın İhracata Göre Rekabetçi Sektörleri	79
Tablo 29.	Sektörlerin Mersin'deki ve Türkiye'deki İhracatı ile RCA Değerleri.....	82
Tablo 30.	Mersin'in İhracata Göre Rekabetçi Sektörleri	84

Tablo 31. Adana'daki İmalat Sanayi Sektörlerinin Net Satışlara Göre 3 Yıldız Analizi.....	87
Tablo 32. Adana'da Net Satışlara Göre 3 Yıldız Alan Sektörler.....	88
Tablo 33. Mersin'deki İmalat Sanayi Sektörlerinin Net Satışlara Göre 3 Yıldız Analizi.....	90
Tablo 34. Mersin'de Net Satışlara Göre 3 Yıldız Alan Sektörler	91



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.	Rekabet edebilirlik seviyeleri	6
Şekil 2.	Elmas modeli	29
Şekil 3.	Çifte elmas modeli	33
Şekil 4.	Genelleştirilmiş elmas modeli.....	35
Şekil 5.	Dokuz faktör modeli	36
Şekil 6.	“SER-M” paradigması	37
Şekil 7.	Çifte çifte elmas modeli	39
Şekil 8.	Gelir düzeyine göre bölgesel sınıflama.....	44
Şekil 9.	Düzy 2 bölgelerinin gelişmişlik düzeyi.....	45
Şekil 10.	İllerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması.....	45
Şekil 11.	Adana’da üretilen milli gelirin sektörel dağılımı (2004-2014).....	46
Şekil 12.	Adana’da kişi başına düşen GSYH (\$)	47
Şekil 13.	Mersin’de üretilen milli gelirin sektörel dağılımı (2004-2014).....	48
Şekil 14.	Mersin’de kişi başına düşen GSYH (\$)	48
Şekil 15.	Adana ihracatta kritik öneme sahip olan ülke sayıları	57
Şekil 16.	Adana ve Türkiye ihracatının teknoloji düzeyi (%).....	59
Şekil 17.	Adana ve Türkiye ithalatının teknoloji düzeyi (%).....	59
Şekil 18.	Mersin’in ihracatında kritik öneme sahip olan ülke sayıları.....	62
Şekil 19.	Mersin ve Türkiye ihracatının teknoloji düzeyi.....	64
Şekil 20.	Mersin ve Türkiye ithalatının teknoloji düzeyi.....	64
Şekil 21.	Yoğunlaşma katsayısı	71
Şekil 22.	Yoğunlaşma katsayısı	75
Şekil 23.	Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) endeksi	80
Şekil 24.	Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) endeksi	85
Şekil 25.	Elmas Modeli.....	107

GİRİŞ

Küreselleşen dünyada ülkeler arası gelişmişlik farkları değişiklikler göstermektedir. Sanayi Devrimi ile belirginleşen bu süreçte özellikle 1950'lerden itibaren kalkınma çalışmaları hız kazanmış ve ülkeler kıyasıya bir rekabet içerisine girmiştir. Dünyadaki güç dengeleri batıdan doğuya doğru kayarken merkezi bir konumda bulunan Türkiye de ülke içindeki gücün daha dengeli bir şekilde dağılması için bölgesel kalkınma politikaları geliştirmektedir. 1960'larda planlı dönemle birlikte gündeme gelen bölgesel gelişme Avrupa Birliği sürecinde 22. faslın (Bölgesel Politika ve Yapısal Araçların Koordinasyonu) açılması ile hız kazanmıştır. İstatistiki bölge birimleri sınıflandırma sistemi kurulduktan sonra Düzey 2 bölgelerinde kalkınma ajanslarının kurulması ile bölgesel kalkınma misyonuyla çalışan kurumsal yapılar tüm ülke çapına yayılmış oldu. Kalkınma politikası, Doğu ve Güneydoğu Anadolu ile Karadeniz'deki görece az gelişmiş bölgelerin gelişmiş bölgelere yakınsaması politikasına ek olarak, yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle tüm bölgelerin ulusal gelişmeye katkıda bulunması ile ülkemizin küresel ölçekte rekabet edebilen gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarılması amacına hizmet etmektedir.

Türkiye'deki kalkınma çalışmaları, her bölgede farklılaşan ihtiyaçların karşılanması ve fırsatların değerlendirilmesine yönelik bir bölgesel gelişme perspektifi oluşturmuştur. Kaynakların insan ihtiyaçlarına oranla kısıtlı olması ve kızışan rekabet ortamı, karar verici otoriteleri kaynak kullanımında bir tercih ve önceliklendirme yapmaya zorlamaktadır. Yereldeki üretim planlamalarında ve özel sektöre sağlanan teşvik ve desteklerin tasarımında yöresel öncelikler dikkate alınmaktadır. Bu doğrultuda, rekabet avantajı yüksek sektörlerin tespiti ve bu alanların gelişmesine imkân veren ekosistemin oluşturulması maksimum gelir ve refah artışı sağlanması açısından önemlidir.

Adana ve Mersin illerinden oluşan TR62 Düzey 2 Bölgesi, Türkiye'nin güneyindeki büyüme odağı konumunda olup üretimin ve nüfusun yoğunlaştığı Marmara Bölgesi'ne alternatif bölge olarak görülmektedir. Bununla uyumlu olarak, Çukurova Kalkınma Ajansı koordinasyonunda hazırlanan 2014-2023 Çukurova Bölge Planı'nda "uluslararası çekim merkezi ve üretim üssü olmak" stratejik amacı belirlenmiştir. Yakın gelecekte Türkiye'nin enerji merkezlerinden biri olması beklenen Çukurova Bölgesi, gelişmiş lojistik altyapısı ile Cumhuriyet tarihinin önemli sanayi kentlerinden biri olan Adana'nın ve Doğu Akdeniz'in önemli ticaret merkezlerinden biri olan Mersin'in

potansiyelini iyi değerlendirerek ülke kalkınmasına en yüksek katkıyı yapması beklenen bölgelerden biridir. Bu nedenle yatırımların ve kaynak tahsisinin daha akılcı şekilde yönlendirilmesi için bahsedilen illerdeki rekabet gücü yüksek olan sektörlerin belirlenmesi, yerel ekonomik stratejilerin oluşturulması ve sektörel yol haritalarının geliştirilmesi noktasında atılacak ilk adım olarak kritik öneme haizdir.

Adana’da en fazla istihdam yaratan sektörler perakende ticaret, bina inşaatı, bina ve evre düzenleme faaliyetleri, toptan ticaret, eğitim, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığıdır. İmalat sanayinde en yüksek istihdama sahip sektörler ise tekstil ürünleri imalatı, gıda ürünleri imalatı ve fabrikasyon metal ürünleri, giyim eşyaları imalatı ve kauçuk ve plastik ürünler imalatıdır.

Adana’nın en fazla ihracat yaptığı sektörler tekstil ürünleri, kimyasal madde ve ürünler, gıda ürünleri ve içecek, tarım ve hayvancılık, motorlu kara taşıtı ve römorklar, plastik ve kauçuk ürünleridir.

Adana’da en fazla net satış gerçekleştirilen sektörler gıda ürünlerinin imalatı, tekstil ürünlerinin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, fabrikasyon metal ürünleri imalatıdır.

Mersin’de en fazla istihdam yaratan sektörler bina inşaatı, perakende ticaret, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, toptan ticaret, bina ve evre düzenleme faaliyetleri ile eğitimidir. İmalat sanayinde en yüksek istihdama sahip sektörler ise gıda ürünleri imalatı, fabrikasyon metal ürünleri giyim eşyaları imalatı, metalik olmayan ürünler imalatı ve kauçuk ve plastik ürünler imalatıdır.

Mersin’in en fazla ihracat yaptığı sektörler tarım ve hayvancılık, gıda ürünleri ve içecek, başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat, plastik madde ve ürünler, kimyasal madde ve ürünler ve metal eşya sanayidir.

Mersin’de en fazla net satış gerçekleştirilen sektörler gıda ürünlerinin imalatı metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, ana metal sanayii, fabrikasyon metal ürünleri imalatıdır.

Bu alışmada, Adana ve Mersin’de istihdam, ihracat ve net satış verilerine göre sektörlerin rekabetçilik düzeyleri analiz edilerek bölgenin büyük hacimli lokomotif sektörlerinin rekabetçi olup olmadıkları test edilecektir. Ek olarak, Adana ve Mersin’in kritik sektörlerinden biri olan lojistik sektörünün Porter’ın Elmas Modeli göre rekabetçilik analizi gerçekleştirilecektir. Bölgedeki sektörel yoğunlaşmalara ve uzmanlıklara bağlı olarak Adana ve Mersin’deki rekabetçi sektörlerin tespit edilmesi yoluyla bölgesel politikaların belirlenmesine katkıda bulunmak ve sektörel gelişme

alanında örnek bir analiz çalışması yapmak amaçlanmaktadır. Böylece bölgenin sektörel önceliklerinin belirlenmesi için ve sektör bazında gelişme stratejilerinin oluşturulması için gereken analiz çalışmaları yapılmış olacaktır. Bu kapsamda, birinci bölümde araştırmanın kavramsal ve kuramsal dayanağı ortaya koyulmuştur. İkinci bölümde Düzey 2 bölgelerinin oluşumu ve TR62 Bölgesi'nin konumu ele alınmış olup bölge illerinin ekonomik görünümüne yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise bölge illerinin sektörel rekabetçilik analizleri ihracat, istihdam ve net satışlara verilerine göre 3 yıldız analizi ve RCA analizi ile gerçekleştirilmiş, dördüncü bölümde TR62 Bölgesi'ndeki lojistik sektörü ele alınarak Elmas Modeli ile rekabetçilik analizi yapılmıştır.



BÖLÜM I

REKABET EDEBİLİRLİK KAVRAMI VE REKABET GÜCÜ TEORİLERİ

1.1. Rekabet Edebilirlik Kavramı Ve Düzeyleri

1.1.1. Rekabet Edebilirlik Kavramı

“Rekabet” (competition) kavramı aynı amacı güden kimseler arasındaki yarışma, çekişme, yarış durumunu ifade etmektedir. "Framework Conditions for Industrial Competitiveness" adlı OECD projesi kapsamında yapılan tanıma göre “Rekabet edebilirlik” (competitiveness) kavramı ise “Şirketlerin, endüstrilerin, bölgelerin, ulusların ya da uluslar üstü bölgelerin uluslararası rekabet içerisinde sürdürülebilir şekilde görece olarak yüksek gelir ve istihdam üretebilme kabiliyetidir.” şeklinde ele alınmaktadır. (OECD, 1996, s. 20)

Rekabet gücü kavramı, 1990'ların başından itibaren politika tartışmalarının odağı haline gelmesi nedeniyle akademik literatürde yoğun bir şekilde incelenmesine rağmen bir uzlaşma sağlanamamasından dolayı bu kavram için birçok tanım yapılmaktadır. Ancak bunların hiçbirine doğru veya yanlış demek mümkün değildir. Bu konudaki tartışmalara en fazla Porter'ın ve Krugman'ın görüşleri yön vermektedir. (Ketels, 2016, s. 7)

Porter, bölgelerin ve ülkelerin rekabet edebilirliğini, birbiri ile bağlantılı firmaların coğrafi yoğunlaşmaları olarak tanımladığı kümelenme yaklaşımını ortaya atarak literatüre katkı yapmıştır. Kümelenmelerin verimliliği ve inovasyonu arttırmak yoluyla rekabetçi üstünlük yarattıklarını ileri sürmektedir.

Ülkelerin rekabet edebilirliği konusunda Porter'ın görüşlerinin aksine Krugman makroekonomik rekabet edebilirlik kavramını yanlış politikaların oluşturulmasına sebep olabileceği için tehlikeli olarak nitelendirmiştir. Ülkelerin, pazar payını artırmak isteyen firmalar gibi rekabet ettiği görüşüne karşı çıkmıştır. Bunun nedeni olarak uluslararası ticaretin endüstriler tarafından şekillendirildiğini ancak kazanan veya kaybeden ülkeler yaratmadığını düşünerek, rekabetinin verimlilik kavramının başka bir ifadesi olduğu görüşünü ortaya koymuştur. Buna karşın, ulusal rekabetçiliğin karşılaştırılması üzerine Dünya Rekabet Gücü Yıllığı ve Küresel Rekabet Gücü Endeksi gibi kayda değer çalışmalar yürütülmektedir.

Akademik çalışmalarda rekabet edebilirlik kavramı tanımlanırken temel olarak “maliyet ve pazar payı” odaklı ve “verimlilik” odaklı iki ana yaklaşım geliştirildiğinden

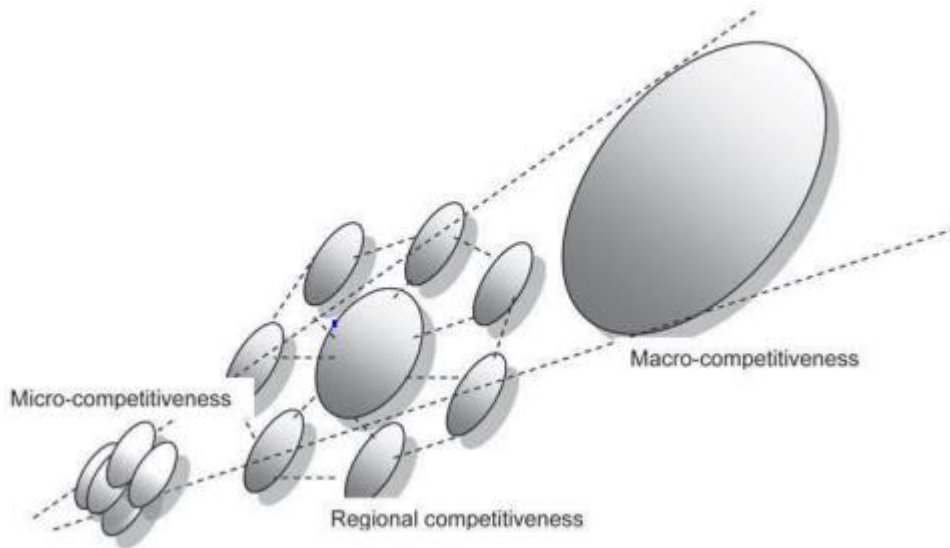
bahsetmek mümkündür. İlk yaklaşım, firma bazlı bir açıdan bakarak, bir coğrafyanın küresel düzeydeki rekabetçiliğini değerlendirirken birim maliyetler, dış ticaret dengesi ve pazar payına odaklanmaktadır. İkinci yaklaşımda ise bir coğrafyanın sahip olduğu üretim faktörlerine dayalı değer yaratma becerisi, üretkenlik ve yaşam standartları dikkate alınmaktadır. İlk yaklaşım daha çok kısa ve orta vadeli bir bakış açısına sahipken, ikinci yaklaşım uzun vadeli bir yaklaşıma sahiptir.

Rekabet edebilirlik üzerine tartışmalar süregelirken rekabet kavramının iki yeni boyut kazandığı görülmektedir. Bunlar coğrafi boyut ve yaşam standartlarının ölçülmesidir. Yaşam standartlarının ölçülmesinde geleneksel yaklaşıma göre kişi başı milli gelir en temel belirleyicidir. Ancak, kişi başı gelirin yaşam standartlarını ölçmekte yeterli olup olmadığı ile ilgili tartışmalar mevcuttur. Gelir dağılımında ülkeler içinde eşitsizliklerin bulunması bu tartışmaların temelinde yatan sebeplerden biridir. Ayrıca çevre koşulları, temel siyasi hakların varlığı, ayrımcılığın bulunmaması, temel kamu malları ve hizmetlerine erişim gibi konular gelirden bağımsız olarak yaşam standardını etkileyen kriterler arasında yer almaktadır.

Coğrafi boyutun eklenmesi ile rekabet edebilirlik farklı coğrafi boyutlarda ele alınmaya başlanmış, firma düzeyi ve ulusal düzeydeki rekabet edebilirlik ölçeklerine bölgesel düzey eklenmiştir. Buna, firmaların içinde buldukları rekabet ortamının bir ülke içinde bölgeden bölgeye farklılık göstermesi neden olmuş, bu durum bölgesel ekonomi ve bölgesel rekabet edebilirlik kavramlarının gelişimini tetiklemiştir.

Bu gelişmeler ışığında coğrafi boyuta derinlemesine bakıldığında, rekabet edebilirliği mikro, mezo ve makro olmak üzere üç seviyede incelemek mümkündür. Borozan'a göre rekabet edebilirlik aşağıda belirtilen seviyelere göre sınıflandırılmış ve şekildeki gibi gösterilmiştir.

1. Mikro ekonomik rekabet edebilirlik
2. Bölgesel rekabet edebilirlik
3. Makro ekonomik rekabet edebilirlik



Şekil 1. Rekabet edebilirlik seviyeleri

Kaynak: Borozan, 2008, s. 52

Yukarıdaki şekilde gösterildiği üzere, mikro ekonomik rekabet edebilirlik, bölgesel ve ulusal rekabetçiliğin merkezinde yer almaktadır. Bölgesel rekabet edebilirlik ise mikro ve makro ekonomik düzeylerin arasına yerleştirilmiştir.

1.1.2. Firma Düzeyinde Rekabet Edebilirlik

Mikro ekonomik düzey veya firma düzeyinde rekabet edebilirliğin tanımı, oldukça açık ve net olup, firmaların rekabet etme, büyüme ve karlı olma kapasitelerine dayanmaktadır. Bu düzeyde rekabet edebilirlik, firmaların sürekli ve kârlı bir şekilde, fiyat ve kalite gibi açık piyasa gerekliliklerini karşılayacak ürünleri üretebilme yeteneklerine bağlıdır. (Martin, 2004)

Buckley ve arkadaşlarına göre bir firma, yerli ve yabancı rakiplerine göre daha yüksek kaliteli ve daha düşük maliyetli mal ve hizmet üretebilirse rekabetçi olur. Rekabet edebilirlik, bir firmanın uzun dönemli kar performansı ile çalışanlarının ücretlerini karşılama ve sahiplerine yüksek getiri sağlama yeteneğiyle eş anlamlıdır. (Buckley, Pass, Presscott, 1988)

Bir endüstrinin rekabet gücü ise bünyesindeki firmaların rekabet güçlerinin toplamı olarak değerlendirilebilir. Rekabetçi endüstri ise ulusal veya uluslararası düzeyde rekabetçi firmalara sahip endüstriler olarak tanımlanabilir.

1.1.3. Bölge Düzeyi Rekabet Edebilirlik

Ulusal düzeydeki rekabet edebilirlik yaklaşımı, hızlı bir şekilde bölgesel, kentsel ve yerel politikalar düzleminde de yer almaya başlamıştır. Ulusal ekonominin rekabet edebilirliğinin topyekûn bir şekilde artırılması için, ulusal rekabet edebilirliğin bölgesel temellerinin sağlamlaştırılması ve bu amaçla bölge düzeyinde müdahale araçları geliştirilerek bölgelerin tamamının rekabet edebilirliklerinin artırılması gerekmektedir. (Gardiner, Martin, Tyler, 2004, s. 1046)

Rekabet firmalarda olduğu gibi bölgeler için de farklı büyüme oranlarının elde edilmesine neden olmaktadır. Bazı bölgeler diğerlerine oranla daha hızlı büyüdüklerinden, firmalar arasında pazar payının kazanılması gibi başarılı bölgeler ulusal ya da küresel pazarlardaki görece paylarını geri kalmış bölgeler aleyhine artıracaklardır. Bölgeler, kendi çıkarlarını korumak, rekabet edebilirliklerini muhafaza etmek ya da artırmak üzere piyasadaki aktif oyuncular olarak yerlerini almaktadırlar. Bölgesel düzeydeki ortak stratejiler rekabet sürecini etkileyebilmekte, ancak bazı bölgeler ekonomik geçmişleri ya da coğrafi konumları gibi sebeplerle diğer bölgelere nazaran daha iyi politikalar üretebilme imkânına sahiptirler. (Boschma, 2004, s. 1005)

Bölgesel rekabetçilik son yıllarda gittikçe popüler olmakla birlikte ulusal rekabet edebilirlik kavramı gibi bölgesel rekabet edebilirliğe de ilişkin tüm taraflarca kabul görmüş bir tanımlama henüz yapılmamıştır.

Bölgesel rekabet edebilirlik üzerine literatürde iki tür tanım bulunmaktadır. İlk tür tanımlar, rekabet edebilirliği çıktılar üzerinden açıklamaktadır. İkinci tür tanımlar, bölgesel rekabet edebilirliği sağlamak ve geliştirmekten sorumlu faktörleri göstermektedir. Bu ikisi aynı bağlamda ele alındığında, bölgesel rekabet edebilirlik bir bölgenin, üretken sermaye ve geniş anlamda yenilikçi olduğu kadar yaratıcı beceriyi çekebilme kabiliyetini içerecek şekilde, sürdürülebilir biçimde diğer bölgelerle rekabet edebilme ve sürdürülebilir ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanması yeteneği şeklinde tanımlanabilir. (Boroza, 2008, s. 60)

Avrupa Birliği'nin Bölgeler Üstündeki Altıncı Periyodik Raporunda (1999) tanımlandığı üzere, bölgesel rekabet edebilirlik, bölgelerin dış rekabete maruz kalırken daha yüksek gelir ve istihdam seviyesi yaratma becerisidir. Başka bir ifade ile bölgesel rekabet edebilirlik, bir bölgenin bünyesinde yarattığı iş olanaklarının hem niteliğini hem de niceliğini, diğer bölgeler ile rekabet edebilecek seviyede tutması olarak tanımlanmaktadır. (Sözer, 2015)

1.1.4. Ulusal (Uluslararası) Düzeyde Rekabet Edebilirlik

Ülkelerin ya da bölgelerin rekabet edebilirliklerini arttırmak iktisadi politikanın temel amacı olarak ifade edilmekle birlikte, makroekonomik düzeyde rekabet edebilirliğin ne anlama geldiği konusunda tartışmalar mevcuttur. (Kara, 2008, s. 6) Ulusal rekabetçilik her ülkenin gündeminde olmakla beraber bu konuda herkes tarafından kabul gören bir teori ve ortak bir tanım bulunmamaktadır.

Porter, Ulusların Rekabet Üstünlüğü adlı çalışmasında ulusal rekabet edebilirliği bir ulusun bazı kilit sanayi sektörlerinde diğer ülkelere göre daha avantajlı duruma ulaşmak ya da avantajlı durumunu korumak üzere yenilik geliştirme becerisinin bir sonucu olarak ortaya koymuştur. (Porter M. E., 1991, s. 19-21)

Landau'ya göre rekabet gücü gelecekteki neslin yaşam düzeyini ve ülkenin büyüme potansiyelini düşürmeden, tam istihdam düzeyine veya tam istihdama yakın bir istihdam düzeyine ulaşarak, ülkede yüksek bir hayat standardı ve makul bir büyüme oranının elde edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. (Landau, 1992, s. 5-6)

Garelli'ye göre ulusal rekabet edebilirlik, işletmeler için daha fazla değer ve halk için daha fazla refah yaratma ortamını yaratma ve sürdürme kapasitesin şekillendiren unsurları ve politikaları analiz eden bir ekonomi teorisi alanıdır. (Garelli, 2006)

OECD'nin tanımına göre rekabet edebilirlik, ülkelerin uzun vadede halkın reel gelirini sürdürür ve arttırırken, serbest ticaret ve adil piyasa koşulları altında uluslararası pazarların talebini karşılayan mal ve hizmetleri üretme derecesidir. (OECD, 1992)

Dünya Ekonomik Forumu (WEF), ulusal rekabetçiliği, bir ülkenin verimlilik seviyesini belirleyen faktörlerin, politikaların ve kurumların bir grubu olarak ele almaktadır. (World Economic Forum, 2006, s. xiii) Forum, rekabet gücünü girişimcilerin ürün ve hizmetleri tasarlama, üretme ve fiyatlandırma aşamalarında rakiplerine göre üstünlük kazanmaları olarak tanımlamaktadır. (Çivi, Erol, İnanlı, Erol, 2008)

1.2. Küreselleşme ve Ulusal Rekabet Edebilirlik

Küreselleşme için belirli bir tarih belirlemek kolay değildir. Göçebe kavimlerin binek hayvanlarını ehlileştirerek bir yerden bir yere gitmeye başlaması, tekerliğin icadı ile ticaretin artması ve böylece yerel pazarlardan daha büyük pazarlara erişim kabiliyetini kazanmaları, İpek Yolu ve Baharat Yolu gibi büyük ticaret yollarının açılması, deniz ticaretinin ve giderek kıtalararası seyahatlerin başlaması küreselleşmenin başlangıcı olarak kabul edilebilir.

Yakın dönemlerde ise küreselleşmenin üç evresinden bahis etmek mümkündür: 1. evre 1500’li yıllarda başlayan Büyük Keşifler Dönemi, 2. evre Sanayi Devrimi ve 3. evre 1990’lardan başlayan yeni dönemdir.

1500’lü yıllarda başlayan Büyük Keşifler Dönemi, Avrupa’nın Doğu’ya ulaşma isteklerinin başlangıcı olan Portekizli denizci Mmagalhaes (Macellan) tarafından başlatılmıştır. 16 ve 17. yüzyılda giderek artan bu seyahatler, büyük keşifler döneminin hızla artmasına yol açmıştır. Bu sırada ticaret yollarının gelişmesi ve yeni kaynak bulma (sömürgecilik) küreselleşme sürecini hızlandırmıştır. (Tümertekin, Özgüç, 2005, s. 20)

Deniz aşırı ticaret yollarının gelişmesi ile birlikte, gemicilik ve silah teknoloji de gelişmiştir. Özellikle Portekiz, İspanya gibi ülkeler bu dönemin dünya hakimi olarak deniz aşırı koloniler kurmuşlar, askeri ve siyasi güçlerini ve buraların ucuz hammadde ve işgücünü kullanarak zenginleşmişlerdir. Bu dönemin Merkantilizm sürecinin de yükseldiği dönemdir. Bu dönemi ticaretin ve teknolojinin geliştiği bir dönem olmanın yanında siyaset, ekonomi, doğa-toplum ilişkileri ve sanat, kültür ve estetik anlayışını biçimlendirmiştir.

Prisoners of Geography (Tim Marshall) kitabında, “coğrafyasının esiri” olmuş ülkeler üzerinde durulmaktadır. Sonuç olarak, bütün ülkelerin coğrafyaları ile yakın ilişkileri vardır ki, bu ilişki, kalkınma, ticaret, göç alma ya da verme gibi birçok faktörün belirleyicisidir. Tim Marshall, bu incelemelerinde dünyayı 10 “harita” üzerinden incelemektedir. Burada, bu haritaların önemli olanları üzerinde durularak kalkınma, ticaret ve diğer faktörler üzerindeki etkileri genel olarak gözden geçirilerek küreselleşmenin bir yönü daha ortaya konulmaya çalışılacaktır. Burada; ABD, Avrupa, Rusya Federasyonu, Çin ve Orta Doğu ele alınacaktır.

ABD coğrafi olarak ve bu coğrafyasına dayalı olarak kalkınmaya çok müsait bir ülkedir. Kuzeyi ve güneyi askeri olarak güvenlidir, başka ülkeler tarafından işgal edilmeye karşı korunaklı bir ülkedir. Amerikan İç Savaşı denilen savaştan beri (nerede ise 150 yıldır) ülkede savaş olmamıştır. Komşuları kaliteli, komşuları ile ilişkileri iyi (Meksika ile kaçak işçi ve uyuşturucu kaçakçılığı dışında), ulaşım olanakları gelişmeye müsait, Meksika Körfezine dökülen Missisipi Irmağı ile de ülke içine ulaşımın sağlandığı, başta su olmak üzere doğal kaynakları ve enerji kaynakları zengin bu ülke, herkesin göç etmek istediği bir ülkedir ve bu nedenle, kabul edeceği göçmenlerde seçici davranabilmektedir. ABD dünyanın en kaliteli üniversitelerine ev sahipliği yapmaktadır, bunun anlamı, sadece yurt içinden değil, yurt dışından da kaliteli akademisyenlerin gelmesi demektir. Ordusunun gücü, NATO ordularının toplamından daha fazladır, askeri

gücünü ülke çıkarlarını koruma için kullanmada esneklikleri (değişik ülkelerdeki üsler, güçlü bir deniz gücü, hava gücü ve uçak gemileri ile destekleme gibi) fazladır. Kişi başına gelirinin 10 bin dolara ulaşması 1930'da gerçekleşmiş, bu yönü ile de dünyanın en zengin ülkesi olmuştur. 1867'de Alaska'yı Ruslardan satın alarak hem güvenliklerini, hem de bu bölgedeki zengin doğal kaynakları (petrol, doğal gaz, balıkçılık gibi) elde etme becerisini göstermişlerdir. Panama Kanalı'nın kullanım ve işletme haklarını 1903 yılından beri elinde tutmaktadır. Ulusal güvenlik konusunda sadece komşuları değil, Atlantik Okyanusu ve Karayip Bölgesi'ndeki ülkelerle de iş birliği yapmaktadır. Pasifik'te elinde tuttuğu Hawaii ve Guam Adası güvenliği için gereklidir. Ancak, Tayvan'a verdiği destekle de hem Pasifik Okyanusu'nun ve hem de Çin'in ticaret yollarının kontrolü ABD'nin elinde bulunmaktadır. Nükleer güce sahip K. Kore'ye karşı, G. Kore'nin yanında yer almaktadır. Avustralya ve Yeni Zelanda'da da askeri üsleri vardır. Böylece, Japonya dahil, Güney Doğu Asya'nın bütün ülkeleri, ABD'nin olmaması durumunda Çin'in hegemonik alanına gireceklerini bilmektedirler.

İkinci Dünya Savaşı sonrası uyguladığı Marshall Planı ile özellikle yıkılmış Avrupa'nın hızla imarı ve ekonomilerinin normale dönmesini sağlarken, uluslararası şirketleri vasıtası ile iktisaden Avrupa'ya yerleşmiştir. NATO'nun kurulması ile de Sovyetler Birliği'ne karşı güçlü bir blok oluşturmuş ve Sovyetler Birliği'nin ticaret yollarını kontrol altında tutmayı başarmıştır.

Dünyadaki son 20 yılda meydana gelen gelişmeler, Rusya Federasyonunun soğuk savaş günlerine dönemeyeceğini, Çin'in de komünizmi yayamayacağını göstermektedir. Ancak Çin ekonomisinin büyümesi, pazar ihtiyacı, yüksek enerji ve hammadde talebi, Çin'in Orta Doğu'ya ilgisini arttırmaktadır ve ABD diğer nedenlerin yanında bu nedenle de Orta Doğu ile ilgilenmeye devam etmektedir.

Avrupa'nın Orta Çağ'da Rönesansı yaşaması, deniz aşırı keşiflerle yeni ülkelere ulaşması, sömürgeciliği başlatması, Sanayi Devrimi'ni gerçekleştirmesi, Avrupa'yı Orta Çağlardan itibaren zenginleştirmiştir. Genel olarak ılıman iklimli olması, bütün yıl çalışmayı mümkün kılarken tarıma elverişli arazilerinde tarım yapmayı da mümkün kılmaktadır. İklim ve tarımın uygunluğu, Avrupalılara iyi beslenme, yenilikler yapma ve icatta bulunma imkanı sağlamıştır. Büyük kuraklıkların yaşanması, çöl ve verimsiz alanların olmaması ve güney bölgelerde zaman zaman gerçekleşen deprem ve volkanik faaliyetler dışında, sel baskını gibi doğal afetlerin yaşanmaması, taşımacılığa uygun nehirlerin bolluğu, Avrupa'yı yerleşim için uygun, ticaret için de elverişli hale getirmiştir.

Sıra dağlarla Kıta'nın diğer kesimlerinden ayrılan ve ticareti zorlaşan İtalya, Portekiz ve İspanya görelî olarak geri kalmışlıklarını yakın zamanda aşmaya başlamışlardır.

Bu ülkeler içinde Fransa, yukarıda sayılan avantajların hemen hepsine sahiptir ve bu nedenle göçler için cazip bir ülkedir. Sovyetlerden (Ruslardan) korunmak için NATO içinde etkili bir üye olarak yer almakta, Almanya ile bu yüzden ittifak kurmakta, buna karşılık, Almanya'nın giderek artan iktisadi hegemonyasına karşı da İngiltere ile ittifak yapmayı tercih etmektedir. İngiltere, Kuzey Denzinde çıkardığı petrol ve doğal gaz ile, Avrupa'da Rus enerji arzına en az bağımlı konumdadır. Konumu hem Avrupa, hem de diğer ülkelerle ticaret ve denizciliğe uygundur, toprakları verimlidir. Nitelikli eğitim kurumları vardır. Ada ülkesi olarak işgale uğramasının zorlukları göz önüne alındığında totaliter idarelerden uzak, güvenli ve yüzyıllardır özgür insanların yaşadığı ve buna bağılı demokrasi kültürünün oluştuğu bir ülkedir. Büyük göç hareketlerine uğramış bir ülke değildir. Son üç yüz yıldır sürekli olarak dünyayı "yönetme" becerisi gösteren birkaç ülkeden birisidir. İkinci Dünya Savaşı sonrası bu "becerisinin" bir kısmını ABD'ye bırakmıştır.

Kıta'nın bir diğer büyük ülkesi Almanya ise, şu anda iktisadi gücü ve bundan aldığı politik gücü ile Avrupa'nın lideri konumundadır. Dünyanın en büyük dördüncü ve en fazla ihracat yapan üçüncü ülkesi olarak, gerek Avrupa Birliği'nin devam etmesi ve istikrarlı olması için gayret sarf etmektedir (örneğin 2014- 2015 yıllarındaki Yunanistan Krizini çözmeye çaba harcamıştır), hem de dünyanın diğer ülkeleri (ve pazarları) ile iyi ilişkiler içinde bulunmaya dikkat etmektedir. Rusya'dan satın aldığı doğal gaz bağımlılığından dolayı da Rusya'nın Ukrayna ve Kırım'daki askeri hareketlerine açıktan karşı çıkamamaktadır. Dünya; Birinci ve İkinci Savaşlarını genellikle Alman militarizmi nedeni ile yaşamış görünmektedir. Diğer Avrupa ülkeleri gibi sömürge edinmeyen Almanya, İkinci Dünya Savaşı sonrası sembolik bir silahlı kuvvetler beslemenin verdiği iktisadi avantajı, sahip olduğu diğer hasletlerle (disiplinli çalışma, eğitilmiş iş gücü ve teknoloji geliştirme becerisi) birleştirerek güçlü bir ülke oldu. 1989'da Doğu Avrupa ile birleşerek bütünlüğünü sağlarken geçirdiği duraklamayı kısa zamanda aşmıştır. Enerjide dışa bağımlılığı nedeni ile Rusya Federasyonu ile "iyi" ilişkiler içinde bulunmak durumundadır.

Rusya Federasyonu, Sovyetler Birliği'nin 1990 yılında parçalanmasının ardından kurulmuştur. Bu parçalanmada, birçok iktisadi, sosyal, politik ve askeri faktör rol oynamıştır. Sovyetler Birliği özellikle "uzay savaşları" denilen bir alanda, askeri olarak ABD'nin gerisinde kalmış, ayrıca diğer askeri ve sivil teknolojiler yönünden de geri

kalmıştır. Halkının yaşam koşulları gelişmemekteydi. Böylece, Doğu Avrupa başta olmak üzere birçok ülkenin ayrılması ve diğer parçalanmalarla, birçok yeni ülke ortaya çıkmıştır. Özellikle Orta Asya Cumhuriyetleri bunlar arasında önemli yer tutmaktadır. Bu ülkelerin ayrılması ile Rusya Federasyonunun daha hızlı bir kalkınma sağlayacağı söylenmiştir. Ancak, Rusya Federasyonu siyasi istikrarı sağlama konusunda uzun süreli çalkantılar yaşamış, bu arada, 1998-2000 yılları arasında da ciddi iktisadi bunalımla karşılaşmıştır. Coğrafya olarak Rusya Federasyonu 17,1 milyon km² ile dünyanın en büyük ülkesidir. Batıdan doğuya 10 saat dilimi içindedir ancak nüfusu sadece 144 milyon kişidir ve nüfus giderek azalmaktadır. Topraklarının yüzde 75'i, nüfusunun ise yüzde 25'i Asya'dadır, ancak, bir Asya ülkesi sayılmaz. Sahip olduğu Sibiryaya; doğal gaz, maden, petrol, orman ve su kaynakları yönünden çok zengindir. Ancak, ulaşım olarak sadece iki tren hattının olması ve güneye doğru ulaşımın daha da yetersiz olması, Sibiryaya'nın zengin kaynaklarının sadece bir kısmının kullanılmasını sağlamaktadır. Kitap, Çinlilerin yavaş yavaş Sibiryaya'ya yerleşmeye başladıklarını da kaydetmektedir.

Rusya'nın tarihi hedefinin "sıcak denizlere" açılmak olduğu bilinmektedir. Haritaya bakıldığında, Rusya'nın deniz ticaret yollarının Baltık Denizi gibi dar bir deniz ile Karadeniz ile sınırlı olduğu görülmektedir. Pasifik kıyılarındaki iktisadi faaliyetlerinin düşük olması ve ulaşım göz önüne alındığında, bu seçenek ortadan kalkmaktadır. Kuzey Denizi ise buzlarla kaplıdır. Dolayısı ile Afganistan ve Türkiye üzerinden sıcak ticaret denizlerine açılma isteği, Rusların en önemli amaçları arasında yer almaktadır. Rusya'nın Ukrayna'ya bağlı Kırım'ı işgal etmesi liman olarak kullanmak isteğindedir. Şimdi dağılmış olan Varşova Paktı, diğer amaçlar yanında, sıcak denizler amacına da hizmet etmekteydi. İstanbul ve Çanakkale Boğazlarının büyük önemi böylece ortaya çıkmaktadır. Bir savaş anında ise NATO tarafından kapatılacaklardır. Montrö Anlaşması ile sınırlı sayıda Rus askeri gemisi Boğazlardan geçebilmektedir. Rusya Federasyonu bu nedenle Akdeniz'de kendisine kalıcı bir deniz üssü kurmaya çalışmaktadır ve böylece Akdeniz ticaretinde ve Kıbrıs açıklarında bulunan doğal gazın işletilmesinde söz sahibi olmayı istemektedir. Avrupa'nın ve yakın gelecekte Çin'in doğal gaz arzının önemli bir kısmını Rusya Federasyonu sağlayacaktır. Avrupa'nın başka bir alternatifi görünmemektedir. Mevcut ve potansiyel zenginliğe rağmen Rusya, yaşlanan nüfus sorunu ile karşı karşıyadır.

Çin, 15. yüzyılda güçlü bir donanmaya sahipti ve bu güçlü donanma ile Güney Doğu Asya ve Hint Okyanusunda ticaretini koruyordu. (Bugün bütün bu ülkelerdeki Çinli nüfusun büyük kısmı ticaret sırasında bu ülkelere yerleşmiştir). Ancak İngilizlerin 16.

yüzyılda bölgeye gelmesi ile Çin'in deniz gücü gerilemiş ve Çin, sadece yakın çevresi ile ticaret yapabilir hale gelmiştir. O zamandan beri Çin, güçlü bir deniz gücüne sahip olamadı. Çin, şimdilerde güçlü bir deniz gücü oluşturmaya hazırlanmakta ve Güney Çin Denizi'ne yönelmek istemektedir. Bu amaçla, bu denizde yer alan adalar üzerinde hak iddia etmektedir. Güçlü bir deniz gücü ile Çin, Japonya'ya rakip olarak uzak pazarlara da ulaşabilecektir. ABD'nin deniz güçleri de bölgede görev yapmaktadır. Çin'in adalardaki hak talebi, bölgede yeni gerginlikleri gündeme getirmektedir. Bu gerginlik, Çin ekonomisini de olumsuz etkilemekte ve Çin'in son yıllardaki iktisadi duraklamasının/yavaşlamasının nedenleri arasında gösterilmektedir.

Çin'de 1 milyar kişi Sarı Nehir- Yangtze Nehri arasındaki milyon km² alanda yaşamaktadır. Bu alan verimli topraklara sahiptir, ancak, çevre kirliliği çok yüksektir. Ayrıca, Uygur Türklerinin yaşadığı ve 1930 ve 1940'da iki kez "Doğu Türkistan" adı altında bağımsızlık ilan edilen bölge de Çin için sorunlu bir bölgedir, denizdeki sorunların karada devam ettiği görülmektedir. Uygur bölgesinde zengin petrol yatakları vardır ve Çin'in nükleer denemeleri yaptığı bölge de bu bölgedir.

Çin'in kuzeyindeki Mançurya Bölgesi, Rusya Federasyonu ile komşudur ve bu iki bölge arasında nüfus farkı vardır. Bunun için, Mançuryalılar yavaş yavaş Rus bölgelerine göç etmektedirler. Aynı şekilde, düşük nüfuslu ve zengin doğal kaynaklara sahip ülke olan Moğolistan da Çin'den göç almaktadır. Rusya Federasyonu ve Moğolistan, savaşırsız bir işgalle karşı karşıya olduklarını düşünerek Çin'e kuşku ile bakmaktadır.

Orta Doğu Bölgesinin özellikleri; zengin petrol ve doğal gaz kaynakları, tarihte sömürge ya da Batılı ülkelerin etkisi ile ulus kavramının gelişmemiş olması, çeşitli grupların birbirleri ile nerede ise iç içe yaşamaları ve sık sık çatışmaları, iç savaşlar ve otoriter rejimlerin hâkimiyeti, yüksek miktarda silah alımının yapılması, Orta Doğu ikliminin kuraklığa ve tarıma elverişli bölgelere sınır olması nedeni ile beslenme sorunlarının ortaya çıkması, çok geniş alanları kapsayan ve üzerinde yerleşim yeri olmayan büyük çölün ülkelerle sınırı belirlemesi ile özetlenebilir. Bu coğrafyada tabiat şartları nedeni ile işgal edilemeyecek tek ülke olarak İran'ı gösterilmektedir. Gerek alanının büyük olması gerekse dört tarafının dağlar ve çöllerle çevrilmiş olması bu duruma neden olmaktadır. Ancak bu coğrafya, aynı zamanda hem iç ticareti hem de uluslararası ticareti zor bir hale getirmektedir. Dünya petrol ihracatının yüzde 20'sinin geçtiği Hürmüz Geçidi, bir kriz anında İran tarafından kapatılabilir. Aynı zamanda İran, silah ve nükleer sanayide ileri bir ülkedir, ancak, son yıllardaki ambargolar nedeni ile

tüketim ve ara mal temini güçlükler yaşamaktadır. Aynı zamanda Batı, İran'ın İsrail'e saldırmasından çekinmektedir.

İkinci Dünya savaşı sonrası Soğuk Savaş döneminin genel iktisat politikası, ABD'nin başını çektiği "liberal özgürlükçü" söylem ve uygulamaları kapsar. Bu söylem ve uygulamalar; ekonomide ileri derecede liberalizm ve uluslararası işbirliğine dayalıdır. Gelişmekte olan ülkelerin dünya ekonomisine daha çok entegrasyonu, mal ve hizmet akımlarının serbestliği, finansal serbestlik, ülke kararlarının küresel kararlarla uyumu (ve böylece ulusal iktisat politikaları izlemenin gereksizliği), özelleştirmeler ve bitmeyen yapısal reformlar, merkez bankası bağımsızlığı yolu ile para politikası uygulama serbestliğinin azalması, özerk- düzenleyici- denetleyici kurumlar ve uluslararası iktisadi kuruluşlarla (IMF, Dünya Bankası, DTÖ gibi) sıkı ilişki; bu dönemin önemli özelliklerindedir. Bu ekonomik sistem, uluslararası sermaye hareketlerine açık olduğu/olması gerektiği "söylendiği" için, merkez bankalarının güçlü döviz rezervlerine sahip olmaları, temel rezerv para (genellikle ABD doları) satın almaları, aslında piyasadışı koşullarda belirlenmiş kur ve faiz tarafından aşırı değerlenmiş yerel para ve yüksek faizler nedeni ile sermaye akımlarının devam etmesinin yarattığı bir iktisadi döngüde, bu dönemi tanımlamaktadır. Bu yapı genellikle teknoloji üretme kapasitesi düşük, zayıf bir sanayi ile birlikte gitmektedir. Ayrıca sistem, çeşitli yolsuzluklara da neden olmaktadır. Türkiye de bu sistemin belirli bir parçası olmuştur. 1994 ve 2001- 2002 Krizleri ve 2002 sonrası uygulanan "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı" güçlü bir IMF işbirliğini gerekli kılmış, başta bütçe olmak üzere önemli iktisadi araçlar, IMF'e danışılarak hazırlanmıştır. Bunun karşılığında IMF'den yüksek bir borç alınabilmiştir. Türkiye'nin bu programdan çıkmaya başlaması, IMF'e olan borcun ödenmesi ile ve 2008 yılında olmuştur.

Türkiye'nin, son yıllarda birçok savaş ve iç karışıklığın yaşandığı Orta Doğu coğrafyasındaki gelişmeleri takip etmesi gerekmektedir. Büyük çoğunluğu petrol ve doğal gaz üreticisi ve ihracatçısı olan Körfez ülkeleri, elde ettikleri büyük gelirleri/servetleri kullanma konusunda, petrol fiyatlarının yükseldiği 1970'li yıllara göre daha dikkatli davranmaktadırlar. Hem petrol fiyatlarındaki dalgalanmaları dengeleyerek ekonomilerinin sert bir şekilde etkilenmelerini yumuşatmakta ve hem de gelecek nesillere miras bırakmak için kurdukları fonları dikkatle yönetmektedirler. Örneğin Suudi Arabistan petrole bağlı ekonomisini "Ulusal Dönüşüm Planı ve Vizyon 2020" ile çeşitlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç; dünyanın değişik yerlerinde, değişik ülkelerin, değişik zamanlarında uygulanan kalkınma çabaları ile uyumludur. Bu çabalarla "başarılı" olan ya da başarı yolunda ilerleyen ülkeler Japonya, G.Kore, Şili, Brezilya, Çin

ve Türkiye olabilir. Bu ülkelerin ortak özelliği, geçen yüzyılda hegomanya altında olan ülkeler olmak yerine, “bağımsız” politikalar izliyor olabilmeleridir. Bu politikalar; nispeten yüksek büyüme hızları, dünya ticaretinde artan pay, artan yabancı yatırımlar ve daha fazla teknoloji üretebiliyor olmak şeklinde kendisini göstermektedir. Bu ülkeler, giderek güçlenen orta sınıf yaratmada da başarılıdır. Dışa açık, rekabetçi ve dinamik bir ekonomi yaratmada da kısmi başarıları olmaktadır. 1990’lı yıllarda Doğu Avrupa ayrışırken ve Yugoslavya soykırımı varan katliamlarla parçalanırken oluşan siyasi gerilimde arabulucu rolü oynamaya soyunan ülkeler olmuştur. Ancak yapısal reformlar, kayıt dışılık, yaygın yolsuzluk gibi uluslararası alanda sorunlu ve iş yapma ortamını bozan sorunları da çözebilmiş değildirler. Eskinin hegomonik ülkeleri, özellikle Kıta Avrupası ve ABD’nin sık sık duraklayan, istihdam yaratmakta zorlanan ve fakat teknoloji geliştirme yönünde sürdürebildikleri ekonomileri ile karşılaştırıldığında, ilk gruptaki ülkelerle ikinci gruptaki ülkeler arasında rekabet giderek artmaktadır. Bu rekabet, dünyanın büyük grupları ve ekonomileri kapsayan anlaşmalara (AB, Trans Atlantik Anlaşma çalışması gibi) sahne olmasına yol açmaktadır.

1.3. Klasik Dış Ticaret Teorileri Ve Rekabet Gücü

Klasik dış ticaret teorisyenleri ulusal rekabet gücünü dış ticarete rekabetçi olmak ile eş tutmuşlardır. Bir ülke bir malın üretimini daha verimli şekilde yaparak maliyet avantajına yaratırsa diğer ülkeye göre rekabetçi olmaktadır. Bu bağlamda Smith Mutlak Üstünlükler Teorisi’ni öne atarken Ricardo Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi ile göreceli maliyet avantajını ele almaktadır.

Tablo 1.

Klasik Ticaret Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri

Akademisyen	Teori	Rekabet Gücünün Belirleyicileri	Rekabet Gücünün Kaynağı
Adam Smith (1766)	Mutlak Üstünlük Teorisi	Mutlak Maliyet Avantajı	Faktör verimliliği; doğal ve kazanılmış üstünlükler
Ricardo (1817)	Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi	Karşılaştırmalı Maliyet Avantajı	Faktör verimliliği; doğal ve kazanılmış üstünlükler

Kaynak: Gökmenoğlu, Akal, Altunışık, 2012

1.3.1. Mutlak Üstünlükler Teorisi

Milli serveti değerli madenlerin miktarı ile ölçen ve dünya servetinin sabit olduğunu ileri süren merkantalizm, dış satımın artırılması ve dış alımın kısıtlanması gibi iktisadi politika önerileri geliştirerek Batı Avrupa’da geçerli olmuştur. Ancak sanayi devrimi ile birlikte merkantalizm yerini liberal görüşe bırakmıştır.

Adam Smith, 1776 yılında yayımladığı Ulusların Zenginliği (Wealth of Nations) adlı çalışması ile klasik liberalizmin kurucusu kabul edilmiştir. İktisadi insan (homoeconomicus), “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler (laissez faire, laissez passer)” ve görünmez el (invisible hand) ile klasik liberalizme yön veren Smith, merkantilistlerin aksine, dünya toplam servetinin sabit olmadığını, iş bölümü ve uzmanlaşma ile dünya kaynaklarının verimliliğini artıran dış ticaretin, sadece bir tarafın değil, her iki tarafın ve dünyanın refahını artıracığını düşünmektedir. (Bayraktutan, 2003, s. 176-177)

Smith serbest dış ticaretin ve uluslararası uzmanlaşmanın yararlarını Mutlak Üstünlükler Teorisi ile açıklamıştır. Klasiklere göre uluslararası ticaret, farklı faktör verimlilikleri nedeniyle oluşan maliyet farklılıklarına göre şekillenmektedir. Teoride, ülke içinde serbest ve ülkeler arasında hareketsiz olan homojen emek faktörü tek maliyet unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

İki mal ve iki ülkenin bulunduğu tam rekabet piyasası varsayımında, Mutlak Üstünlükler Teorisi’ne göre her ülke daha ucuza üretebildiği diğer bir deyişle mutlak avantaja sahip olduğu malın üretiminde uzmanlaşmalı ve ihraç etmeli, daha düşük maliyetle ürettiği malı ise ithal etmelidir. Böylece her iki ülke de kapalı ekonomi durumuna göre uluslararası ticaretten kazançlı çıkacak ve dünyadaki toplam refah seviyesi artacaktır.

Örneğin Portekiz ve İngiltere şarap ve kumaş olmak üzere iki mal üretsün ve Portekiz şarabı, İngiltere kumaşı daha az maliyetle üretebiliyor olsun. Diğer bir deyişle, Portekiz’deki işgücü şarap üretiminde, İngiltere’deki işgücü ise kumaş üretiminde daha verimli çalışmaktadır. Smith’e göre Portekiz şarapta, İngiltere kumaşta uzmanlaşırsa her iki ülke de daha ucuza daha fazla mal tüketme şansına sahip olacaktır.

Tablo 2.

Portekiz ve İngiltere'nin Şarap ve Kumaş Üretim Maliyetleri

	Şarap	Kumaş
Portekiz	80 adam/yıl	120 adam/yıl
İngiltere	100 adam/yıl	90 adam/yıl

Kaynak: Yılmaz, 2014, s. 21

Portekiz şarabı bir yılda 80 birimlik işgücüyle üretirken, aynı üretim düzey için İngiltere'nin 100 birimlik işgücü harcaması gerekmektedir. Benzer şekilde bir yılda İngiltere kumaşı 90 birimlik işgücüyle üretirken, aynı üretim düzeyi için Portekiz'in 120 birimlik işgücü harcaması gerekmektedir. Bu durumda teoriye göre Portekiz kaynaklarını şarap üretimine, İngiltere ise kumaş üretimine yönlendirerek her iki ülke de verimli ürettikleri malları ihraç ederlerse bu durumdan kazançlı çıkacaktır.

1.3.2. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi

Smith'in Mutlak Üstünlükler Teorisi, aynı ülkenin mutlak olarak birden fazla malı daha düşük maliyetle üretmesi durumunda, serbest dış ticaretin nasıl gerçekleşeceğini açıklamakta yetersiz kalmıştır. (Yüksel, Sarıdoğan, 2011, s. 200) Ülkelerden birinin her iki malı daha pahalıya üretmesi durumunda dış ticaretin nasıl gerçekleşeceği konusunun Smith'in ortaya koyduğu teori ile açıklanması mümkün değildir. Bu eksikliğin giderilmesine yönelik olarak David Ricardo 1817 yılında Ekonomi Poliğin ve Vergilendirmenin İlkeleri adlı çalışmasında Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ni (Theory of Comparative Advantages) ileri sürmüştür. Bahsi geçen çalışmada Ricardo değer kavramını tartışarak başlamış ve bir malın değerinin o malın üretiminde kullanılan emek miktarına eşit olduğunu ifade eden emek değer teorisini kullanmıştır. Ricardo için de maliyeti oluşturan tek faktör, ülke içinde tam hareketli ve ülkeler arasında tam hareketsiz ve homojen olduğu varsayılan emektir.

Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ne göre iki ülke ve iki mal varsayımında, bir ülke iki malın üretiminde de maliyet üstünlüğüne sahipse karşılaştırmalı olarak en etkin olduğu malın üretiminde uzmanlaşmalı ve bunu ihraç ederek göreceli olarak pahalıya ürettiği malı diğer ülkeden ithal etmelidir. Böylece dış ticaret yapan her iki ülkenin de kapalı ekonomi durumuna göre refah seviyesi artacaktır.

Örneğin Portekiz ve İngiltere şarap ve kumaş olmak üzere iki mal üretsin ve Portekiz her iki malı da İngiltere'den daha az maliyetle üretebiliyor olsun. Portekiz her iki malı da ucuza ürettiği için dış ticaret yapmayı tercih etmeyebilir. Ancak Ricardo'ya göre Portekiz en etkin ürettiği malda uzmanlaşarak bu malı üretir ve daha pahalıya ürettiği malı ithal ederse her iki malı da kendisinin ürettiği duruma göre daha kazançlı çıkacaktır.

Tablo 3.

Portekiz ve İngiltere'nin Şarap ve Kumaş Üretim Maliyetleri

	Şarap	Kumaş
Portekiz	80 adam/yıl	90 adam/yıl
İngiltere	120 adam/yıl	100 adam/yıl

Kaynak: Ricardo, 1817, s. 126

Teoriye göre Portekiz'in şarabı bir yılda 80 birimlik işgücüyle, kumaşı 90 birimlik işgücüyle ürettiği durumda, Portekiz daha ucuza ürettiği şarabın üretiminde uzmanlaşarak bu malı ihraç etmeli, kumaşı ise İngiltere'den ithal etmelidir. İngiltere'nin kumaşı bir yılda 100 birimlik işgücüyle, şarabı 120 birimlik işgücüyle ürettiği durumda, İngiltere daha ucuza ürettiği kumaşın üretiminde uzmanlaşarak bu malı ihraç etmeli, şarabı ise Portekiz'den ithal etmelidir.

1.4. Modern Dış Ticaret Teorileri Ve Rekabet Gücü

Heckscher ve Ohlin bir ulusun karşılaştırmalı üstünlüğünün temelini faktör donatılarının oluşturduğunu ileri süren Faktör Donatımı Teorisi'ni oluşturmuştur. Teori üzerinde ilk uygulamalı testi Leontief yapmış ve sonuçları itibariyle literatüre Leontief Paradoksu olarak geçmiştir. Heckscher-Ohlin Teorisi'nden aşağıda yer alan üç teorem ortaya çıkmıştır.

- Faktör Fiyatlarının Eşitlenmesi Teoremi
- Stolper-Samuelson Gelir Dağılımı Teoremi
- Rybczynski Teoremi

Tablo 4.

Modern Ticaret Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri

Akademisyen	Teori	Rekabet Gücünün Belirleyicileri	Rekabet Gücünün Kaynağı
Eli Heckscher ve Bertil Ohlin (1933)	Faktör Donatımı Teorisi	Faktör Donatımı	Nispi kaynak miktarındaki dolayısıyla faktör fiyatlarındaki farklılıklar

Kaynak: Gökmenoğlu, Akal, Altunışık, 2012

1.4.1. Faktör Donatımı Teorisi

Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ne göre rekabet üstünlüğü emek verimliliğindeki dolayısıyla üretim maliyetlerindeki farklılıkların bir sonucu olarak oluşmaktadır. Ancak Ricardo emek verimliliğindeki farklılıkların kaynakları üzerinde durmamıştır. Bu eksikliğin giderilmesi için Eli Heckscher, 1919 yılında Faktör Oranları Teorisi adlı yapıtında Faktör Donatımı Teorisi'ni ileri sürmüştür. Heckscher'in öğrencisi olan Bertil Ohlin ise 1933 yılında Bölgelerarası Ticaret ve Uluslararası Ticaret adlı çalışması ile teoriye önemli katkılarda bulunmuştur. Bu nedenle Faktör Donatımı Teorisi Heckscher-Ohlin Teorisi olarak da anılmaktadır.

Heckscher ve Ohlin ülkelerin emek zengini veya sermaye zengini olmak üzere farklı faktör donatımlarına sahip iken malların da emek yoğun veya sermaye yoğun olmak üzere farklı faktör yoğunluklarına sahip olduğu düşünmüştür. Bununla birlikte teori tüm üretim girdilerinin aynı nitelikte olduğunu yani her ülkedeki işgücünün aynı nitelikte ve her ülkenin benzer teknolojik gelişmeye sahip olduğunu varsaymıştır. Böylece teknolojik gelişmenin yaratacağı artan verimleri yok sayarak üretimde ölçeğe göre sabit verim koşullarının geçerli olduğunu ve ülkelerin talep koşullarının birbirine benzediğini varsaymaktadır.

Faktör Donatımı Teorisi'ne göre dış ticaretin nedeni ülkeler arasında faktör donatımlarının ve üretim maliyetlerinin çeşitlenmesidir. Bir ülke emek ve sermaye faktörlerinden daha fazla sahip olduğu faktörü daha yoğun kullanmayı gerektiren malların üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Dolayısıyla bu malların üretiminde uzmanlaşmalı ve bu malları ihraç etmeli, diğer malları ise ithal etmelidir. (Jayadevappa, Chhatre, 2000, s. 177)

Heckscher-Ohlin Teorisi'nden Faktör Fiyatlarının Eşitlenmesi, Stolper-Samuelson Gelir Dağılımı ve Rybczynski Teoremleri olmak üzere üç teorem ortaya çıkmıştır.

1.4.2. Faktör Fiyatlarının Eşitlenmesi Teorimi

Faktör Fiyatlarının Eşitlenmesi Teorimi, üretim faktörlerinin ülkeler arasında tam hareketli olması sonucunda oluşması beklenen faktör fiyatlarının eşitlenmesi durumunu, uluslararası faktör hareketliliği olmadığı zaman uzmanlaşmaya dayalı serbest dış ticaretin ortaya çıkaracağını ileri sürmektedir. Ülkeler bol miktarda sahip olduğu faktörlerin daha çok kullanıldığı alanlara üretimlerini yönlendirerek bunları ihraç edecektir. Böylece zengini oldukları faktörlere karşı talep artarak fiyatı yükselecek, kıt faktörlere olan talep azalarak bu faktörlerin fiyatı düşecektir. (Samuelson, 1948)

1.4.3. Stolper-Samuelson Gelir Dağılımı Teoremi

Stolper ve Samuelson klasik dış ticaret teorisinin, serbest dış ticaretin bir ülkedeki herkesin yararına olduğu, korumacılığın ise ülkedeki herkesin zararına olduğu görüşüne karşı çıkmışlardır. Gelir Dağılımı Teoremi'ne göre, serbest dış ticaret neticesinde bol faktörün fiyatındaki yükselme ve kıt faktörün fiyatındaki düşme, ülkedeki bol faktör sahiplerinin reel gelirini artırırken kıt faktör sahiplerinin reel gelirini azaltacaktır. (Stolper, Samuelson, 1941)

1.4.4. Rybczynski Teoremi

Heckscher-Ohlin Teorisi'nden türeyen son teorem olan Rybczynski'ye göre üretim faktörlerinden birinin arzı arttığında bu faktörün yoğun olarak kullanıldığı malın üretimi artarken, arz miktarı değişmeyen üretim faktörünün yoğun olarak kullanıldığı malın üretimi azalacaktır. (Rybczynski, 1955)

1.4.5. Leontief Paradoksu

Heckscher-Ohlin Teorisi, malların faktör donatımlarının belirlenmesindeki zorluk nedeni ile uzun bir aradan sonra ilk kez 1953 yılında Wassily Leontief tarafından ABD ekonomisi üzerinde test edilmiştir. (Leamer, 1980) Leontief ABD'nin dış ticaret verileri ve 1947 input-output tablosunu kullanarak teori ile ilgili ilk ampirik çalışmayı gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda teori ile tamamen çelişen bulgulara ulaşmış ve bu

çelişki literatüre Leontief Paradoksu olarak geçmiştir. Teoriye göre sermaye zengini ve göreceli olarak iş gücü kıt olan ABD'nin sermaye yoğun malları ihraç edip emek yoğun malları ithal etmesi beklenirken, bunun aksine emek yoğun malları ihraç ederek, sermaye yoğun malları ithal ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Leontief bu çelişkili durumu Faktör Donatımı Teorisi'nin göz ardı ettiği işgücünün niteliğinin ülkeler arasında değişiklik göstermesi ile açıklamaktadır. Leontief'e göre, ABD'deki işçilerin diğer ülkelerdeki işçilere göre daha niteliklidir. Bir Amerikan işçisi, üç yabancı işçiye eşdeğerdir. Bu durumda ABD emek zengini bir ülke olup, üretilmesi nitelikli işgücü ve ileri teknoloji gerektiren ürünleri ihraç etmektedir.

Leontief'in çalışmasına daha çok yöntemsel açıdan eleştiriler getirilirken, çok sayıda çalışma da paradoksun anlaşılması ve aşılması üzerine yapılmıştır. Bu çalışmalarda, Faktör Donatımı Teorisi'nin emeğin bol ve vasıfsız olduğu az gelişmiş ülkeler ile sermayesi bol olan gelişmiş ülkelerin yaptığı endüstriler-arası ticareti açıklayabildiği yönünde görüş oluşmuştur.

Leontief Paradoksu ile başlayan tartışmalar ile emek ve sermayenin yanı sıra üçüncü bir faktörün varlığını gündeme getirmiş ve 1960'lardan itibaren sermaye zengini gelişmiş ülkelerin birbirleri ile yaptıkları endüstri içi ticaretin artması yeni dış ticaret teorilerinin oluşmasını tetiklemiştir.

1.5. Yeni Dış Ticaret Teorileri Ve Rekabet Gücü

1960'lardan sonra dış ticareti açıklamaya yönelik olarak çeşitli yeni görüşler ileri sürülmüştür. Bunlardan başlıcaları Posner tarafından ortaya atılan Teknoloji Açığı Teoremi, Keesing ve Kenen tarafından geliştirilen Nitelikli İşgücü Teoremi, Vernon'un Ürün Dönemleri Teoremi, Linder'in ileri sürdüğü Tercihlerde Benzerlik Teoremi, Monopolcü Rekabet ve Ölçek Ekonomileri Teoremleridir.

Tablo 5.

Yeni Ticaret Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri

Akademisyen	Teori	Rekabet Gücünün Belirleyicileri	Rekabet Gücünün Kaynağı
Kenen (1965) ve Keesing (1966)	Neo-Faktör Donatımı Teorisi	Nitelikli İşgücü	Eğitimli işgücü
Posner (1961)	Teknoloji Açığı Teorisi	Teknolojik Yenilik	Ar-Ge Faaliyetleri

Vernon (1966) Krugman (1979), Grossman ve Helpman (1989) ve Lai (1995)	Ürün Dönemleri Teorisi	Teknolojik yenilikler, yeni ürünlerin geliştirilmesi, çok uluslu firmaların faaliyetleri	Ülkedeki teknolojik yenilik yapma kapasitesi, nitelikli iş gücü miktarı; ülke büyüklüğü, doğrudan yabancı yatırımlar ve devletin Ar-Ge faaliyetlerine verdiği destek
Marshall (1890), Linder (1961), Grubel ve Lloyd (1971), Krugman (1979; 1980; 1981)	Yeni Dış Ticaret Teorileri (Örtüşen Talepler Teorisi/ Endüstri-İç Ticaret/ Monopolcü Rekabet)	İçsel ve dışsal ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırılması, endüstri-içi ticaret.	Yüksek üretim hacmi ve geniş bir iç piyasa, endüstriyel kümelenme, dışa açıklık, Ar-Ge faaliyetleri ve teknolojik gelişme.

Kaynak: Gökmenoğlu, Akal, Altunışık, 2012

1.5.1. Teknoloji Açığı Teoremi

Posner 1961 yılında ortaya attığı Teknoloji Açığı Hipotezi ile sanayileşmiş ülkeler arasındaki ticareti yeni mal ve üretim süreçleri (teknoloji) ile açıklamıştır. (Posner, 1961) Yenilikçi firmalar tarafından geliştirilen yeni bir mal veya üretim yöntemine sahip olan ülkeler, bu malları ihraç ederler. Yenilikler fikri mülkiyet hakları ile korunur. Ancak zamanla ucuz işgücü veya doğal kaynaklar gibi avantajlara sahip olan diğer ülkelerdeki firmalar serbest ticaret ya da taklit yoluyla elde ettiği dış ticarete konu olan malı ilk üretenden daha düşük maliyetle üretmeye başlarlar. Bu durumda az gelişmiş ülkeler bu malların ihracatçısı olurken, bahsedilen yenilikleri ilk kez yapan firmalara sahip sanayileşmiş ülkeler bu malı kendi ürettiklerinden daha ucuza dışardan ithal ederler.

1.5.2. Nitelikli İşgücü Teoremi

Keasing ve Kenen gelişmiş sanayi ülkeleri arasındaki dış ticaretin nedenini açıklarken bu ülkelerdeki işgücünün niteliğindeki farklılıklardan yararlanmışlardır. Teoreme göre nitelikli işgücü açısından zengin ülkeler üretimlerini bu faktörün yoğun olarak kullanıldığı malların üretimine kaydırırlar. Bu ülkeler nitelikli işgücü gerektiren sektörlerde ihracat yaparken niteliksiz işgücü gerektiren malları ithal etmeyi tercih ederler. Niteliksiz işgücü açısından zengin olan ülkeler ise bu faktörün yoğun olarak kullanıldığı malların üretimine odaklanırlar. (Keasing, 1966) (Kenen, 1965)

Nitelikli işgücü gerektiren malların, aynı zamanda sermaye yoğun mallar olması nedeniyle Nitelikli İşgücü Teoremi “Neo-Faktör Donatımı Teorisi” olarak da anılmaktadır.

1.5.3. Ürün Dönemleri Teoremi

Vernon 1966 yılında Teknoloji Açığı Hipotezinin geliştirerek Ürün Dönemleri Teoremini ileri sürmüştür. Bu hipotez bir malın yeni icat edildiği dönemden eski mala dönüşüncüye kadarki süreçte uluslararası yatırım ve ticareti açıklamaya çalışır. Vernon, yüksek gelir grubuna hitap eden tüketim mallarının üretimini üç aşamada incelemiştir. (Vernon, 1966)

- I. İlk aşamada olan yeni ürün döneminde mallar girdi kullanımı, üretim süreçleri ve nihai özellikleri açısından oldukça çeşitlilik gösterirler. Bu aşamada ürünün fiyat esnekliği düşüktür ve üreticinin tedarikçileri, müşterileri ve hatta rakipleri ile olan iletişimi önem kazanır. Tüm bunlar dikkate alındığında malın üretim yeri elindeki bilgiyi pazarın ihtiyaçlarını karşılamak için kullanma becerisi olan girişimci ve yenilikçi firmaların bulunduğu gelişmiş ülkelerdir. Diğer bir deyişle malın üretimi icat edildiği ülkede yapılacaktır.
- II. Olgunlaşma aşamasında ürün çeşitlendirme çabaları artarken bir yandan da üretimde standardizasyon artmaya başlar. Pazarın büyük çoğunluğu ilk üretimin yapıldığı gelişmiş ülke olmakla birlikte, zamanla diğer gelişmiş ülkelerde de talep oluşur. Böylece ilk üretici firmalar bu ürünleri faktör maliyetleri ve üretim teknolojilerini hesaba katarak ithalatçı ülkelerde üretmeyi değerlendirir.
- III. Son aşama olan standartlaşmış ürün döneminde özellikle işgücü maliyetlerinin düşük olduğu az gelişmiş ülkeler gelişmiş ülkelerdeki yatırımcıların dikkatini çeker. Fiyat esnekliği yüksek olan ve işgücü maliyetlerini düşürmenin önemli olduğu noktada bu malların üretimi az gelişmiş ülkelere kayar. Buradan daha ucuza gelişmiş ülkelere ihraç edilir.

Ürün dönemleri teorisi çokuluslu şirketlerin ortaya çıkışını hesaba katmak bakımından fonksiyoneldir. Teori Hong Kong, Singapur, Tayvan, yakın zamanlarda Çin, Endonezya ve Tayland'ın artan ihracat performansını açıklamada kullanılmaktadır. (Bayraktutan, 2003, s. 181)

1.5.4. Tercihlerde Benzerlik Teoremi

Linder, 1961 yılında homojen olmayan sanayi ürünlerinin ticaretini konu alan Tercihlerde Benzerlik Teoremini ortaya atmıştır. Örtüşen Talepler olarak da adlandırılan bu teorem çerçevesinde Linder'e göre dış ticaret üretim maliyetlerindeki farklılıklardan ziyade benzer talep koşulları nedeniyle gerçekleşmektedir. (Linder, 1961) Zevk ve tercihleri ile gelir düzeyi açısından birbirine benzeyen ülkeler arasında dış ticaret artacaktır. İç pazardaki yüksek talep için üretim yapan gelişmiş ülkelerdeki firmalar ürünü olgunlaştırdıkça benzer özelliklere sahip diğer gelişmiş ülkelere de satabilecektir. Üretim yapan ülkedeki farklı zevklere sahip olan düşük veya yüksek gelirli azınlıkların talep ettiği mallar ise tercihleri benzer olan diğer ülkelere ithal edilir. Ancak bu teorem, doğrudan diğer ülkelere ihraç edilmek üzere üretilen ürünlerin ticaretini açıklamakta yetersiz kalmaktadır.

1.5.5. Monopolcü Rekabet Teoremi

Faktör Donatımı Teorisi tam rekabet koşulları altında malları homojen kabul ederek bir ülke tarafından aynı malın hem ihraç hem de ithal edilmeyeceğini kabul etmektedir. Uluslararası ticaret yalnızca farklı endüstriler tarafından üretilen malların alımı ve satımı olarak değerlendirilmiştir. Oysaki günümüzde özellikle sanayi mallarında aynı endüstriye ait farklılaştırılmış ürünlerin dış ticarete önemli yer tuttuğu görülmektedir. Ürünler özellikleri, görünüşleri, kullanışları ve markaları gibi çeşitli açılardan birbirlerinden farklılaşarak ülkeler arasındaki ticaretin artmasına sebep olmaktadır.

Grubel ve Lloyd aynı dönemde aynı endüstriye ait ancak farklılaştırılmış malların hem ihracatının hem de ithalatının yapılmasını “endüstri içi ticaret” olarak tanımlanmıştır. (Grubel, Lloyd, 1971) Monopolcü rekabet teorisi, “iki yönlü ticaret” olarak da adlandırılan bu yeni ticaret şeklini farklı tüketici tercihlerine hitap eden farklılaştırılmış ürünlerden ve maliyetleri düşüren ölçek ekonomilerinden yararlanarak açıklamaktadır. Krugman çalışmalarında mal farklılaştırması ile dış ticaret konusunu ele almış ve ölçek ekonomilerinin yarattığı ölçeğe göre artan getiri ile azalan maliyetler üzerinde durmuştur. (Krugman, 1979; Krugman, 1980)

1.5.6. Ölçek Ekonomileri Teoremi

Heckscher ve Ohlin'in Faktör Donatımı Teorisi üretimde ölçeğe göre sabit verim varsayımını kullanmıştır. Ancak bu teori, ülkelerin koşulları aynı olsa bile ölçek ekonomilerine dayanan artan getiri nedeniyle oluşan ülkeler arası ticareti açıklayamamaktadır. Krugman tarafından ortaya atılan ölçek ekonomileri teoremi üretim ölçeği büyüdükçe ortalama maliyetlerin düşmesi durumunu ifade etmekte ve ölçeğe göre azalan maliyetler ya da ölçeğe göre artan getiri kavramları ile açıklanmaktadır. (Krugman, 1979) Ölçek ekonomilerinde sabit maliyetlerin üretilen tüm ürünler arasında paylaşılması veya teknolojik gelişme gibi faktörler ile ölçeğe göre azalan maliyetler devreye girerken, operasyonel verimlilik ve uzmanlaşma gibi nedenlerle sağlanan avantajlar ile ölçeğe göre artan getiri oluşacaktır.

Ölçek ekonomileri, işletmenin kendi faaliyetlerinden dolayı meydana geliyorsa içsel ekonomiler, işletme faaliyetleri dışındaki dış çevreden kaynaklı oluşuyorsa dışsal ekonomiler olarak adlandırılır. Ölçek ekonomilerinin işletmeyi olumlu veya olumsuz etkileme durumuna göre yapılan sınıflamaya göre ise pozitif veya negatif ölçek ekonomileri oluşmaktadır.

Ölçek ekonomileri ile sağlanan maliyet avantajı sonsuza kadar devam etmez. İş bölümü ve uzmanlaşma, teknolojik gelişmeler, yönetsel ve finansal avantajlar nedeniyle oluşan içsel ölçek ekonomisinin etkileri belli bir üretim kapasitesine kadar pozitif olacaktır. Ancak uzun vadede belli bir üretim hacmini aşan firmalarda, ölçeğin aşırı büyümesinden dolayı yönetimi etkinliğini kaybetmesi, aşırı bürokrasi ve uzmanlaşmanın olumsuz etkileri gibi sebeplerle negatif içsel ekonomi oluşarak firma maliyetlerini artıracaktır.

İşletmenin kendi faaliyetlerinden bağımsız olarak içinde bulunduğu endüstrinin büyümesinden dolayı elde meydana gelen olumlu veya olumsuz etkiler dışsal ölçek ekonomisini yaratır. Daha ucuz girdi, nitelikli işgücü ve gelişmiş alt yapı tesisleri gibi sebeplerle sağlanan avantajlar pozitif dışsal ölçek ekonomisini oluşturmaktadır. Endüstrinin belli bir limitin üzerinde büyümesi altyapı olanaklarının firmalar için yetersiz kalması ve rakip firmaların faaliyetleri gibi etmenlerle yükselen maliyetler ise negatif dışsal ölçek ekonomisine neden olmaktadır.

1.6. Rekabet Gücüne Modern Yaklaşımlar

Porter, yenilik yapabilme ve kalite yükseltebilme yeteneği olarak gördüğü rekabetçiliği Elmas Modeli ile açıklamıştır. Porter modelini temel alan birçok araştırmacı ya Porter'ı eleştirmiş ya da Elmas Modeli'ni genişleterek yeni modeller ortaya koymuştur. Rugman ve D'Cruz Çifte Elmas Modeli'ni, Moon, Rugman, ve Verbeke Genellenmiş Çifte Elmas Modeli'ni, Cho Dokuz Faktör Modeli'ni, Aiginger Refah Odaklı Rekabet Gücü Anlayışı'nı, Cho, Moon ve Young Çifte Çifte Elmas Modeli'ni geliştirmiştir.

Tablo 6.

Modern Rekabet Gücü Teorileri, Rekabet Gücünün Kaynağı ve Belirleyicileri

Akademisyen	Teori	Rekabet Gücünün Belirleyicileri	Rekabet Gücünün Kaynağı
Porter (1990)	Rekabetçi Üstünlük Teorisi (Elmas Modeli)	Yüksek seviyede ve sürekli artış gösteren bir verimlilik	Ülkedeki faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler, firma stratejisi, yapısı ve yerel rekabet ortamı
Rugman ve D'Cruz (1993)	Çifte Elmas Modeli	Yerel elmas ile üç ülkenin (ABD, Japonya ve Avrupa Birliği) elması arasındaki etkileşim	Ticaret ilişkisinde bulunan iki ülkenin elmas modeline ek olarak çok uluslu firmaların faaliyetleri
Moon, Rugman, Verbeke (1998)	Genellenmiş Çifte Elmas Modeli	Yerel elmas ile küresel elmas arasındaki etkileşim	Yerel elmas ile küresel elmas modeline ek olarak çok uluslu firmaların faaliyetleri
Cho (1998)	Dokuz Faktör Modeli	Beşeri faktörlerin fiziki faktörleri etkin kullanma kabiliyeti	Bahsedilmiş kaynaklar, iş ortamı, ilişkili ve destekleyici endüstriler, yerel talep, işçiler, politikacılar ve bürokratlar, girişimciler, uzman yöneticiler ile mühendisler ve şans
Aiginger (2006)	Refah Odaklı Rekabet Gücü Anlayışı	Refah yaratabilme yeteneği	İş gücü, fiziksel sermaye, teknolojik ilerleme; kabiliyet, kurumların kalitesi, güven, politik

kararlılık ve hukukun
üstünlüğü

Cho, Moon ve Young (2009)	Çifte Çifte Elmas Modeli	Yerel ve uluslararası faktörlerin birbirleri ile etkileşimi. Beşeri faktörlerin ülkeler arası dolasına acık olması.	Yerel fiziki faktörler, yerel beşeri faktörler, uluslararası fiziki faktörler ve uluslararası beşeri faktörler
---------------------------	--------------------------	---	--

Kaynak: Gökmenoğlu, Akal, Altunışık, 2012

1.6.1. Karşılaştırmalı Üstünlükten Rekabet Üstünlüğü Kavramına Geçiş

Yönetim ve rekabetçilik üzerine dünyada önde gelen isimler arasında olan Michael E. Porter, Harvard Üniversitesi'nde (Harvard Business School) profesör ve okula bağlı Strateji ve Rekabetçilik Enstitüsü yöneticisidir.

Porter, rekabetçilikte küreselleşme ve yerelleşme arasındaki ikilemin karşılaştırmalı üstünlüğün yerini daha geniş bir kavram olan rekabetçi üstünlüğe bıraktığının anlaşılması ile çözülebileceğini belirtir. Düşük faktör maliyetine veya boyuta dayalı karşılaştırmalı üstünlük halen mevcuttur ancak günümüz şartlarını açıklamakta yetersiz kalmaktadır.

Klasik teori, ülkelerin belli sektörlerdeki başarısını toprak, işgücü ve doğal kaynaklar gibi faktörlere dayandırarak açıklar. Ülkeler bolca sahip oldukları faktörleri yoğun biçimde kullanan sektörlerde faktöre dayalı karşılaştırmalı üstünlük kazanırlar. Ancak klasik teori, gelişmiş sektörlerde ve ekonomilerde rekabetin küreselleşmesinin ve teknolojinin gücünün gölgesinde kalmıştır. Yeni bir teorinin modern uluslararası rekabette şirketlerin sadece ticaret değil aynı zamanda yabancı yatırımı da içeren küresel stratejilerle rekabet ettiğini göz önünde bulundurması gerekir. Yeni bir teorinin bir ülkenin uluslararası bağlamda rekabet eden şirketler için elverişli bir ana üs olmasının nedenlerini açıklaması gerekir. Yeni bir teorinin karşılaştırmalı üstünlüğü aşip, bir ülkenin rekabet üstünlüğünü ele alması gerekir. (Porter M., 1990/2011, s. 208)

Bu ihtiyaçtan yola çıkarak, Porter, 1985 yılında toplam dünya ihracatının %50'sini oluşturan 10 ticaret ülkesi (Danimarka, Almanya, İtalya, Japonya, Kore, Singapur, İsveç, İsviçre, İngiltere ve ABD) üzerinde dört yıl süren bir çalışma yürütmüştür. Bu çalışma ile

bazı ülkelerin belirli sektörlerde rekabetçi olmasının sebeplerini ve bu durumun ülke ekonomisi açısından yarattığı sonuçlarını araştırmıştır.

Araştırma, iki bölüm şeklinde tasarlanmıştır. İlk bölümde 1971, 1978 ve 1985 yıllarında her ülkenin uluslararası düzeyde başarılı olduğu sektörler tespit edilmiş ve bu sektörlerin profilleri çıkarılmıştır. İkinci bölümde ise sektörlerin nasıl doğduğu, geliştiği ve neden uluslararası rekabet üstünlüğü elde ettiği gibi soruların cevapları sektörlerin tarihsel süreçleri analiz edilerek bulunmaya çalışılmıştır. Araştırmada sektörlerin rekabetçilikleri çok sayıda ülkeye önemli miktarda ve sürekli ihracat yapma durumuna ve/veya dışarıda yapılan önemli yabancı yatırımlara göre değerlendirilmiştir.

30'u aşkın araştırmacının oluşturduğu bir ekipten yardım alınarak yürütülen çalışmanın sonucunda Porter'ın ulaştığı temel sonuçlar şöyledir: Küresel rekabetin giderek arttığı bir dünyada, uluslar önemlerini kaybetmediler, aksine artırdılar. Rekabetin temeli giderek bilginin yaratılmasına ve özümsemesine doğru kaydıkça, ulusun rolü arttı. Rekabet üstünlüğü son derece yerleştirilmiş bir süreçle yaratılıp sürdürülüyor. Ulusal değerler, kültür, ekonomik yapılar, kurumlar ve tarihsel farklılıkların hepsi rekabetin başarısına katkıda bulunuyor. Her ülkedeki rekabet modellerinde çarpıcı farklılıklar var; hiçbir ulus her sektörde hatta çoğu sektörde rekabet edemez ya da etmez. Son olarak, uluslar belirli sektörlerdeki başarılarını ülkenin ileri dönük, dinamik ve zorlayıcı bir ortama sahip olmasına borçludur. (Porter M., 1990/2011, s. 201)

Porter ulusal rekabet gücü kavramının en iyi açıklayan kavramın verimlilik olduğunu düşünmektedir. Bir ulusun en büyük amacının vatandaşlarına yüksek ve sürdürülebilir bir yaşam standardı üretmek olduğunu belirten Porter, bunu yapabilmek yeteneğinin ise ulusun sahip olduğu iş gücü ve sermayeye dayalı olan verimliliğe bağlı olduğunu ifade etmektedir. Verimliliği arttırmak maksadıyla ülkenin, daha verimli olduğu endüstrilerde uzmanlaşması diğer endüstrilerde ise ithalata başvurması gerektiğini öne süren Porter, bu noktada uluslararası ticareti ulusal verimlilik düzeyini arttırmak için kullanılacak bir araç olarak görmektedir. (Gökmenoğlu, Akal, Altunışık, 2012, s. 10)

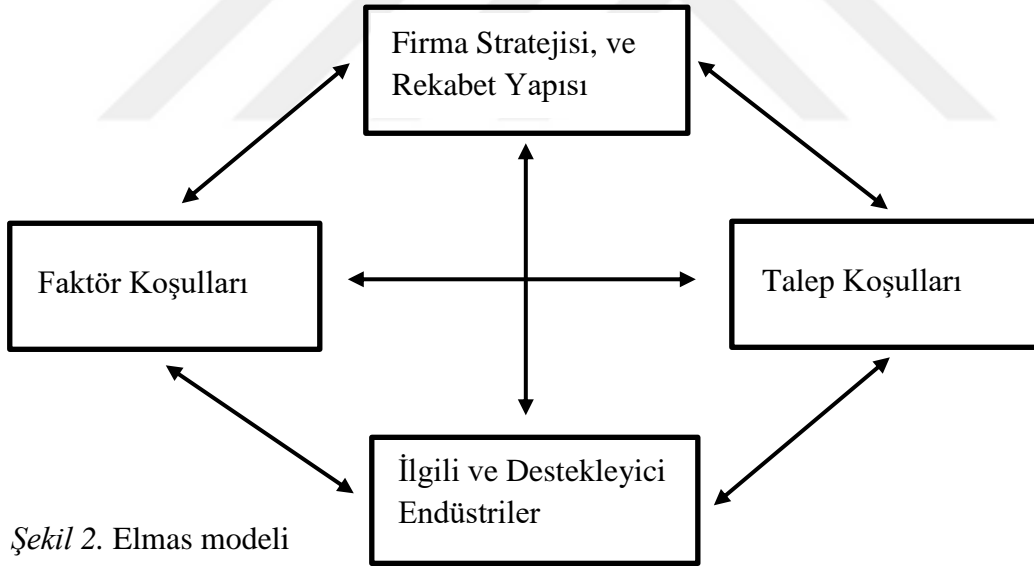
1.6.2. Elmas (Diamond) Modeli

Porter (1990), araştırma ile elde ettiği temel sonuçların yanında, bazı ülkelerdeki uluslararası düzeyde başarılı belirli sektörlerin diğerlerine oranla daha üretken olması ve rekabet üstünlüğü yakalamasını 4 ana unsurdan oluşan Elmas (Diamond) Modeli ile açıklamaktadır. Bu unsurlar faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici

endüstriler, firma stratejisi ve rekabet yapısıdır. Modelde, bu unsurlara ek olarak devletin ve şansın rolü de dahil edilmiştir.

1. **Faktör (Girdi) Koşulları:** Bir ülkenin, belirli bir endüstride rekabet edebilmek için gerekli olan nitelikli işgücü ya da altyapı gibi üretim faktörlerindeki konumu.
2. **Talep Koşulları:** Sektörün ürün ya da hizmetine yönelik iç pazar talebinin doğası.
3. **İlgili ve Destekleyici Endüstriler:** Ülkede uluslararası düzeyde rekabetçi olan tedarikçi sektörlerin ve diğer ilgili sektörlerin varlığı.
4. **Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı:** Ülkedeki iç rekabetin doğasının yanı sıra şirketlerin yaratılma, örgütlenme ve yönetilme biçimlerini etkileyen koşullar.

Bu unsurlar firmaların doğduğu ve rekabet etmeyi öğrendiği ulusal ortamı yaratır. Ulusal ortam şirketleri inovasyon ve yatırım yapmaya zorladığında, şirketler hem rekabet üstünlüğü kazanırlar hem de zamanla bu üstünlükleri geliştirirler. (Porter M. E., 1990, s. 78)



Şekil 2. Elmas modeli

Kaynak: Porter, 1990

Porter'in elması modelinde yer alan ve elmasın köşelerini oluşturan dört ana unsur (girdi koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici sektörler, firma stratejisi ve rekabet yapısı) aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır.

Faktör (Girdi) Koşulları: Rekabetin temel belirleyicilerinden olan üretim girdileri doğal kaynaklar, insan kaynağı, sermaye, fiziksel altyapı, ticari ve idari altyapı, bilişim altyapısı ile bilimsel ve teknolojik altyapıyı kapsar. Rekabet üstünlüğü sağlamada

bu girdilerin varlığı ve maliyetleri etkilidir. Genel amaçlı girdiler gerekli olmakla birlikte yeterli değildir, rekabetteki temel belirleyici faktörlerin kalitesi ve uzmanlaşma düzeyidir. Bir coğrafi konumun verimlilik rekabeti üstünlükleri yüksek kaliteli girdilerden ve özellikle belirli sektörlerin ihtiyaçlarına uyarlanmış beceri havuzu, uygulamalı teknoloji, fiziksel altyapı, mevzuat rejimleri, yasal süreçler, enformasyon ve sermaye kaynakları gibi uzmanlaşmış girdilerden doğar. (Porter M., 1995/2011, s. 358)

Coğrafi bölgeler rekabet güçlerin dayandırdıkları en önemli faktörlerini miras almazlar, bunları yaratırlar. Rekabet üstünlüğü, önce uzmanlaşmış faktörler yaratan ve sonra sürekli onları geliştirmek için çalışan dünya standartlarında kurumların varlığında oluşur. (Porter M. E., 1990, s. 79)

Üretim faktörleri ile ilgili diğer önemli bir nokta ise, hammadde ve işgücü gibi bazı temel faktörlerin bol ve ucuz olduğu durumlarda coğrafi bölgeler bu faktörleri etkisiz kullanabilirler. Bunun aksine kaynakların kıt ve pahalı olduğu yerlerde, bu olumsuzluklar şirketleri rekabet edebilmek için yenilik yapmaya ve sürekli gelişmeye zorlayabilir. Bu gibi olumsuz durumlar iki koşul altında rekabet üstünlüğüne dönüşebilmektedir. Birincisi, ülkeler şirketlere diğer ülkelere yayılacak koşullar hakkında uygun sinyalleri vermek ve dolayısıyla yabancı rakiplerden önce inovasyon yapabilecek duruma gelmelerini sağlamak zorundadır. İkincisi, elmasın diğer bölümlerindeki uygun şartlardır. (Porter M. E., 1990, s. 79)

Talep koşulları: Konumsal üstünlüğün diğer bir etkeni yerel pazarın karakteridir. İç talebin karakteri iç talebin büyüklüğünden çok daha önemlidir. Üstünlük gelişmiş ve talepkar yerel müşterilerin ya da başka yerde de talep gören uzmanlaşmış çeşitlere olağanüstü şekilde yoğun ihtiyaç duyan müşterilerin varlığından doğar. Gelişmiş ve talepkar alıcılar şirketleri yüksek standartları karşılamaya, gelişen müşteri ihtiyaçlarına yeni bir pencere açmaya ve yenilik yapıp daha ileri segmentlere geçmeye zorlarlar. (Porter M., 1995/2011, s. 360)

İç talebin yarattığı üstünlük, belirli bir mesafeden elde edilemeyecek bilgi ve teşviklerin firmalar tarafından elde edilmesi ile oluşur. Bir ürün veya hizmetin en bilgili ve talepkar alıcılarının bulunduğu coğrafyadaki firmalar rekabet üstünlüğü kazanabilir. Ayrıca, iç talep diğer coğrafyalardaki ihtiyaçları öngörüyor ve bir ülke kendi değerlerini ihraç edebiliyorsa bu yerel Pazar küresel trendlerin oluşumunda etkili olacak ve firmaların üstünlük kazanmasını sağlayacaktır.

Ayrıca, devlet politikaları da güvenlik ve çevre gibi konulardaki mevzuat düzenlemeleri yoluyla iç talebi şekillendirerek firmalardaki yenilikçilik ve verimlilik çabalarını tetikleyebilir.

İlgili ve destekleyici sektörler: Coğrafi üstünlüğün üçüncü belirleyicisi bir ülkedeki rekabetçi ve uzmanlaşmış tedarikçilerin ve ilgili sektörlerin varlığıyla ilişkilidir. Birbirine yakın konumlanmış tedarikçiler ve son kullanıcılar kısa iletişim hatlarından, hızlı ve sürekli enformasyon akışından, sürekli fikir ve inovasyon alışverişinden üstünlük elde edebilirler. (Porter M., 1990/2011, s. 222) Yerli firmalardan yapılan tedarikler ve dağıtım, pazarlama gibi tamamlayıcı faaliyetler işlem maliyetlerini azalır, ithalatın sebep olduğu gecikmeleri önler ve daha iyi bakım onarım hizmeti sağlayabilir. Tedarikçileri ile güçlü iletişim ve işbirliğinde olan firmalar tedarikçilerinin teknik çabaları ve Ar-Ge çalışmalarını yönlendirerek inovasyonu hızlandırabilirler. Küresel kaynak temini, standartlaşmış hammadde ile genel amaçlı malzeme ve ekipman sağlamada faydalı olabilir. Böylece bir ülkenin tüm tedarikçi sektörlerde uzmanlaşmış olmasına ihtiyaç duyulmaz. Destekleyici sektörlerin varlığı ile benzer bir şekilde, bir coğrafyada ilişkili sektörlerin mevcudiyeti de inovasyon ve üretkenliği tetikleyerek rekabet avantajı yaratabilir.

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı: Evrensel olarak her sektör için uygulanabilen tek bir yönetim ve örgütlenme yapısı geçerli değildir. Örneğin İtalya'daki başarılı firmalar genellikle KOBİ ölçeğindeki aile şirketleri olurken, Almanya'da daha büyük firmaların hiyerarşik bir yönetim modeli uyguladığı görülmektedir. Bir coğrafi bölgede gelişen sektörlerdeki yönetim ve örgütlenme şekli, ülkenin genel olarak benimsediği yapı ile benzerlik gösterdiği durumda rekabet üstünlüğü oluşmaktadır.

Bir coğrafi konumdaki genel kural, toplumsal standart ve teşvik ortamı belirli bir sektöre uygun biçimlerde sürekli yatırımı destekliyorsa o konum verimlilik rekabetinde üstünlüklere sahiptir. Yatırım şekilleri sadece sabit varlıkları değil, Ar-Ge'yi, eğitimi ve Pazar geliştirmeyi de kapsar. (Porter M., 1995/2011, s. 359)

Rekabetin şiddeti yerel rekabet ortamının başka bir boyutunu oluşturur. Uygun bir yatırım ortamında, yerel rekabetin güçlü olması şirketler üzerinde inovasyon ve kalite artışı yapılması yönünde baskı oluşturur. Birbirine yakın girdi maliyetlerine katlanan ve benzer iç pazar erişimine sahip olan firmalar rekabet üstünlüğü sağlamak için farklı ve sürdürülebilir üstünlükler geliştirmek zorunda kalacaktır. Bir bölgedeki yatırım iklimi kötü ise yoğun yerel rekabetin fiyat rekabetine dönüşme riski vardır. Ancak iyi bir yatırım ortamında, firmalar uluslararasılaşma yönündeki girişimlerini artırarak ihraç pazarlarında

boy gösterecek, uluslararası rekabet ortamında hayatta kalabilme adaptasyonu geliştireceklerdir.

Porter'ın Elmas Modeli'nde devlet ve şans olmak üzere iki tane dışsal unsur tanımlamıştır. Bu iki unsurun modeldeki diğer dört unsur ile etkileşimleri rekabetçilik düzeyini artıracak veya azaltacaktır.

Devlet: Dışsal faktörlerden ilki olan devlet rekabet ortamına doğrudan müdahil olmamakla birlikte işletmeler için rekabetçi avantajlar oluşturan bir ortam sunulması doğrultusundaki hükümet politikalarını ifade eder. Devletin, firmaların rekabetçiliklerini artırmalarını teşvik edecek bir katalizör rolü ve zorlayıcı bir pozisyonu olmalıdır.

Porter'a göre devletin rekabete direkt müdahalesi olmamalıdır çünkü rekabetçi endüstrileri devlet değil ancak işletmeler yaratabilir. Bu nedenle devlet, firmaların rekabet güçlerini artırmak için gerekli düzenlemeleri yaparak dolaylı bir etki yaratmalıdır. Bu faktörün tek başına iyi işlemesi rekabetçiliği artırmaya yetmeyecektir. Devlet ancak elmastaki diğer faktörler üzerinde olumlu etki yaratması ve diğer koşulların elverişli olması durumunda rekabetçiliği artırabilecektir.

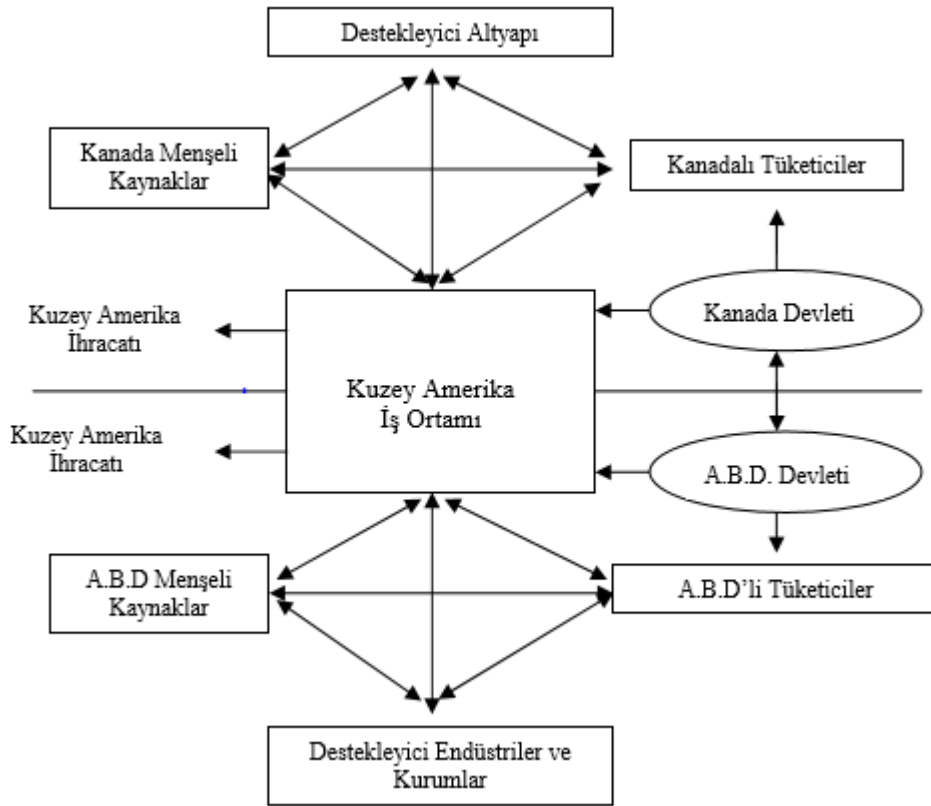
Şans: Şans faktörü, devletin ve firmaların kontrolü dışında oluşan beklenmedik gelişmeleri ifade eder. Politik gelişmeler, yeni teknolojiler, enerji gibi girdi maliyetlerindeki değişiklikler, savaşlar ve doğal felaketler gibi beklenmeyen ancak rekabetçiliğe olumlu veya olumsuz etki yapan olaylardır. Şansın rekabetçiliğe etkisi elmasın diğer bileşenlerinin durumuna bağlı olarak şekil almaktadır.

1.6.3. Çifte Elmas Modeli

Rugman ve C'ruz (1993), Porter'ın Tek Elmas Modeli'nin ülke içindeki dengelere odaklanarak, uluslararası bağlantıları göz ardı ettiği yönündeki eleştirilere katılanlar arasında yer almaktadır. Ayrıca Porter'ın geliştirdiği modelin üç büyük ekonominin (ABD, Japonya, AB) uluslararası rekabetçiliğini açıklayabildiğini ancak Kanada, Yeni Zelanda ve Kore gibi ekonomisinde dış ticaretin önemli olduğu küçük ülkelerin rekabetçiliğini açıklamakta yetersiz kaldığını düşünmektedirler. Bu nedenle Elmas Modeli'nin genişleterek Çifte Elmas Modeli'ni öne sürmüşlerdir.

Örneğin Kanada'nın rekabetçi gücünü açıklayabilmek için Elmas Modeli'ne Kanada'daki yabancı yatırımların ve Amerika ile yapılan serbest ticaret antlaşması gibi kurumsal düzenlemelerin de eklenmesi gerektiğini savunmuşlardır. Yani bir ülkenin rekabet gücü, ulusal elmasının neticesi değil, ticaret ve yabancı yatırımlar vasıtasıyla

etkileşimde olduğu diğer ülkenin (ABD, Japonya ve AB) elması ile etkileşiminin sonucu olarak oluşmaktadır. Modelde Kanada, Meksika, Latin Amerika ve Karayipler'in ulusal elmaslarının Amerika'nın elmasıyla; çoğu Asya-Pasifik ülkesinin Japonya'nın elmasıyla ve Avrupa Birliği üyesi olmayan Avrupa ülkelerinin de Birlik elması ile birlikte değerlendirilmesi gerektiği belirtilmektedir.



Şekil 3. Çifte elmas modeli

Kaynak: Rugman, D'Cruz, 1993, s.34.

Yukarıdaki şekilde gösterilen Çifte Elmas Modeli'ne göre küresel ölçekte rekabetçi olabilmesi için Kanada'nın kendi elması ve Amerika'nın elmasından oluşan Kuzey Amerika elmasına göre hareket etmesi gerekmektedir. Böylece, Kanada ve Amerika'nın tek bir pazar gibi düşünülmesi mümkün olacaktır. Bu çerçevede model, yeni ürün ve servislerin Kanadalı ve Amerikan tüketicilerin ihtiyaçlarına yönelik olarak tasarlanmasını, her iki ülkedeki destekleyici endüstrilerden ve altyapı olanaklarından yararlanılmasını, fiziksel kaynaklar ve insan kaynağının iki ülkede de serbestçe kullanılmasını öngörmektedir. (Rugman, D'Cruz, 1993, s. 33)

Rugman ve C'ruz'un görüşlerini destekleyici biçimde, Cartwright, Porter'ın liderliğinde Yeni Zelanda'nın uluslararası rekabetçiliğinin değerlendirilmesi için tek

elmas modeli kullanılarak yapılan çalışmaya yönelttiği eleştiride, bu modelden ziyade Çifte Elmas Modeli'nin kullanılmasının çok daha açıklayıcı olacağını belirtmektedir.

1.6.4. Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli

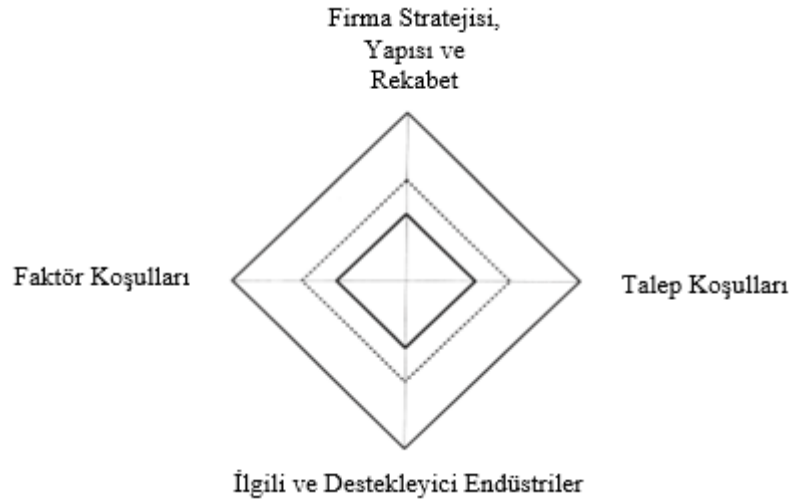
Dunning'e göre ülkelerin uluslararası rekabetçiliği üzerine çalışma yapan çok sayıda bilim adamı Porter'dan daha kapsamlı çalışmalar yürütmektedir. Porter'ın Elmas Modeli yatırım ve girişimcilik gibi faktörleri göz ardı etmesi ve çok uluslu firmaları dikkate almaması nedeniyle zayıf kalmaktadır. Oysaki Dunning'e göre çok uluslu firmalar üretim gerçekleştirdikleri diğer ülkelerin ulusal elmaslarını etkilemekte ve kendileri de bu elmastan etkilenmektedirler. Buradan yola çıkarak Dunning, çok uluslu şirketlerin faaliyetlerinin elmasın tüm bileşenlerini etkilediği, bu nedenle Elmas Modeli'ndeki devlet ve şans değişkenlerine ek olarak üçüncü dışsal değişken şeklinde eklenmesi gerektiğini savunmuştur. Ancak Moon, Rugman ve Verbeke'ye göre bugünün küresel iş dünyasında, çok uluslu faaliyetler yalnızca bir dış değişken olmaktan çok daha fazlasını ifade etmektedir. (Moon, Rugman, Verbeke, 1998, s. 137) Bundan dolayı, Porter'ın Tek Elmas Modeli, çok uluslu şirketlerin faaliyetlerini içerecek şekilde güncellenmiş bir model ihtiyacını doğurmaktadır.

Porter, Ulusların Rekabet Üstünlüğü adlı çalışmasında incelediği yeni endüstrileşen iki ülkeden biri olan Kore'nin gelecek on yılda gelişmiş bir ekonomik mertebeye erişeceği, Singapur'un ise ekonomik gelişmenin ilk evresi olan faktöre dayalı ekonomi aşamasında kalacağı görüşündedir. Ancak ilerleyen dönemde Singapur'un Kore'den daha başarılı olduğunun görülmesi Porter'ın teorisinin geçerliliğinin sorgulanmasına neden olmuştur.

Porter, Elmas Modeli'ni kullanarak Kanada ve Yeni Zelanda hükümetlerine danışmanlık yapmıştır. Ancak daha önce bahsedildiği gibi Kanada örneğinde modelin çok uluslu aktiviteleri dikkate almaması Rugman tarafından eleştirilmiş, Yeni Zelanda örneğinde ise ihracata bağımlı ve kaynak temelli endüstrileri açıklamakta model Cartwright tarafından zayıf bulunmuştu.

Moon ve diğ.(1998), Rugman ve D'cruz tarafından geliştirilen Çifte Elmas Modeli'nin Kanada ve Yeni Zelanda için uygun olduğunu fakat Singapur ve Kore gibi tüm küçük ekonomileri açıklamak için yeterli olmadığını düşünmüşlerdir. Bu sorunun üstesinden gelebilmek için Çifte Elmas Modeli'ni, Genellenmiş Çifte Elmas Modeli'ne dönüştürmüşlerdir.

Kore ve Singapur gibi küçük ülkelerdeki firmalar yalnızca ulusal kaynakları ve pazarları hedef almaz, global boyutu da dikkate alırlar. Bu nedenle, bir ulusun rekabetçiliği kısmen yerel elmasına, kısmen de firmaların bağlantılı olduğu küresel elmasa bağlıdır. (Moon, Rugman, Verbeke, 1998, s. 138)



Şekil 4. Genelleştirilmiş elmas modeli

Kaynak: Moon, Rugman, Verbeke, 1998, s. 138

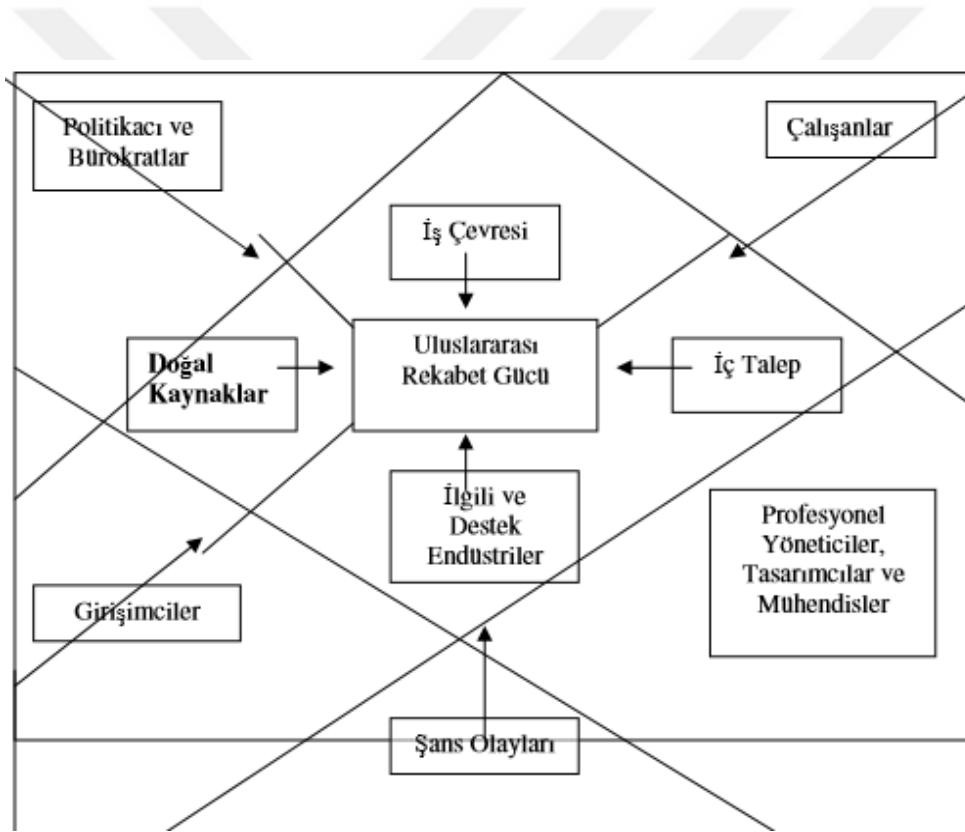
Yukarıdaki şekilde gösterilen Genelleştirilmiş Elmas Modeli'nin dış çerçevesi küresel elması, en içteki çerçeve yerel elması simgelemektedir. Küresel elmas ile yerel elmas arasındaki kesikli çizgilerle gösterilen elmas ise uluslararası elmas olup bir ülkenin hem yerel hem de küresel parametrelere dayalı rekabetçiliğini gösterir. Uluslararası elmas ile yerel elmas arasındaki fark uluslararası veya çok uluslu aktiviteleri temsil etmektedir. Belli bir zaman diliminde küresel elmasın boyutu sabitken, yerel elmasın boyutu ülkenin büyüklüğüne ve rekabet gücüne göre değişiklik gösterecektir.

1.6.5. Dokuz Faktör Modeli

Uluslararası rekabetçilik üzerine çalışan ve Porter'ın Elmas Modeli'nden yola çıkarak yeni bir model önermesi yapanlardan biri de Cho'dur. Cho Porter'ın modelinde mikro ve makro perspektifleri birleştirmiş olmasını modelin güçlü yönü olarak değerlendirirken, modelin yalnızca endüstrileşmesini tamamlayan gelişmiş ülkeleri açıklayabildiğini ve gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerin Elmas Modeli'ndeki dört faktörden yoksun olduğunu düşünmektedir. Bu ülkelerin rekabet güçlerini açıklayabilmek için hangi faktörlere sahip olunacağını yanı sıra kimlerin bu faktörleri nasıl oluşturacağını da açıklayan yeni bir modele ihtiyaç vardır. Bu gerekçe ile Cho

(1998), ulusal rekabetçiliği değerlendirirken üç ana boyuttan ve dokuz faktörden oluşan Dokuz Faktör Modeli'ni ileri sürmüştür. Bunlar, rekabet gücünün içsel kaynakları olan fiziksel faktörler ve beşeri faktörler ile dışsal kaynak olan şans faktörüdür.

Fiziksel faktörler dört alt grupta incelenmiş olup, bahsedilmiş kaynaklar, iş ortamı, ilgili ve destekleyici endüstriler ve yerel talepten oluşmaktadır. Cho, ikinci olarak insan faktörünü dört alt kategoride incelemektedir. Beşeri faktörler, temel ekonomik faaliyetleri yürüten işçileri, iktisadi planları oluşturan ve uygulayan politikacılar ve bürokratları, risklere rağmen cesurca yatırım yapan girişimcileri ve işletmeden sorumlu profesyonel yöneticiler ile sürekli yeni teknolojileri uygulayan mühendisleri kapsamaktadır. Son olarak, şans faktörü Porter'ın Elmas Modeli'nde olduğu gibi dışsal faktör olarak Dokuz Faktör Modeli'ne dahil edilmiştir.

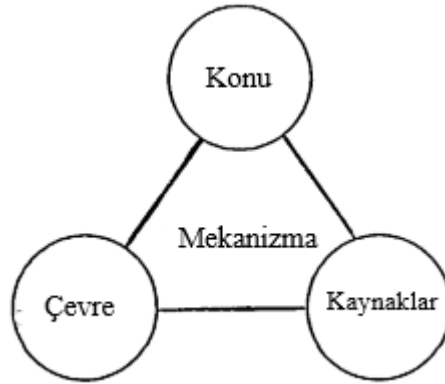


Şekil 5. Dokuz faktör modeli

Kaynak: Cho D. S., From National Competitiveness To Bloc And Global Competitiveness , 1998, s. 15

Cho'nun ileri sürdüğü model, Porter'ın Elmas Modeli'ndeki doğal kaynaklar, ilgili ve destek endüstrileri, iç talep ve şans faktörlerini kapsamaktadır. Ancak yeni model insan faktörünü detaylı bir şekilde ele alarak politikacı ve bürokratlar, girişimciler, profesyonel yöneticiler, tasarımcılar ve mühendisler ile çalışanlar şeklinde dört grupta incelemiştir.

Cho temel olarak fiziksel faktörlerin bir ulusun rekabet gücünü belirleyebileceğini, beşeri faktörlerin ise bu fiziksel faktörleri oluşturarak ve kontrol ederek ulusal rekabet gücünün arttırabileceğini ileri sürmektedir. (Gökmenoğlu, Akal, Altunışık, 2012)



Şekil 6. "SER-M" paradigması

Kaynak: Cho D. S., From National Competitiveness To Bloc And Global Competitiveness, 1998, s. 18

Modeldeki dokuz faktörün her biri rekabet gücünün belirlenmesinde farklı rollere sahiptir. Bu roller dört kategoride gruplanarak "ser-M" olarak adlandırılmıştır. Bunlar konu (subject-s), çevre (environment-e), kaynak (resource-r) ve mekanizmadır (mechanism-m). Ulusal politikaları ve işletme stratejilerini oluşturan konular belirli bir çevrede mevcut kaynakları yeniden düzenleyerek rekabet edebilirliği sağlamakta rol oynarlar. Çevre dışsal bir faktördür ve yöneticiler tarafından değiştirilemez. Her işletme veya endüstri farklı kaynaklara sahiptir bu nedenle çevredeki değişimlere farklı tepkiler verirler. İşletme stratejisi ve organizasyon dördüncü faktör olan mekanizmanın bir parçası olup faktörler arası ilişkileri ifade eder. (Cho D. S., 1998, s. 18)

1.6.6. Refah Odaklı Rekabet Gücü Anlayışı

Aiginger rekabet gücünü "refah yaratabilme yeteneği" olarak tanımlar ve bu kavramın kapsamlı bir değerlendirmesinin muhakkak "sonuç odaklı rekabet gücü yaklaşımını" ve "süreç odaklı rekabet gücü yaklaşımını" içermesi gerektiğini ifade eder. (Aiginger, 2006, s. 162)

Aiginger bu tanım ile bugüne kadar rekabetçilik üzerine yapılan tanımların bazılarını birleştirdiğini ve rekabetçiliğe yöneltilen eleştirileri bertaraf ettiğini iddia etmektedir.

Refah odaklı rekabet gücü kavramı sonuç odaklı rekabet gücü yaklaşımını ve süreç odaklı rekabet gücü yaklaşımını içermektedir. Sonuç Odaklı Rekabet Gücü Fonksiyonu kişi başı gelir, fakirlik, bölgesel istihdam farklılıkları ve uzun dönemli işsizlik gibi sosyal göstergeler ile dağılım göstergeleri; sera gazı emisyonu, çıktının enerji yoğunluğu taşıma hacmi gibi çevreyle ilgili göstergeler seti; finansal sürdürülebilirlik, dış ticaret dengesinin sürdürülebilirliği ve politik istikrarın bir fonksiyonu olarak tanımlanır. Süreç Odaklı Rekabet Gücü Fonksiyonu sermaye, işgücü, toplam faktör verimliliği, kabiliyet, kurumlar ve güvenin bir fonksiyonu olarak tanımlanır.

Sonuç Odaklı Rekabet Gücü Fonksiyonu: $W = f(Y, S, E)$; s.i.

Y = Kişi Başı Gelir

S = Fakirlik, bölgesel istihdam farklılıkları ve uzun dönemli işsizlik gibi sosyal göstergeler ile dağılım göstergeleri

E = Sera gazı emisyonu, çıktının enerji yoğunluğu, taşıma hacmi gibi çevresel göstergeler

s.i. = Finansal sürdürülebilirlik, dış ticaret dengesinin sürdürülebilirliği ve politik istikrar

Süreç Odaklı Rekabet Gücü Fonksiyonu: $W_i = f(K, L, TFP, C, I, T)$

K = Sermaye

L = İşgücü

TFP = Toplam Faktör Verimliliği

C = Kabiliyet

I = Kurumlar

T = Güven

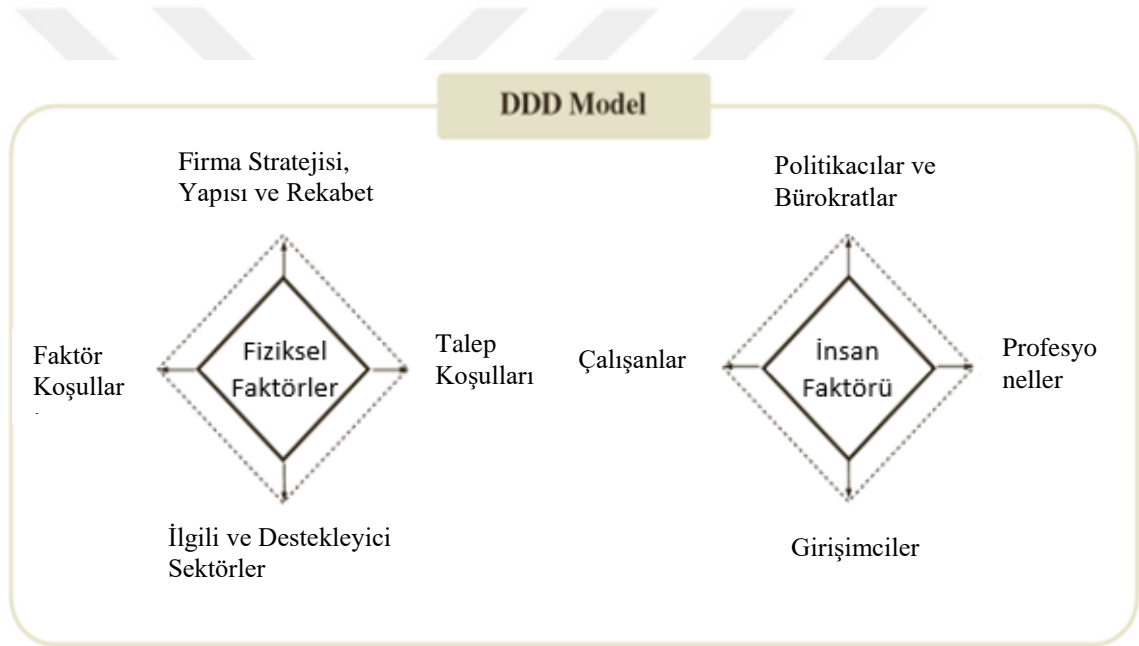
1.6.7. Çifte Çifte Elmas Modeli

Porter'in Elmas Modeli'nden sonra geliştirilen modeller bir öncekinin ihmal ettiği faktörleri kapsamaması nedeni ile bir önceki modelden daha kapsayıcı olmuştur. Buradan yola çıkarak Cho ve diğ. Porter'in Elmas Modeli ile Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli ve Dokuz Faktör Modeli'ni, Çifte Çifte Elmas Modeli ile Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli ve Dokuz Faktör Modeli'ni karşılaştıran dört hipotezi test eden deneysel bir analiz çalışması yürütmüşlerdir. Neticede, uluslararası faaliyetleri de kapsayan Genelleştirilmiş

Elmas Modeli ve insan faktörünü göz önünde bulunduran Dokuz Faktör Modeli'ni birleştiren bir modeli ileri sürmüşlerdir.

Çifte Çifte Elmas Modeli, yerel fiziki faktörler, yerel beşeri faktörler, uluslararası fiziki faktörler ve uluslararası beşeri faktörler olmak üzere ulusal rekabet edebilirliği etkileyen dört boyutu içermektedir. (Cho, Moon, Kim, 2009, s. 89)

Yerel fiziki faktörler, doğal kaynaklar, piyasa büyüklüğü, altyapı ve devlet yapısı gibi değişkenlerden oluşmaktadır ancak bunlarla sınırlı değildir. Yerel beşeri kaynaklar, yerel ücretler, devlet memurları, yerel girişimciler ve profesyonelleri kapsamaktadır. Uluslararası fiziksel faktörler doğrudan yabancı yatırımlar, ticarete açıklık, uluslararası bağlantılar ve küresel standartlar gibi değişkenlerden oluşmaktadır. Uluslararası beşeri faktörler ise işgücü piyasası ve profesyonel mesleklerin dışı açıklığını içerir.



Şekil 7. Çifte çifte elmas modeli

Kaynak: Cho, Moon, Kim, 2009, s. 89

1.7. Rekabetçiliğin Ölçülmesi

Rekabetçiliğin ölçülmesinde çeşitli kurumların farklı çalışmaları olmakla birlikte dünyada en fazla kabul gören çalışmalar Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute for Management Development - IMD) ve Dünya Ekonomi Forumu (World Economic Forum - WEF) tarafından yürütülmektedir. Dünya Ekonomi Forumu (WEF) tarafından her yıl Küresel Rekabet Gücü Endeksi (Global Competitiveness Index)

yayımlanırken Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) tarafından Dünya Rekabet Gücü Yıllığı (World Competitiveness Yearbook) yayımlanmaktadır.

IMD rekabetçiliği, bir ülkenin katma değer yaratma böylece ulusal zenginliği artırma kabiliyeti olarak tanımlamaktadır. Bununla birlikte rekabetçiliğin gayrisafi yurtiçi hasıla ve üretkenliğe indirgenemeyeceğini savunur. WEF ise rekabetçiliği kişi başı yurtiçi hasıladaki yıllık değişme ile ölçülebilecek sürdürülebilir yüksek ekonomik büyüme yeteneği olarak tanımlamaktadır. Bu durumda WEF gayri safi yurtiçi hasılayı veya üretkenliği rekabetçiliğin bir göstergesi olarak ele almaktadır.

Rekabetçiliğin hesaplanmasında bu iki çalışmada birbirine çok benzer değişkenler kullanmasına rağmen hesaplama metodolojisi ve değişkenlerin ağırlıklarının farklı olmasından dolayı ülkelerin rekabet güçlerinin sıralandığı sonuçlar birbirinden farklılaşmaktadır.

Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) ve Dünya Ekonomi Forumu'nun (WEF) rekabetçiliği ölçmek için kullandığı faktörler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Devlet, yönetim, finans, altyapı, teknoloji ve insan faktörleri her iki kurum için de ortaktır. Bununla birlikte IMD ilk iki faktör olarak yurtiçi ekonomi ve uluslararasılaşma faktörlerini kullanırken WEF kamu kurumları ve dışa açıklık faktörlerini kullanmaktadır.

Tablo 7.

IMD ve WEF Raporlarının Karşılaştırılması

IMD Raporu	WEF Raporu
• Yurtiçi ekonomi	• Kamu Kurumları
• Uluslararasılaşma	• Dışa açıklık
• Devlet	• Devlet
• Yönetim	• Yönetim
• Finans	• Finans
• Altyapı	• Altyapı
• Bilim ve Teknoloji	• Teknoloji
• İnsan	• İşgücü

Kaynak: Cho, Moon, From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory, 2000, s. 199

1.7.1. Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'nün (IMD) Dünya Rekabet Gücü Yıllığı

Merkezi İsviçre'nin Lozan kentinde bulunan Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD) 1989 yılından itibaren yıllık olarak Dünya Rekabet Gücü Yıllığı (World Competitiveness Yearbook) adında bir rapor yayımlamaktadır. Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi ülkelerin rekabet gücünün işletmelerin rekabet gücüne bağlı olduğu yaklaşımını benimseyerek işletmelerin politik, sosyal ve kültürel bir ortamda yaşayan organizmalar olduğu gerçeğinden hareketle ülkelerin işletmelerin rekabet güçlerini artıracak ortamı ve politikaları sunmaları gerektiğini savunmaktadır.

IMD Dünya Rekabet Gücü Yıllığı, işletmelerin uluslararası rekabet gücünü destekleyen ortamın oluşturulması ve sürdürülmesi bakımından ülkelerin yetkinliğini analiz ederek bir sıralama sunmaktadır. (Adıgüzel, 2013)

IMD, Dünya Rekabet Gücü Yıllığı'nda ülkelerin rekabet güçlerini sıralayan endeks çalışmasında dünya genelinde 50'nin üzerinde partner kuruluştan elde ettiği verileri ve yönetici görüşlerinden elde ettiği verileri kullanmaktadır. Dünya Rekabet Gücü Yıllığı 2016 çalışmasında oluşturulan endeks 2/3 oranında nicel veri 1/3 oranında ise nitel verilere dayanarak hesaplanmakta ve 61 ülkenin rekabetçiliğini değerlendirmektedir. Endeksin hesaplanmasında Ekonomik Performans, Hükümet Etkinliği, İş Dünyasının Etkinliği ve Altyapı olmak üzere dört başlıkta gruplanan 300'ün üstünde gösterge kullanılmaktadır.

1.7.2. Dünya Ekonomi Forumu'nun (WEF) Küresel Rekabet Gücü Endeksi

Merkezi İsviçre'nin Cenevre kentinde bulunan Dünya Ekonomik Formu (World Economic Forum-WEF) 1979 yılından bugüne rekabet gücü konusunda çalışmalar yapmakta ve raporlar yayımlamaktadır. Forum rekabetçiliğin ölçülmesi için 2001 yılında makroekonomik yaklaşımla hazırlanan Büyüme Rekabet Gücü Endeksi'ni (Growth Competitiveness Index) kullanmaya başlamıştır. Bunun tamamlayıcısı olarak da mikro ekonomik yaklaşıma dayalı İş Rekabet Gücü Endeksi'ni (Business Competitiveness Index) oluşturmuştur. 2004 yılına gelindiğinde ise mikro ve makro yaklaşımı bütünleştirerek Global Rekabetçilik Endeksi'ni (Global Competitiveness Index) oluşturmuştur. 2004 yılından günümüze kadar her yıl Dünya Ekonomi Forumu tarafından Global Rekabetçilik Raporu (Global Competitiveness Report) yayımlanarak endeks sonuçları paylaşılmaktadır.

Dünya Ekonomi Forumu rekabet gücünü bir ülkenin verimlilik düzeyini belirleyen kurumların, politikaların ve faktörlerin bütünü olarak gören forum yöneticilere ve politika uygulayıcılara ileri düzey rekabet gücüne sahip olabilmenin önündeki engelleri tanımlayabilecek bir ölçüm aracı sunmayı ve böylece bu engellerin üstesinden gelebilecek stratejilerin oluşturulmasını teşvik etmeyi amaç edinmiştir. (Gökmenoğlu, Akal, Altunışık, 2012, s. 26)

2016-2017 Dünya Rekabet Gücü Raporunda 138 ülkelerin rekabet gücünü ölçmek için oluşturulan Küresel Rekabet Gücü Endeksi (Global Competitiveness Index) toplam 12 göstergeden üç alt endeksten oluşmaktadır. Faktöre dayalı ekonomilerin belirlenmesi için Temel Gereksinimler Alt Endeksi, verimliliğe dayalı ekonomilerin belirlenmesi için Etkinlik Arttırıcılar Alt Endeksi, inovasyona dayalı ekonomilerin belirlenmesi için İnovasyon ve Sofistike Faktörler Alt Endeksi kullanılmaktadır. Bu endekslerin oluşturulmasında dünya genelinde 160 partner enstitü ile kurulan işbirliği neticesinde elde edilen veriler ve WEF'in düzenlediği Yönetici Görüş Anketi (Executive Opinion Survey) sonuçlarından yararlanılmaktadır.

Tablo 8.

Küresel Rekabet Gücü Endeksi'nin Çerçevesi

KÜRESEL REKABET GÜCÜ ENDEKSİ		
Temel Gereksinimler	Etkinlik Arttırıcılar	İnovasyon ve Sofistike
Alt Endeksi	Alt Endeksi	Faktörler Alt Endeksi
<ul style="list-style-type: none"> • Kurumlar • Altyapı • Makroekonomik İstikrar • Sağlık ve Temel Eğitim 	<ul style="list-style-type: none"> • Yüksek Eğitim ve Öğretim • Mal Piyasası Etkinliği • Emek Piyasası Etkinliği • Finansal Piyasanın Gelişmişliği • Teknolojik Hazırlık • Piyasa Büyüklüğü 	<ul style="list-style-type: none"> • İş Sofistikasyonu • İnovasyon

Kaynak: Dünya Ekonomi Forumu, 2016

BÖLÜM II

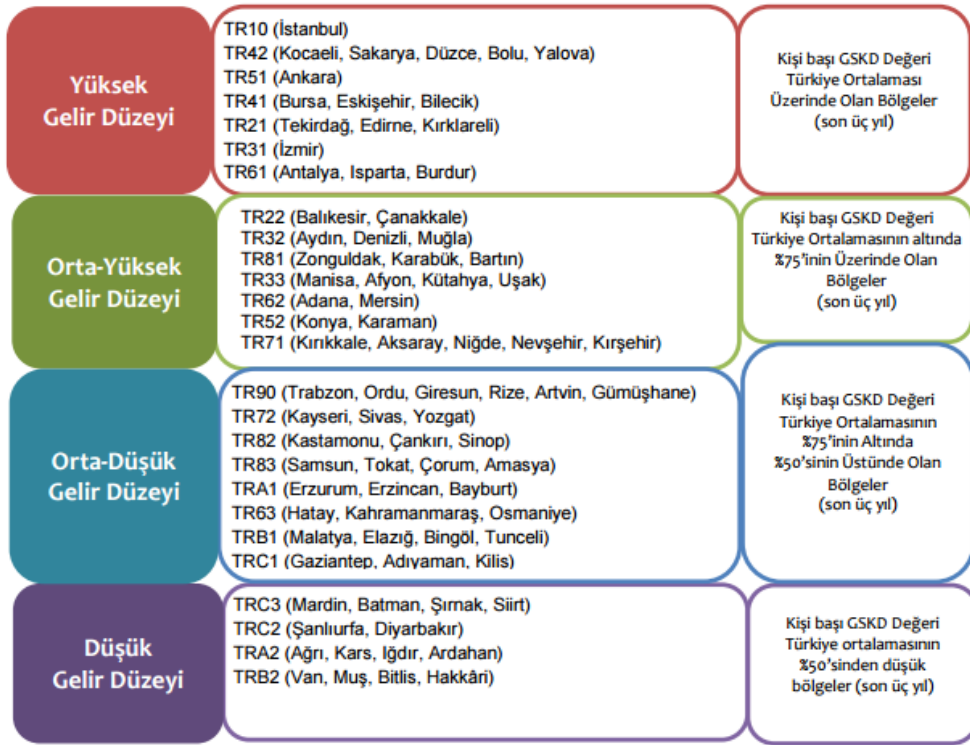
TR62 BÖLGESİ VE GENEL EKONOMİK GÖRÜNÜMÜ

2.1. TR62 Bölgesi'nin Türkiye'deki Konumu

Bölgesel gelişmenin sağlanması ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması, özellikle 1960'tan sonraki Planlı Dönemde kalkınma politikaları içindeki önemini korumuştur. Bölgesel gelişme, bölgelerin rekabet gücünün artırılması ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması politikaları arasında dengeyi gözeten yapısal ve temel bir politikadır. (Kalkınma Bakanlığı, 2014)

Onuncu Kalkınma Planı doğrultusunda bölgesel kalkınmayla ilgili temel stratejileri belirleyen bir çerçeve belge olarak Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (BGUS) 2014-2023 hazırlanmıştır. Ulusal düzeyde bölgesel gelişme politikalarını içeren bu belge bölgesel ve yerel düzeyde politika geliştirme, planlama ve uygulamaya yön vermektedir.

Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi'nde Düzey 2 bölgeleri gelir düzeyi açısından 4 temel gruba ayrılmıştır. Türkiye'deki bölgelere kişi başına düşen gelir açısından bakıldığında, kişi başı GSKD değeri Türkiye ortalaması üzerinde olan bölgeler "Yüksek Gelirli", kişi başı GSKD değeri Türkiye ortalamasının altında ancak %75'inin üzerinde olan bölgeler "Orta-Yüksek Gelirli", kişi başı GSKD değeri Türkiye ortalamasının %75'inin altında ve %50'sinin üstünde olan bölgeleri "Orta-Düşük Gelirli" ve kişi başı GSKD değeri Türkiye ortalamasının %50'sinden düşük bölgeleri "Düşük Gelirli" olarak sınıflamak mümkündür. (Kalkınma Bakanlığı, 2014, s. 96) Bu kapsamda BGUS belgesinde Düzey 2 bölgelerinin gelir düzeylerine göre dört grupta yapılan sınıflaması aşağıdaki gibidir.



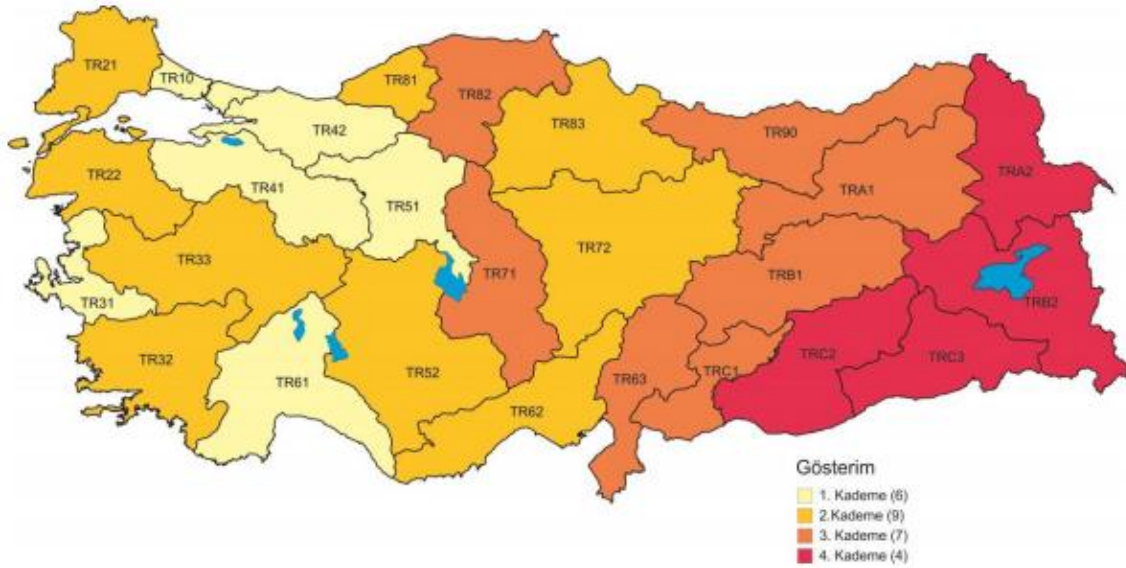
Şekil 8. Gelir düzeyine göre bölgesel sınıflama

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2014, s. 96

Ayrıca, BGUS Türkiye'nin üç geleneksel büyük şehir olan İstanbul, Ankara ve İzmir ile birlikte Bursa ve Adana-Mersin şehirlerini (TR62 Bölgesi) metropoller arasında saymıştır. Metropol merkezle sıkı gündelik ilişkileri bulunan, işlevleri bakımından önemli ölçüde süreklilik veya coğrafi yakınlık arz eden, ilgili metropolün ekonomik, sosyal ve idari çekim alanından önemli ölçüde etkilenen şehirler metropollerle birlikte "büyük kent bölgeler" oluşturmaktadır. (Kalkınma Bakanlığı, 2014, s. 103) Bu çerçevede çalışmada "Adana-Mersin'in Gaziantep ve İskenderun gibi önemli merkezlerle bütünleşmesi ise, Doğu Akdeniz Havzasında yeni bir çekim alanı oluşturarak ülke genelinde yerleşim sisteminin daha dengeli hale gelmesine hizmet edecektir." ifadesine yer verilmiştir.

Türkiye'deki gelişmişlik farklarının ortaya koyulması için Kalkınma Bakanlığı tarafından 2011 yılında hazırlanan Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endeksi (SEGE) çalışması yayımlanmıştır. Çalışmada demografi, eğitim, sağlık, istihdam, rekabetçi ve yenilikçi kapasite, mali kapasite, erişilebilirlik ile yaşam kalitesi olmak üzere 8 alt kategoride 61 değişken kullanılarak Düzey 2 bölgeleri ve Düzey 3 bölgelerinin (illerin) gelişmişlik düzeylerini belirlenmiştir.

SEGE-2011 çalışmasına göre dört kademede ele alınan Düzey 2 bölgelerinin gelişmişlik düzeyleri aşağıdaki haritada gösterilmiştir. “TR62 Bölgesi” bu dört kademededen en gelişmiş ikinci kademe Düzey 2 bölgeleri arasında yer almıştır.



Şekil 9. Düzey 2 bölgelerinin gelişmişlik düzeyi

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2013, s. 78

SEGE-2011 çalışmasına göre altı kademede ele alınan Düzey 3 bölgelerin (illerin) gelişmişlik düzeyleri aşağıdaki haritada gösterilmiştir. Türkiye’deki teşvik mekanizması bu çalışmada ortaya koyulan 6 kademeli teşvik sistemini temel almaktadır. Bu gruplamaya göre Adana en gelişmiş ikinci kademe iller arasında yer alırken, Mersin en gelişmiş üçüncü kademe iller arasında yer almıştır.



Şekil 20. İllerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması

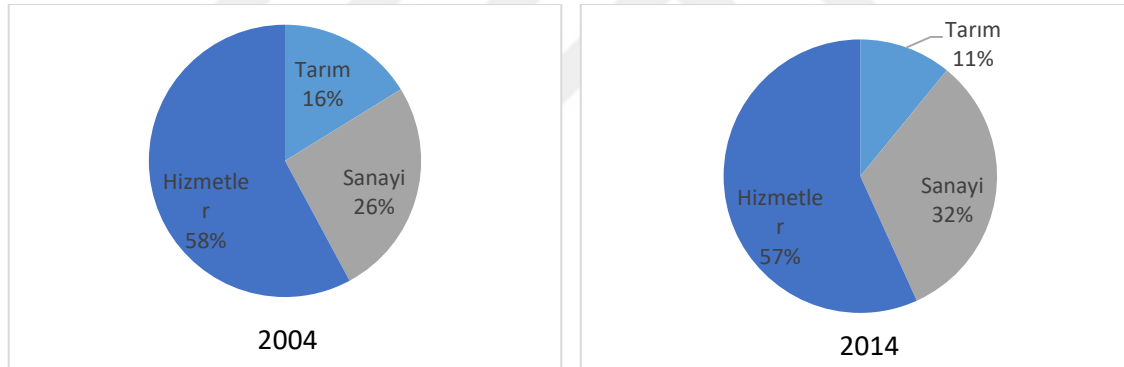
Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2013, s. 52

2.2. TR62 Bölgesi'nin GSYİH Ve Üretim Yapısı

2.2.1. Adana İli GSYİH ve Üretim Yapısı

TÜİK tarafından açıklanan verilere göre 2004 yılında Adana'da üretilen milli gelir 11,6 milyar olup, bu değer 2014 yılında 41,8 milyara yükselmiştir. 2014 yılında Türkiye'de üretilen gayri safi yurtiçi hâsıla ise yaklaşık 2 trilyon TL olarak hesaplanmıştır. 2004 yılında Adana Türkiye'nin milli gelirinin %2,01'ini üretirken 2014 yılına gelindiğinde Adana'nın payı ufak bir artışla %2,05'e yükselmiştir.

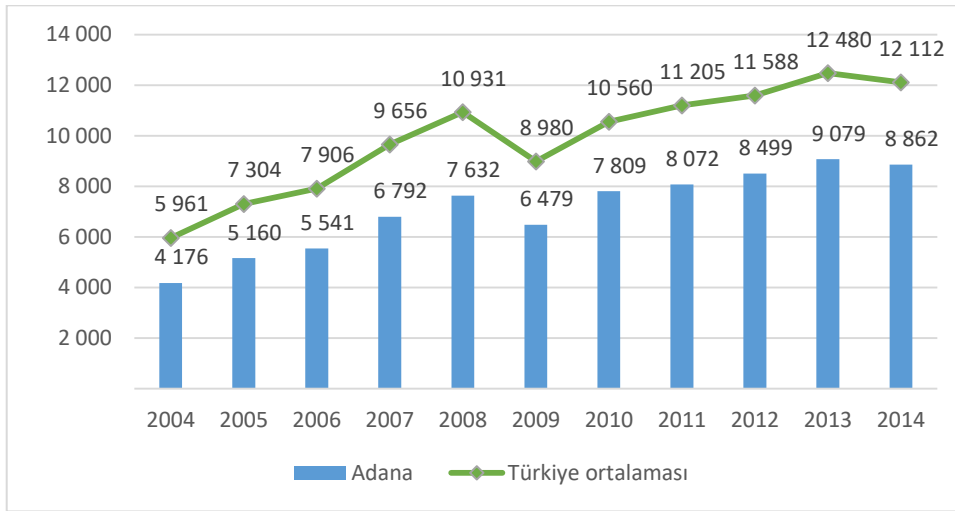
Adana'da üretilen milli gelirin sektörel dağılımı incelendiğinde en yüksek payı hizmetlerin aldığı, bunu sanayinin ve tarımın takip ettiği görülmektedir. 2004-2014 döneminde hizmetler payını koruyarak milli gelirin %57'sini oluşturmaktadır. Aynı dönemde sanayinin payı %26'dan %32'ye yükselirken, tarımın payı %16'dan %11'e gerilemiştir. Bununla birlikte üretim yapısı İzmir, Bursa, Gaziantep gibi şehirlerle kıyaslandığında bu şehirlerde tarımın payının %5 olduğu görülürken, Adana'da tarımın payının %10'un üzerinde olması dikkat çekicidir.



Şekil 11. Adana'da üretilen milli gelirin sektörel dağılımı (2004-2014)

Kaynak: TÜİK, 2016

Aşağıdaki grafikte 2004-2014 yılları arasında Adana ve Türkiye'deki kişi başına düşen milli gelirin gelişimi gösterilmektedir. 2004 yılında Adana'da 4.176 \$ olan kişi başına düşen yurtiçi hâsıla 2014 yılına gelindiğinde 8.862 \$'a yükselmiştir. 2014 yılında Türkiye'de kişi başına düşen yurtiçi hâsıla 12.112 \$ olarak hesaplanmıştır. Adana'da kişi başına düşen milli gelirin küresel gelişmelere paralel olarak dalgalanmakla birlikte yükselme trendinde olduğu izlenmektedir. Ancak nüfus olarak Türkiye'nin 6. büyük kenti olan ve ülkenin ilk sanayileşen şehirleri arasında yer alan Adana'nın Türkiye ortalamasını yakalayamadığı göze çarpmaktadır.



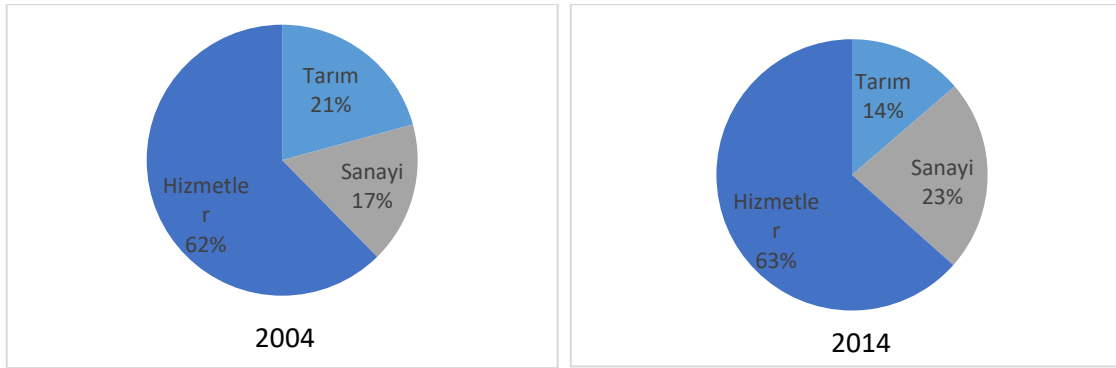
Şekil 12. Adana'da kişi başına düşen GSYH (\$)

Kaynak: TÜİK, 2016

2.2.2. Mersin İli GSYİH ve Üretim Yapısı

TÜİK tarafından açıklanan verilere göre 2004 yılında Mersin'de üretilen milli gelir 10,3 milyar olup, bu değer 2014 yılında 36,4 milyara yükselmiştir. 2014 yılında Türkiye'de üretilen gayri safi yurtiçi hâsıla ise yaklaşık 2 trilyon TL olarak hesaplanmıştır. 2004 yılında Mersin Türkiye'nin milli gelirinin %1,79'unu üretirken 2014 yılına gelindiğinde Mersin'in payı ufak bir azalışla %1,78'e gerilemiştir.

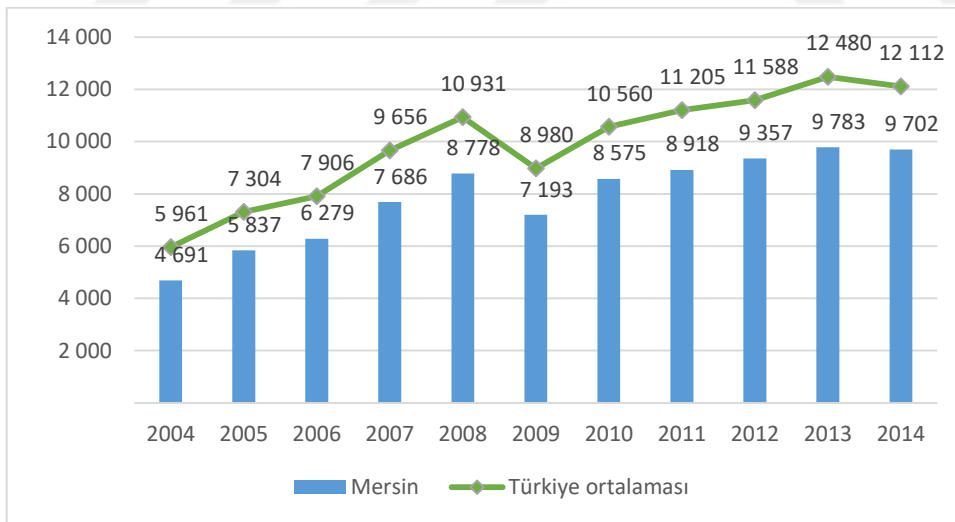
Mersin'de üretilen milli gelirin sektörel dağılımı incelendiğinde 2014 yılında en yüksek payı hizmetlerin aldığı, bunu sanayinin ve tarımın takip ettiği görülmektedir. Ancak 2004 yılında tarımın payının sanayinin payından daha yüksek olduğu ve zaman içinde kentteki üretimin sanayiye kayan şekilde bir dönüşüm geçirdiği izlenmektedir. 2004-2014 döneminde hizmetler payını koruyarak milli gelirin %63'ünü oluşturmaktadır. Aynı dönemde sanayinin payı %17'den %23'e yükselirken, tarımın payı %21'den %14'e gerilemiştir. Bununla birlikte üretim yapısı İzmir, Bursa, Gaziantep gibi şehirlerle kıyaslandığında bu şehirlerde tarımın payının %5 olduğu görülürken, Mersin'de tarımın payının %14 olması dikkat çekicidir.



Şekil 33. Mersin'de üretilen milli gelirin sektörel dağılımı (2004-2014)

Kaynak: TÜİK

Aşağıdaki grafikte 2004-2014 yılları arasında Mersin ve Türkiye'deki kişi başına düşen milli gelirin gelişimi gösterilmektedir. 2004 yılında Mersin'de 4.691 \$ olan kişi başına düşen yurtiçi hâsıla 2014 yılına gelindiğinde 9.702 \$'a yükselmiştir. 2014 yılında Türkiye'de kişi başına düşen yurtiçi hâsıla 12.112 \$ olarak hesaplanmıştır. Mersin'de kişi başına düşen milli gelirin küresel gelişmelere paralel olarak dalgalanmakla birlikte yükselme trendinde olduğu izlenmektedir. Ancak Mersin'deki kişi başına gelir Türkiye ortalamalarının üzerine çıkamamıştır.



Şekil 14. Mersin'de kişi başına düşen GSYH (\$)

Kaynak: TÜİK

2.3. İşgücü Göstergeleri

2.3.1. Adana İli İşgücü Göstergeleri

İl bazında verilerin en son yayımlandığı 2013 yılı verilerine göre Adana'da işgücüne katılma oranı %49,9, istihdam oranı %43,3 ve işsizlik oranı da %13,2'dir. Türkiye'de ise işgücüne katılma oranı %50,8, istihdam oranı %45,9 ve işsizlik oranı da %9,7'dir.

Adana 2009 ve 2010 yıllarında Türkiye'deki en yüksek işsizlik oranına sahip il olmuştur. Küresel krizin etkisinin yüksek oranda hissedildiği Adana'nın işgücü piyasasının krizlere karşı oldukça duyarlı olduğu söylenebilir. 2013 yılında işsizlik oranı %13,2'ye düşerek bir miktar iyileşme göstermekle birlikte Adana 81 il içerisinde 9'ncu sırada yer almıştır. İşgücüne katılma ve istihdam oranları incelendiğinde ise Adana'nın Türkiye ortalamalarının gerisinde kaldığı görülmektedir. İşgücüne katılma oranı en yüksek %50,9 ile 2010 yılında gerçekleşirken, istihdam oranı %44,3 ile 2011 yılında gerçekleşmiştir.

Tablo 9.

Adana ve Türkiye İşgücü Göstergeleri

	İşgücüne Katılma					
	Oranı		İşsizlik Oranı		İstihdam Oranı	
	Adana	Türkiye	Adana	Türkiye	Adana	Türkiye
2008	45,6	46,9	20,5	11,0	36,2	41,7
2009	49,0	47,9	26,5	14,0	36,0	41,2
2010	50,9	48,8	19,1	11,9	41,2	43,0
2011	50,3	49,9	11,9	9,8	44,3	45,0
2012	48,6	50,0	11,4	9,2	43,1	45,4
2013	49,9	50,8	13,2	9,7	43,3	45,9

Kaynak: TÜİK

2.3.2. Adana İli İstihdamının Sektörel Dağılımı

SGK 2015 yılı verilerine göre Adana'daki sektörler yarattıkları istihdam bakımından sıralandığında perakende ticaret ilk sırayı alırken, bunu bina inşaatı, bina ve çevre düzenleme faaliyetleri, toptan ticaret, eğitim, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı ile tekstil ürünleri imalatı takip etmektedir.

Türkiye’de işyeri sayısı ve istihdam sayısı en yüksek olan imalat sanayi sektörleri gıda ürünleri imalatı, giyim eşyaları imalatı ve fabrikasyon metal ürünler imalatıdır. Bu sektörleri işyeri sayısı açısından mobilya imalatı takip ederken, istihdam sayısı açısından tekstil ürünleri imalatı en fazla istihdam yaratan sektörler arasında yer almaktadır.

Türkiye’deki yapıya benzer şekilde Adana’da işyeri sayısı ve istihdam sayısı en yüksek olan imalat sanayi sektörleri arasında gıda ürünleri imalatı ve fabrikasyon metal ürünleri bulunmaktadır. Bunlara ek olarak en fazla işyerine sahip diğer imalat sanayi sektörleri mobilya imalatı ve makine ve ekipman kurulumu ve onarımı olurken, en fazla istihdam yaratan diğer sektörler tekstil ürünleri imalatı, giyim eşyaları imalatı ve kauçuk ve plastik ürünler imalatıdır.



Tablo 10.

Adana'nın İmalat Sanayi Sektörlerine Ait Bilgiler

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Adana		Türkiye	
		İşyeri Sayısı	Sigortalı Sayısı	İşyeri Sayısı	Sigortalı Sayısı
10	Gıda Ürünleri İmalatı	982	9.118	41975	441794
11	İçecek İmalatı	30	1.026	648	15104
12	Tütün Ürünleri İmalatı	0	0	43	3769
13	Tekstil Ürünleri İmalatı	201	11.473	17050	420927
14	Giyim Eşyaları İmalatı	429	5.086	33265	482816
15	Deri Ve İlgili Ürünler İmalatı	98	659	6550	60716
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri Ve Mantar Ür.	212	1.559	10682	66355
17	Kağıt Ve Kağıt Ürünleri İmalatı	58	1.320	2383	51540
18	Kayıtlı Medyanın Basılması Ve Çoğ.	129	576	8317	58783
19	Kok Kömürü Ve Petrol Ürün. İm.	15	117	308	8002
20	Kimyasal Ürünleri İmalatı	133	2.983	4388	74175
21	Eczacılık Ve Ecz.İlişkin Mal.İm.	7	71	342	20405
22	Kauçuk Ve Plastik Ürünler İm.	325	4.627	12756	198187
23	Metalik Olmayan Ürünler İma.	240	3.338	13745	222421
24	Ana Metal Sanayi	172	2.761	7607	149301
25	Fabrik.Metal Ürün. (Mak.Tec.Har)	639	6.278	35379	393638
26	Bilgisayar, Elektronik Ve Optik Ür.	27	143	1661	33431
27	Elektrikli Techizat İmalatı	105	857	5612	130808
28	Makine Ve Ekipman İmalatı	250	2.647	9974	139862
29	Motorlu Kara Taşıtı Ve Römork İm.	66	2.357	3536	173070
30	Diğer Ulaşım Araçları İmalatı	8	206	1169	47961
31	Mobilya İmalatı	505	2.542	21501	164723
32	Diğer İmalatlar	139	631	6317	54619
33	Makine ve Ekipman Kurul. ve Onar.	463	3.907	20633	166330

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu, 2015

2.3.3. Mersin İli İşgücü Göstergeleri

İl bazında verilerin en son yayınlandığı 2013 kayıtlarına göre Mersin’de işgücüne katılma oranı %50,7, işsizlik oranı %12,4 ve istihdam oranı %44,4’ tür. Türkiye’de ise işgücüne katılma oranı %50,8, işsizlik oranı %9,7 ve istihdam oranı %45,9’dur.

2008 yılından 2013 yılına kadarki dönem incelendiğinde, %50,8 ile işgücüne katılma oranının ve %45,9 ile istihdam oranınının 2013 yılında en yüksek değerine ulaştığı görülmektedir. İşsizlik oranı ise %17,6 ile 2009 yılında Türkiye genelinde olduğu gibi bu zaman aralığındaki doruk noktasını görmüştür.

Tablo 11.

Mersin ve Türkiye İşgücü Verileri

	İşgücüne Katılma Oranı		İşsizlik Oranı		İstihdam Oranı	
	Mersin	Türkiye	Mersin	Türkiye	Mersin	Türkiye
2008	49,2	46,9	13,1	11,0	42,8	41,7
2009	54,4	47,9	17,6	14,0	44,8	41,2
2010	55,3	48,8	14,1	11,9	47,5	43,0
2011	53,7	49,9	9,2	9,8	48,7	45,0
2012	51,6	50	9,5	9,2	46,7	45,4
2013	50,7	50,8	12,4	9,7	44,4	45,9

Kaynak: TÜİK

2.3.4. Mersin İli İstihdamının Sektörel Dağılımı

SGK 2015 yılı verilerine göre Mersin’deki sektörler yarattıkları istihdam bakımından sıralandığında bina inşaatı ilk sırayı alırken, bunu perakende ticaret, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, toptan ticaret, bina ve çevre düzenleme faaliyetleri ile eğitim takip etmektedir.

2015 yılı SGK verilerine göre Türkiye’de işyeri sayısı ve istihdam sayısı en yüksek olan imalat sanayi sektörleri gıda ürünleri imalatı, giyim eşyaları imalatı ve fabrikasyon metal ürünler imalatıdır. Bu sektörleri işyeri sayısı açısından mobilya imalatı takip ederken, istihdam sayısı açısından tekstil ürünleri imalatı en fazla istihdam yaratan sektörler arasında yer almaktadır.

Türkiye’deki yapıya benzer şekilde Mersin’de işyeri sayısı ve istihdam sayısı en yüksek olan imalat sanayi sektörleri arasında gıda ürünleri imalatı ve fabrikasyon metal

ürünleri bulunmaktadır. Bunlara ek olarak en fazla işyerine sahip diğer imalat sanayi sektörleri mobilya imalatı ve metalik olmayan ürünler imalatı olurken, en fazla istihdam yaratan diğer sektörler giyim eşyaları imalatı, metalik olmayan ürünler imalatı ve kauçuk ve plastik ürünler imalatıdır.

Tablo 12.

Mersin'in İmalat Sanayi Sektörlerine Ait Bilgiler

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Mersin		Türkiye	
		İşyeri Sayısı	Sigortalı Sayısı	İşyeri Sayısı	Sigortalı Sayısı
10	Gıda Ürünleri İmalatı	1.004	7.562	41975	441794
11	İçecek İmalatı	18	334	648	15104
12	Tütün Ürünleri İmalatı	5	304	43	3769
13	Tekstil Ürünleri İmalatı	85	1.388	17050	420927
14	Giyim Eşyaları İmalatı	211	5.916	33265	482816
15	Deri Ve İlgili Ürünler İmalatı	5	21	6550	60716
16	Ağaç,Ağaç Ürünleri Ve Mantar Ür.	211	1.602	10682	66355
17	Kağıt Ve Kağıt Ürünleri İmalatı	32	1.095	2383	51540
18	Kayıtlı Medyanın Basılması Ve Çoğ.	116	575	8317	58783
19	Kok Kömürü Ve Petrol Ürün. İm.	9	66	308	8002
20	Kimyasal Ürünleri İmalatı	84	1.526	4388	74175
21	Eczacılık Ve Ecz.İlişkin Mal.İm..	2	37	342	20405
22	Kauçuk Ve Plastik Ürünler İm.	255	2.746	12756	198187
23	Metalik Olmayan Ürünler İma.	293	5.736	13745	222421
24	Ana Metal Sanayi	128	1.697	7607	149301
25	Fabrik.Metal Ürün.(Mak.Tec.Har)	524	3.492	35379	393638
26	Bilgisayar, Elektronik Ve Optik Ür.	14	84	1661	33431
27	Elektrikli Techizat İmalatı	53	326	5612	130808
28	Makine Ve Ekipman İmalatı	109	1.276	9974	139862
29	Motorlu Kara Taşıtı Ve Römork İm.	50	1.106	3536	173070
30	Diğer Ulaşım Araçları İmalatı	15	235	1169	47961
31	Mobilya İmalatı	403	1.895	21501	164723
32	Diğer İmalatlar	74	475	6317	54619
33	Makine ve Ekipman Kurul. ve Onar.	272	2.236	20633	166330

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu, 2015

2.3.5. TR62 Bölgesi İşgücü Göstergeleri

2014 ve 2015 TÜİK Bölgesel İşgücü İstatistiklerine göre TR62 Bölgesinde işsizlik oranı 2014 yılında %10,9 iken 2015 yılında bu oran %10'a gerilemiştir. Türkiye geneli işsizlik oranlarına bakıldığında 2014 yılında Türkiye geneli işsizlik oranı %10,1 iken 2015 yılında bu oran %10,5'e yükselmiştir. 2014 yılından 2015 yılına gelindiğinde Türkiye genelinde işsizlik oranı artarken TR62 bölgesinde işsizlik oranı düşmüş ve Türkiye geneli işsizlik oranının altında kalmıştır.

2014 ve 2015 yılları işgücüne katılma oranı ve istihdam oranı verilerine göre, TR62 Bölgesi Türkiye ortalamasının gerisinde kalmıştır. Ancak 2014 yılından 2015 yılına gelindiğinde işgücüne katılma oranında ve istihdam oranında artış olduğu görülmektedir.

Tablo 13.

TR62 ve Türkiye İstihdam Göstergeleri

	İşgücüne Katılma Oranı		İşsizlik Oranı		İstihdam Oranı	
	TR62	Türkiye	TR62	Türkiye	TR62	Türkiye
2014	53.3	55.1	10.9	10.1	47.5	49.5
2015	54.7	56.1	10	10.5	49.2	50.2

Kaynak: TÜİK

İstihdamın sektörel dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Buna göre, Türkiye'deki istihdamın %21,1'i tarım, %27,9'u sanayi ve %51'i ise hizmetler sektörüne ait iken, TR62 Bölgesi'nde tarımın payı Türkiye ile aynı değer olan %21,1, sanayinin payı %23,8 ve hizmetlerin payı da %55,2 olarak gerçekleşmiştir. Bölge Türkiye'ye görece daha fazla hizmetler sektörü ağırlıklı bir işgücü piyasasına sahiptir. Metropol şehirlerden oluşan TR10 İstanbul, TR51 Ankara ve TR31 İzmir düzey2 bölgeleri ile Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi'nde potansiyel metropol bölge olarak tanımlanan TR62 Çukurova Bölgesi kıyaslandığında TR62 bölgesi ekonomisi içinde tarımın payının çok yüksek olduğu göze çarpmaktadır.

Tablo 14.

İstihdamın Sektörel Dağılımı

	Toplam İstihdam (Bin Kişi)	Tarım (Bin Kişi)	Sanayi (Bin Kişi)	Hizmetler (Bin Kişi)	Tarım Pay (%)	Sanayi Pay (%)	Hizmetler Pay (%)
İstihdam	25.933	5.470	7.227	13.235	21,1	27,9	51,0
TR62 Bölgesi	1.247	263	297	688	21,1	23,8	55,2
TR62\TR(%)	4,8	4,8	4,1	5,2			

Kaynak: TÜİK, 2014

2.4. Dış Ticaret**2.4.1. Adana İli İhracatı**

TÜİK kayıtlarına göre 2015 yılında Adana'nın toplam ihracatı yaklaşık 1 milyar 683 milyon dolardır. Türkiye'nin ihracatı 2009 yılı ile karşılaştırıldığında %41 oranında artarken, Adana'nın ihracatı %48 oranında artmıştır. Bu zaman aralığında Adana'nın Türkiye ihracatından aldığı pay ise %1,11'den %1,17'e çıkarak, neredeyse aynı seviyede kalmıştır.

Adana ihracatının sektörel dağılımı incelendiğinde tekstil ürünleri (%20), kimyasal madde ve ürünler (%16), gıda ürünleri ve içecek (%16), tarım ve hayvancılık (%12), motorlu kara taşıtı ve römorklar (%8), plastik ve kauçuk ürünler (%5) ilk sıralarda yer almaktadır.

Tablo 15.

Adana'nın En Fazla İhracat Yaptığı Sektörler

SEKTÖRLER	İHRACAT (\$)	PAYI (%)
Tekstil Ürünleri	337.014.589	20
Kimyasal Madde Ve Ürünler	267.008.912	16
Gıda Ürünleri Ve İçecek	263.810.515	16
Tarım Ve Hayvancılık	209.765.486	12
Motorlu Kara Taşıtı Ve Römorklar	126.847.287	8
Plastik ve Kauçuk Ürünleri	76.978.461	5
Diğer	402.071.745	24
Toplam	1.683.496.995	100

Kaynak: TÜİK, 2015

2015 yılında Adana'nın ihracat yaptığı ülkeler arasında %1'in üstünde paya sahip olanların sayısı 23'tür. Adana'nın ihracatında Irak'ın (%16) açık ara en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. En fazla ihracat yapılan diğer ülkeler ve ihracattan aldıkları paylar sırasıyla Almanya (%9), Rusya (%7), ABD (%6), İspanya (%5), Suriye (%4) ve İtalya (%4)'dür. Adana'nın son üç yılda ihracat yaptığı ülkeler değerlendirildiğinde Irak ve Almanya'nın sıralarını koruduğu ve en büyük ihracat partnerlerinin değişmediği tespit edilmiştir.

Tablo 16.

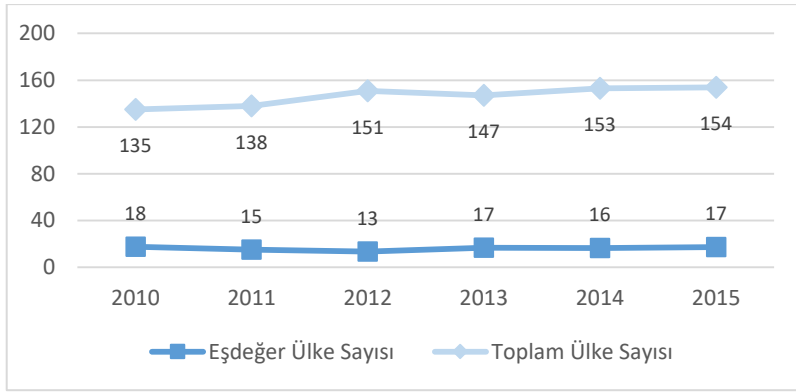
Adana'nın En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler

ÜLKELER	İHRACAT (\$)	PAY %
Irak	270.610.419	16
Almanya	150.964.710	9
Rusya	109.731.529	7
ABD	96.644.367	6
İspanya	90.375.352	5
Suriye	69.040.491	4
İtalya	62.981.863	4
Diğer	833.148.264	49
Toplam	1.683.496.995\$	100

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri, 2015

2.4.1.1. Adana İli İhracatında Eşdeğer Ülke Sayısı

Sektörlerin ihracat kapasitesi haricinde illerin dış ticaret hacmi açısından bir diğer önemli nokta ihracat yapılan ülkelerin çeşitliliğidir. Bir ilin pazar çeşitliliğinin fazla olması, o ilin ihracat gücünün ihracat pazarlarındaki dalgalanmalara karşı duyarlılığını azaltacaktır. Adana'nın ihracat gelişimine bakıldığında, 2010 yılında 135 ülkeye ihracat gerçekleştirilirken 2015 yılında ülke sayısının 154'e yükseldiği görülmektedir. Bu artışın ihracatta pazar çeşitliliğini göstermesi açısından anlamlı olup olmadığını tespit edebilmek için ilin ihracatında kritik öneme sahip ülke endeks değerini ifade eden eşdeğer ülke sayısı hesaplanmıştır. 2010 yılında 18 olan eşdeğer ülke sayısı 2015 yılında 17'ye düşmüştür. Bu durum Adana'nın ihracatının belirli pazarlarda yoğunlaşmasını sürdürdüğünü ve olası ekonomik ya da siyasi krizler karşısında il ihracatının kırılğanlığının azalmadığını göstermektedir.



Şekil 45. Adana ihracatta kritik öneme sahip olan ülke sayıları

Kaynak: TÜİK, 2015

2.4.2. Adana İli İthalatı

2015 yılında Adana'nın toplam ithalatı yaklaşık 2 milyar 048 milyon dolardır. Adana'nın ithalatı 2009 yılı ile karşılaştırıldığında %21 oranında artarken, Türkiye'nin ithalatı aynı dönemde %47 oranında artmıştır. Bu zaman aralığında Adana'nın Türkiye ithalatından aldığı pay %1,20'den %0,99'a düşmüştür.

Adana ithalatının sektörel dağılımı incelendiğinde kimyasal madde ve ürünler (%42), tarım ve hayvancılık (%12), başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat (%8), motorlu kara taşıtı ve römorklar (%7), tekstil ürünleri (%6), ana metal sanayi ürünleri (%5), gıda ürünleri ve içecek (%4) olarak dağılım göstermektedir.

Tablo 17.

Adana'nın En Fazla İthalat Yaptığı Sektörler

SEKTÖRLER	İTHALAT (\$)	PAY (%)
Kimyasal madde ve ürünler	856.452.219	42
Tarım ve hayvancılık	250.620.478	12
Motorlu kara taşıtı ve römorklar	156.482.601	8
BYS makine ve teçhizat	134.417.534	7
Tekstil ürünleri	117.611.968	6
Ana metal sanayi	103.146.910	5
Gıda ve içecek	75.786.333	4
Diğer	353.844.092	17
Toplam	2.048.362.135	100

Kaynak: TÜİK, 2015

Adana'nın ithalat yaptığı ülkelerin başında Çin (%12) ve Suudi Arabistan (%8) gelmektedir. Bu ülkeleri sırasıyla ABD (%6), Güney Kore (%6), Hindistan (%5), Hollanda (%4) ve Almanya (%4) izlemektedir. Son 4 yılda Adana'nın ithalat yaptığı ülkeleri değerlendirdiğimizde listede ilk 6 içerisinde yer alan Japonya ve İsrail'in yerini 2015 yılında üst sıraya yerleşen Güney Kore ve Hindistan'ın aldığı görülmüştür.

Tablo 18.

Adana İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı

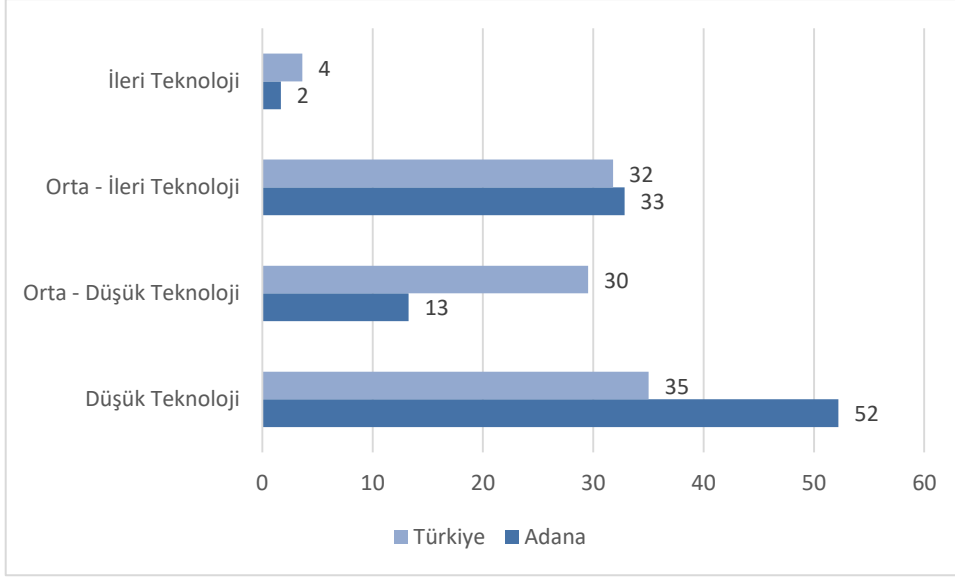
ÜLKE ADI	MİLYON (\$)	PAY (%)
Çin	245.358.089	12
Suudi Arabistan	173.673.995	8
ABD	125.908.021	6
Güney Kore	119.239.485	6
Hindistan	108.095.014	5
Hollanda	89.714.329	4
Almanya	89.173.278	4
Diğer	1.097.199.924	54
Toplam	2.048.362.135	100

Kaynak: TÜİK, 2015

2.4.3. Adana İli Dış Ticaretinin Teknoloji Düzeyi

2015 yılında Adana'dan gerçekleştirilen ihracatın %85'i ve ithalatın %87'si imalat sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. Türkiye ihracatının içinde sanayinin payı yaklaşık %93 iken, ithalatının içinde sanayinin payı yaklaşık %80 olarak kaydedilmiştir. 2010 yılında Adana'nın ihracatı ve ithalatı içinde sanayinin payı %85'dir. Son 6 yılda Adana ihracatının içinde sanayinin payı aynı kalırken, ithalatının içinde sanayinin payı %2 artmıştır.

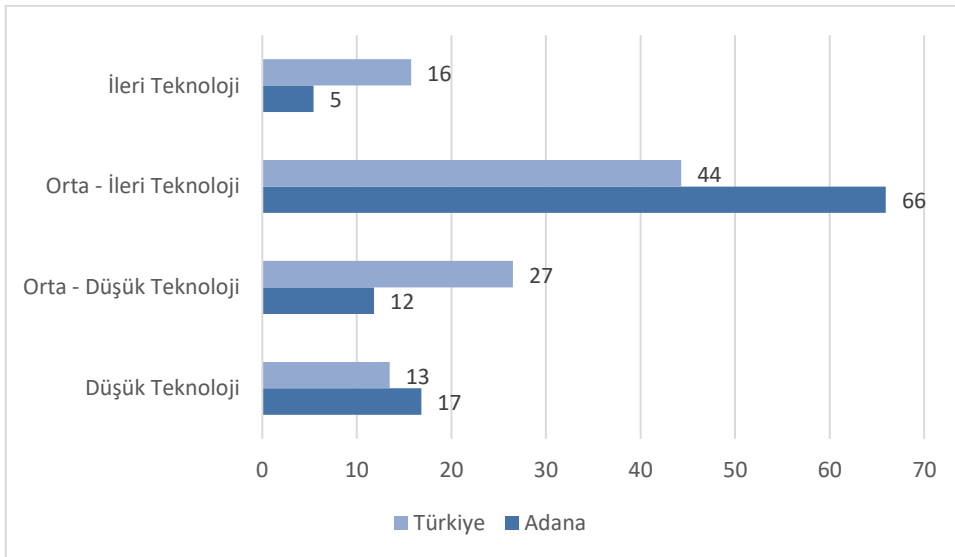
İlin ticaretinde imalat sanayinin önemli bir yer tutması nedeniyle, dış ticaretin teknoloji düzeyi önem kazanmaktadır. Adana'nın dış ticaretinin teknoloji düzeyi incelendiğinde, ilin en fazla orta-ileri teknolojili ürün ithal etmesine karşın ihracatının yarısının düşük teknolojili ürünlerden oluşmaktadır.



Şekil 16. Adana ve Türkiye ihracatının teknoloji düzeyi (%)

Kaynak: TÜİK, 2015

2015 yılı verilerine göre Türkiye ihracatının %4'ü ileri teknoloji ürünlerden oluşurken, bu ürünlerin Adana ihracatı içindeki payı yalnızca %2 seviyesindedir. Türkiye'den yapılan ihracatın yaklaşık üçte biri düşük teknoloji ürün grubunda yer alırken, Adana'dan yapılan ihracatın yarısı düşük teknoloji ürünlerden oluşmaktadır. Orta-ileri teknoloji ürünlerin ihracatında Adana, Türkiye geneline benzer bir performans sergilerken, orta-düşük teknoloji ürünler Adana ihracatında %13 oranında yer tutarken Türkiye'de %30 oranındadır.



Şekil 17. Adana ve Türkiye ithalatının teknoloji düzeyi (%)

Kaynak: TÜİK, 2015

2015 yılı ithalat verilerine göre Adana'nın yurtdışından ithal ettiği ürünlerin %66'sı orta ileri teknoloji ürünlerden oluşmaktadır. Bunu %17 ile düşük teknoloji ürünler ve %12 ile orta-düşük teknoloji ürünler takip ederken, ileri teknoloji ürün ithalatının oranı %5 olarak gerçekleşmiştir.

2.4.4. Mersin İli İhracatı

TÜİK kayıtlarına göre 2015 yılında Mersin'in toplam ihracatı yaklaşık 1 milyar 407 milyon dolardır. Mersin'in ihracatı 2009 yılı ile karşılaştırıldığında %34 oranında artarken, Türkiye'nin ihracatı %41 oranında artmıştır. Bu zaman aralığında Mersin'in Türkiye ihracatından aldığı pay ise %1,03'ten %0,98'ye gerilemiştir.

Mersin ihracatının sektörel dağılımı incelendiğinde tarım ve hayvancılık (%45), gıda ürünleri ve içecek (%22), başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat (%5), plastik madde ve ürünler (%4), kimyasal madde ve ürünler (%4) ve metal eşya sanayi (%4) ilk sıralarda yer almaktadır.

Tablo 19.

Mersin'de En Fazla İhracat Yaptığı Sektörler ve Payları

SEKTÖRLER	İHRACAT (\$)	PAY (%)
Tarım ve hayvancılık	630.552.718	45
Gıda ve içecek	315.943.386	22
BYS makine ve teçhizat	69.228.189	5
Plastik ve kauçuk	63.106.131	4
Kimya	60.234.196	4
Metal eşya	49.644.392	4
Diğer	630.552.718	16
Toplam	1.407.322.556	100

Kaynak: TÜİK, 2015

2015 yılında Mersin'in ihracat yaptığı ülkeler arasında %1'in üstünde paya sahip olanların sayısı 24'tür. Mersin'in ihracatında Irak'ın (%24) açık ara en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. En fazla ihracat yapılan diğer ülkeler ve ihracattan aldıkları paylar sırasıyla Rusya (%10), Suriye (%9), Almanya (%3), KKTC (%3) ve Ukrayna (%3)'dür. Mersin'in son dört yıldaki ihracat partnerleri değerlendirildiğinde Irak'ın ilk sırayı

koruduğu, üst sırada yer alan Almanya'nın gerileyerek 4. sıraya düştüğü ve yerini Rusya'ya bıraktığı; İtalya, İspanya ve ABD'nin de yerini Suriye, Ukrayna ve KKTC'ye bıraktığı gözlemlenmektedir.

Tablo 20.

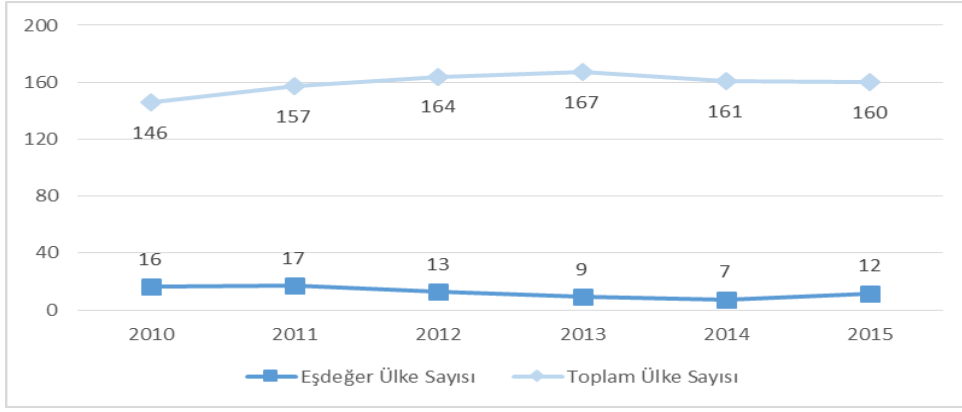
Mersin'in En Fazla İhracat Yaptığı Ülkeler ve Payları

ÜLKELER	İHRACAT (\$)	PAY (%)
Irak	335.731.756	24
Rusya	142.223.512	10
Suriye	121.217.165	9
Almanya	48.006.620	3
KKTC	39.646.407	3
Ukrayna	38.550.553	3
Diğer	681.946.543	48
Toplam	1.407.322.556	100

Kaynak: TÜİK, 2015

2.4.4.1. Mersin İli İhracatında Eşdeğer Ülke Sayısı

Sektörlerin ihracat kapasitesi haricinde ilin dış ticaret hacmi açısından bir diğer önemli nokta ilin ihracat yaptığı ülkelerin çeşitliliğidir. Bir ilin pazar çeşitliliğinin fazla olması, o ilin ihracat gücünün ihracat pazarlarındaki dalgalanmalara karşı duyarlılığını azaltacaktır. Mersin ilinin ihracat gelişimine bakıldığında 2010 yılında 146 ülkeye ihracat gerçekleştirilirken, 2015 yılında ülke sayısının 160'a yükseldiği görülmektedir. Bu artışın ihracatta pazar çeşitliliğini göstermesi açısından anlamlı olup olmadığını tespit edebilmek için ilin ihracatında kritik öneme sahip ülke endeks değerini ifade eden eşdeğer ülke sayısı hesaplanmıştır. 2010 yılında 16 olan eşdeğer ülke sayısı 2015 yılında 12'ye düşmüştür. Bu durum Adana'nın ihracatının belirli pazarlarda yoğunlaşmasını sürdürdüğünü ve olası ekonomik ya da siyasi krizler karşısında il ihracatının kırılganlığının azalmadığını göstermektedir.



Şekil 58. Mersin'in ihracatında kritik öneme sahip olan ülke sayıları

Kaynak: TÜİK, 2015

2.4.5. Mersin İli İthalatı

2015 yılında Mersin'in toplam ithalatı yaklaşık 1 milyar 418 milyon dolardır. 2009 yılı ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin ithalatı %47 oranında artarken Mersin'in ithalatı Türkiye ortalama artışının üstünde seyrederek %72 oranında artmıştır. Bu zaman aralığında Mersin'in Türkiye ithalatından aldığı pay %0,49'dan %0,57'ye yükselmiştir.

Mersin ithalatının sektörel dağılımı incelendiğinde tarım ve hayvancılık (%46), gıda ürünleri ve içecek (%18), kimyasal madde ve ürünler (%9), kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar (%8), başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat (%5) ve ana metal sanayi (%3) olarak dağılım göstermektedir.

Tablo 21.

Mersin'in En Fazla İthalat Yaptığı Sektörler ve Payları

SEKTÖRLER	İTHALAT (\$)	PAY (%)
Tarım ve hayvancılık	546.717.633	46
Gıda ürünleri ve içecek	216.090.695	18
Kimyasal madde ve ürünler	102.062.865	9
Kok kömürü, raf. ed. petrol ür. ve nükleer yakıtlar	93.562.331	8
BYS makine ve teçhizat	57.473.510	5
Ana Metal San.	35.136.547	3
Diğer	138.456.257	12
Toplam	1.189.499.838	100

Kaynak: TÜİK, 2015

2015 yılı itibariyle, Mersin'in en fazla ithalat yaptığı ülkelerin başında Rusya (%15), Kanada (%13), Çin (%11), Bosna Hersek (%5), Hindistan (%5), Ukrayna (%4), ABD (%4) ve Meksika (%4) gelmektedir. 2012 yılından 2015 yılına gelindiğinde en fazla ithalat yapılan ülkeler sıralamasında İsrail, İtalya, Yunanistan gibi ülkelerin yerini Kanada ve Ukrayna'ya bıraktığını söylemek mümkündür. ABD'nin de 2012'de ithalat listesinin başında yer aldığı, 2015 yılına gelindiğinde ise 7. sıraya gerilediği görülmektedir.

Tablo 22.

Mersin İthalatının Ülkelere Göre Dağılımı ve Payları

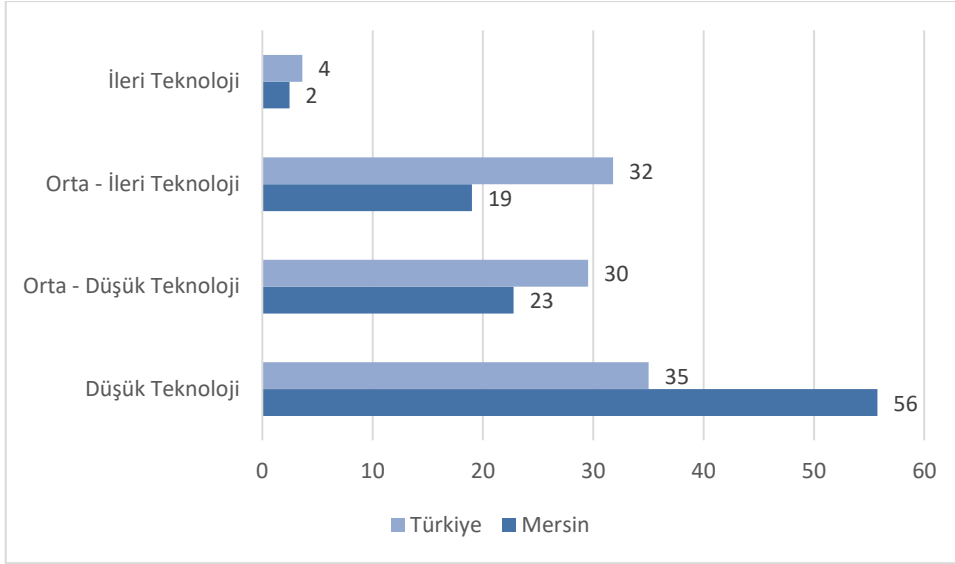
ÜLKE ADI	İTHALAT (\$)	PAY (%)
Rusya	177.588.655	15
Kanada	156.788.473	13
Çin	130.168.400	11
Bosna Hersek	60.120.181	5
Hindistan	54.859.366	5
Ukrayna	51.325.778	4
ABD	47.606.620	4
Meksika	47.045.590	4
Diğer	463.996.775	39
Toplam	1.189.499.838	

Kaynak: TÜİK, 2015

2.4.6. Mersin İli Dış Ticaretinin Teknoloji Düzeyi

2015 yılında Mersin'den gerçekleştirilen ihracatın %51'i ve ithalatın da %53'ü imalat sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. 2010 yılında ise Mersin'den gerçekleştirilen ihracatın %51'i ve ithalatın %65'i imalat sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. Son 6 yılda Mersin ihracatının içinde sanayinin payı aynı kalırken, ithalatının içinde sanayinin payı %12 azalmıştır. 2015 yılında Türkiye'de ihracatının içinde sanayinin payı yaklaşık %93 iken, ithalatının içinde sanayinin payı yaklaşık %80 olarak kaydedilmiştir.

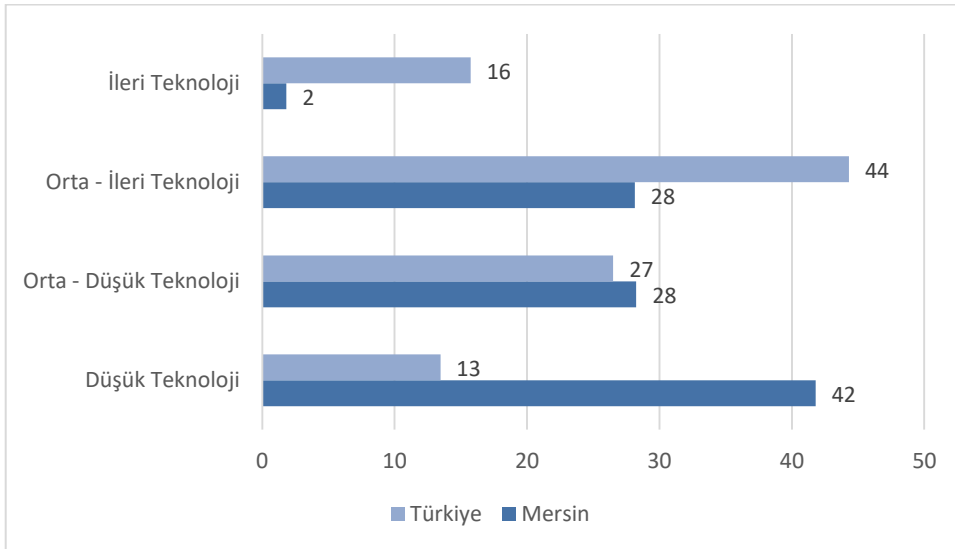
İlin ticaretinde imalat sanayinin önemli bir yer tutması nedeniyle, dış ticaretin teknoloji düzeyi önem kazanmaktadır. Mersin'in dış ticaretinin teknoloji düzeyi incelendiğinde, en fazla düşük teknolojili ürünleri ithal ve ihraç ettiği görülmektedir.



Şekil 19. Mersin ve Türkiye ihracatının teknoloji düzeyi

Kaynak: TÜİK, 2015

Mersin'in ihracatında orta düşük teknolojili ürünler %23'ü, orta ileri teknolojili ürünler %19'u ve ileri teknolojili ürünler %2'yi oluşturmaktadır. Mersin'in ithalatında ise orta düşük teknolojili ürünlerin payı %28 ve orta ileri teknolojili ürünlerin payı %28 iken ileri teknolojili ürünlerin payı %2'dir. Yüksek teknolojili ürünler Türkiye'nin ihracatında %4 ve ithalatında %16 oranında yer tutarken, Mersin'in dış ticaretinde yüksek teknolojili ürünlerin payı %2 düzeyindedir.



Şekil 60. Mersin ve Türkiye ithalatının teknoloji düzeyi

Kaynak: TÜİK, 2015

BÖLÜM III

TR62 BÖLGESİ SEKTÖREL REKABET ANALİZLERİ

3.1. Yöntem

İllerde veya bölgelerde yer alan rekabetçi sektörlerin belirlenmesinde birçok farklı niceliksel yöntem kullanılmaktadır. Bunlardan bazıları Herfindahl Hirschman (H-H) endeksi, yoğunlaşma katsayısı, değişim payı (shift-share) analizi, girdi-çıkıtı analizi, üç yıldız yöntemi ve açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler analizidir. Rekabet gücü ölçümlerinde firma sayısı, istihdam, ihracat-ithalat, satış hasılatı gibi farklı veri setleri kullanılmaktadır. Bu çalışmada TR62 Bölgesi'nin sektörel rekabet gücü değerlendirilirken istihdam verileri üzerinden yapılan 3 yıldız analizi ve yoğunlaşma katsayısı (LQ) ile ve ihracat verileri üzerinden yapılan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) Endeksi kullanılmıştır. Ayrıca bölgede kritik rol oynayan örnek bir sektör olarak lojistik sektörünün rekabetçilik analizi Elmas Modeli ile gerçekleştirilmiştir.

3 Yıldız Analizi

3 yıldız analizi rekabetçilik düzeyini belirleme ve küme haritalama çalışmalarında sıklıkla kullanılan yöntemlerden biridir. Bu analiz Avrupa Küme Gözlemevi (European Cluster Observatory) tarafından Avrupa Birliği ülkelerinde bölgesel küme tanılama çalışmalarında ve Türkiye'deki kalkınma ajansları tarafından kendi bölgelerindeki rekabetçi sektörlerin belirlenmesi çalışmalarında kullanılmıştır. Analiz kapsamında büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma olmak üzere üç parametre hesaplanmaktadır. Parametrelerinin her biri için bir oran belirlenmekte ve belirlenen bu oranların üzerinde değer alan sektörler bir yıldız verilmektedir. Üç yıldız alan sektörler rekabetçi sektörler olarak değerlendirilirken, yıldız sayısı azaldıkça rekabet gücü de azalmaktadır.

e_i : Analiz edilen alt bölgenin i sektöründeki istihdamı

e_t : Analiz edilen alt bölgenin toplam istihdamı

E_i : Referans alınan üst bölgenin i sektöründeki istihdamı

E_t : Referans alınan üst bölgenin toplam istihdamı

Büyüklik: Analiz edilen alt bölgedeki i sektörünün istihdamının referans alınan üst bölgedeki i sektörünün istihdamı ile kıyaslanmasıdır. Aynı sektöründe faaliyet gösteren firmaların alt bölgede yarattığı istihdamın üst bölgede yaratılan istihdamdan aldığı pay belirlenen eşik değeri geçerse i sektörü bir yıldız almaktadır.

$$\text{Büyüklik: } e_i/E_i$$

Bu çalışmada büyüklik değeri $e_i/E_i \geq 0,01$ ise i sektörüne bir yıldız verilmiştir. Diğer bir deyişle, TR62 Bölgesi illerinde i sektörünün yarattığı istihdamın aynı sektörün Türkiye'deki istihdamına oranı % 1'ü geçmişse sektör bir yıldız almıştır.

Başatlık: Analiz edilen bölgedeki i sektörünün istihdamının aynı bölgedeki tüm sektörlerin yarattığı istihdama oranlanmasıdır. Alt bölgedeki i sektörünün aynı bölgedeki toplam istihdamdan aldığı pay belirlenen eşik değeri geçerse sektör bir yıldız almaktadır.

$$\text{Başatlık: } e_i/e_t$$

Bu çalışmada başatlık değeri $e_i/e_t \geq 0,01$ ise i sektörüne bir yıldız verilmiştir. Diğer bir deyişle, i sektörünün TR62 Bölgesi illerinde yarattığı istihdamın TR62 Bölgesi'nin toplam istihdamına oranı % 1'i geçmişse sektör bir yıldız almıştır.

Uzmanlaşma: Alt bölgedeki i sektörünün istihdamının aynı bölgedeki toplam istihdama oranının, i sektörünün üst bölgedeki referansının aynı üst bölgedeki toplam istihdama orana bölünmesidir. Diğer bir ifadeyle yoğunlaşma katsayısı (**location quotient-LQ**) olarak da bilinen ölçüt i sektörünün alt bölgedeki yoğunluğunun i sektörünün üst bölgedeki yoğunluğuna oranlanması ile elde edilmektedir. LQ değerinin 1'in üzerinde olması i sektörünün alt bölgedeki yoğunluğunun üst bölgedeki yoğunluğundan fazla olduğunu göstermektedir.

$$\text{Uzmanlaşma: } (e_i/e_t)/(E_i/E_t)$$

Uzmanlaşma değeri $(e_i/e_t)/(E_i/E_t) \geq 1$ ise i sektörü bir yıldız alır. Diğer bir deyişle, i sektörünün TR62 Bölgesi illerinde yarattığı istihdamın ilin toplam istihdamından aldığı payın, i sektörünün Türkiye'de yarattığı istihdamın Türkiye'deki toplam istihdamdan aldığı paya oranı 1'den büyükse sektör bir yıldız almıştır.

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA-Revealed Comperative Advantage) Endeksi

Rekabet gücünün belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA-Revealed Comperative Advantage) Endeksi literatüre ilk olarak Liesner (1958) tarafından kazandırılmasına rağmen Balassa (1965) tarafından geliştirilerek geniş çapta kabul görmüştür. Endeks ihracat verileri üzerinden ülkenin veya bölgelerin belli bir mal, mal grubu veya endüstrideki rekabetçilik düzeyine açıklamak için kullanılmaktadır.

$$RCA_{ji} = (X_{ji}/X_{jt}) / (Y_i/Y_t)$$

- RCA_{ji} : j alt bölgesindeki i sektörünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük oranı
 X_{ji} : j alt bölgesindeki i sektörünün ihracat değeri
 X_{jt} : j alt bölgesindeki toplam ihracat değeri
 Y_i : Üst bölgedeki i sektörünün ihracat değeri
 Y_t : Üst bölgedeki toplam ihracat değeri

Yukarıda gösterilen şekilde hesaplanan endeks alt bölgedeki i sektörünün alt bölgenin toplam ihracatı içindeki yoğunluğunun aynı sektörün üst bölgedeki toplam ihracat içindeki yoğunluğuna oranlanması ile bulunmaktadır. Endeksten elde edilen RCA değeri 1'den büyük ise ilgili sektör açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler açısından rekabet gücüne sahip, 1'den küçük ise rekabet gücü düşük olarak yorumlanmaktadır.

Elmas Modeli

Porter'ın elması modeli, elmasın köşelerini oluşturan dört ana unsurun (girdi koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici sektörler, firma stratejisi ve rekabet yapısı) değerlendirilmesi ile gerçekleştirilmektedir. Ek olarak modele devlet ve şans unsurları da dahil edilmektedir.

3.2. İstihdama Göre Rekabetçi Sektörler

Adana ve Mersin'in istihdam verilerine göre rekabetçi sektörleri 3 yıldız analizi ve yoğunlaşma katsayısı (LQ) kullanılarak tespit edilmiştir. Sektörler değerlendirilirken Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) tarafından NACE Rev.2 sınıflamasına göre açıklanan 2015 yılı istihdam verileri ile yapılan analiz ve 2011-2015 yılları arasındaki sektörel performans ele alınmıştır.

3.2.1. Adana İli İstihdama Göre Rekabetçi Sektörler

Adana için 2015 yılı 2 basamaklı NACE Rev.2 sınıflamasına göre Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) tarafından açıklanan istihdam verileri üzerinden üç yıldız analizi yapılmıştır. Üç yıldız alan sektörler, Adana ekonomisi içinde belli bir ağırlığa sahip olan, aynı zamanda Adana'nın Türkiye içinde kayda değer bir paya sahip olduğu ve uzmanlaşma gösterdiği sektörler olarak değerlendirilmektedir. Analizinin büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma parametrelerinin her birinden birer yıldız olmak üzere toplamda üç yıldız alan 19 sektör aşağıdaki tabloda listelenmiştir. Bu sektörler istihdam verileri ile yapılan üç yıldız analizine göre Adana'nın en rekabetçi sektörleridir.

Adana'da üç yıldız alan sektörler uzmanlık parametresine göre sıralandığında bitkisel ve hayvansal üretim, ormancılık ve tomrukçuluk, kimyasal ürünleri imalatı, motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı, tekstil ürünleri imalatı sektörleri ilk sıralarda yer almaktadır.

Adana'da üç yıldız alan sektörler başatlık parametresine göre sıralandığında perakende ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç), bina inşaatı, toptan ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç), tekstil ürünleri imalatı Adana'da en fazla istihdam yaratan başat sektörlerdir.

Tablo 23.

Adana'da İstihdama Göre Üç Yıldız Alan Sektörler

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Adana	Türkiye	Büyük lük	Başat lık	Uzmanla şma
		Sigorta lı sayısı	Sigortalı sayısı			
01	Bitkisel ve Hayvansal Üretim	5.622	113.138	0,05	0,02	2,30
02	Ormancılık ve Tomrukçuluk	4.068	97.820	0,04	0,01	1,92
13	Tekstil Ürünleri İmalatı	11.473	420.927	0,03	0,04	1,26
20	Kimyasal Ürünler İmalatı	2.983	74.175	0,04	0,01	1,86
22	Kauçuk ve Plastik Ürünler İm.	4.627	198.187	0,02	0,02	1,08
33	Makine ve Ekipman Kur. ve On.	3.907	166.330	0,02	0,01	1,09
41	Bina İnşaatı	27.934	1.266.828	0,02	0,09	1,02
42	Bina Dışı Yapıların İnşaatı	8.652	364.592	0,02	0,03	1,10
Toptan ve Per. Tic. ve						
45	Mot.Taşıtlı.On.	5.246	191.019	0,03	0,02	1,27
46	Toptan Tic. (Mot.Taşıtlı.Onar.Hariç)	16.350	661.197	0,02	0,05	1,14
Perakende Tic.						
47	(Mot.Taşıtlı.Onar.Har)	31.418	1.261.913	0,02	0,10	1,15
49	Kara Taşıma. ve Boru Hattı Taşıma.	12.626	564.916	0,02	0,04	1,03
Taşıma. İçin Depolama ve Destek.						
52	Fa.	5.848	238.625	0,02	0,02	1,13
69	Hukuki ve Muhasebe Faaliyetleri	3.078	140.925	0,02	0,01	1,01
80	Güvenlik ve Soruşturma Faaliyet.	7.325	275.425	0,03	0,02	1,23
Bina ve Çevre Düzenleme						
81	Faaliyetleri	19.555	756.506	0,03	0,06	1,20
82	Büro Yönetimi, Büro Desteği Fa.	9.732	402.881	0,02	0,03	1,12
85	Eğitim	15.486	697.049	0,02	0,05	1,03
86	İnsan Sağlığı Hizmetleri	9.523	281.643	0,03	0,03	1,56

Kaynak: www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Dünyada ve ülkemizde ticareti yapılan malların büyük bölümünü sınai mallar oluşturmaktadır. Üretimde de önemli yer tutan imalat sanayi sektörüne daha yakından bakıldığında, 7 sektörün iki yıldız aldığı görülmektedir. Gıda ürünleri, giyim eşyaları, metalik olmayan ürünler ve fabrikasyon metal ürünleri büyüklük ve başatlık parametrelerinden eşik değeri aşarak 2 yıldız almışlardır. Bu sektörler, Adana'da yüksek

istihdam yaratan ve Türkiye içinde Adana'nın %1'in üstünde paya sahip olduğu sektörlerdir.

İçecek, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri, kâğıt ve kâğıt ürünleri ise Adana'da en fazla istihdam yaratan sektörler arasında olmamakla birlikte Adana'nın Türkiye içinde %1'in üstünde paya sahip olduğu ve sektörün Adana ekonomisindeki ağırlığının Türkiye ortalamasını aşarak Adana'nın uzmanlaşma gösterdiği sektörlerdir.

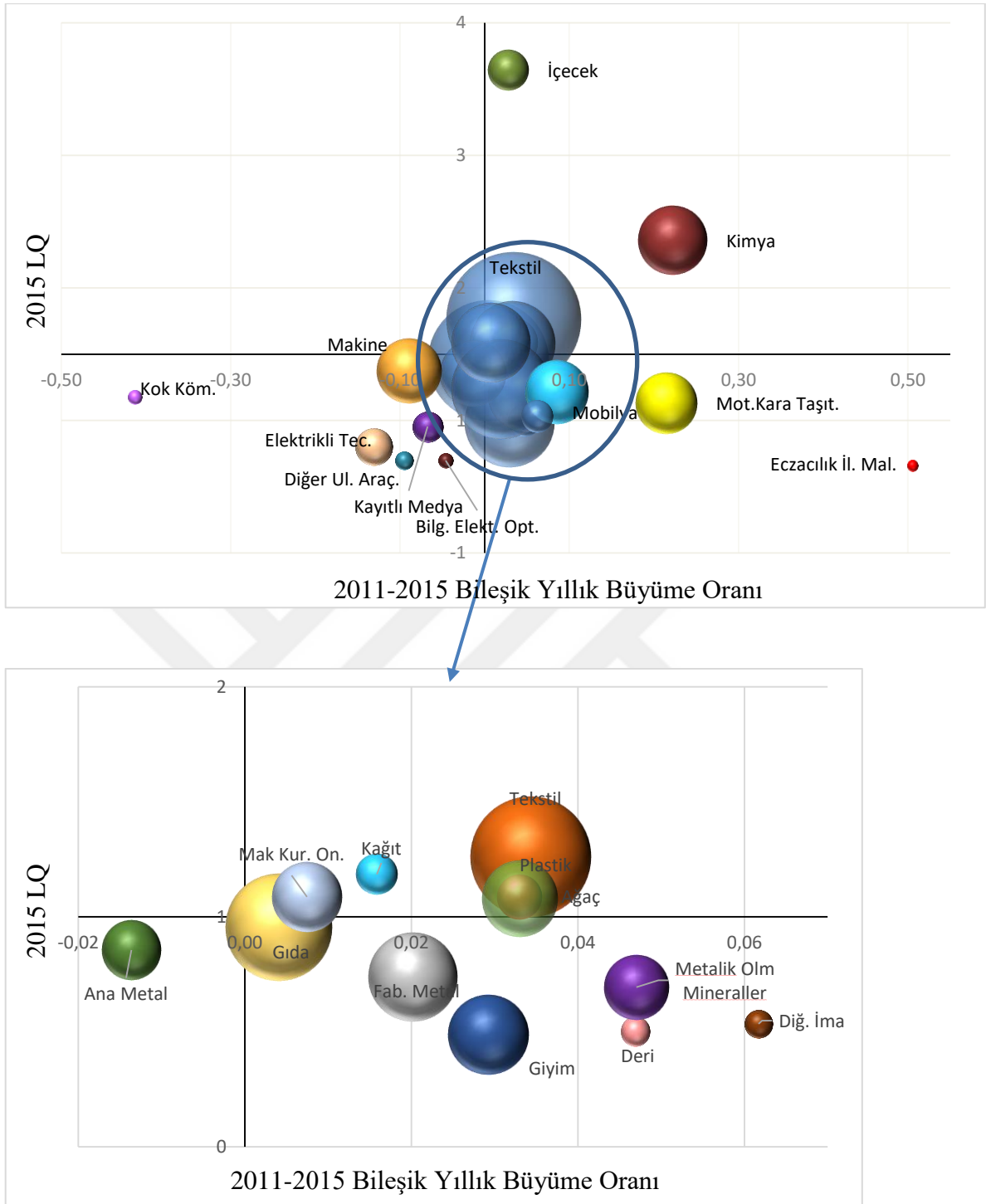
Tablo 24.

Adana'da İmalat Sanayinde İstihdama Göre İki Yıldız Alan Sektörler

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Adana	Türkiye	Büyük lük	Başat lık	Uzmanlaş ma
		Sigortalı sayısı	Sigortalı sayısı			
10	Gıda Ürünleri İmalatı	9.118	441.794	0,02	0,03	0,95
14	Giyim Eşyaları İmalatı	5.086	482.816	0,01	0,02	0,49
23	Metalik Olmayan Ürünler İma. Fabrik. Metal Ürün.	3.338	222.421	0,02	0,01	0,69
25	(Mak.Tec.Har)	6.278	393.638	0,02	0,02	0,74
11	İçecek İmalatı	1.026	15.104	0,07	0,00	3,14
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ür.	1.559	66.355	0,02	0,01	1,09
17	Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İmalatı	1.320	51.540	0,03	0,00	1,18

Kaynak: www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Aşağıdaki grafikte SGK tarafından açıklanan istihdam verileri üzerinden hesaplanan yoğunlaşma katsayıları ile imalat sanayi sektörlerinin 2011-2015 yılları arasındaki performansı detaylı olarak analiz edilmiştir. Dikey eksen 2015 yılı yoğunlaşma katsayısını, yatay eksen bu katsayının 2011-2015 yılları arasındaki ortalama değişimini (bileşik yıllık büyüme oranı), kabarcıkların büyüklükleri ise sektörlerin 2015 yılındaki istihdam büyüklüğünü göstermektedir. Yoğunlaşma katsayısı 1'in üzerinde, diğer bir deyişle yatay eksenin üzerinde olan sektörler Adana için rekabetçi sektörler olarak değerlendirilirken, bunlardan dikey eksenin sağında kalan sektörler zaman içinde yoğunluğunu artıran yükselen sektörlerdir.



Şekil 21. Yoğunlaşma katsayısı

Kaynak: www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

İçecek imalatı, tekstil ürünleri imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı, kimyasal ürünler imalatı, kauçuk ve plastik ürünler imalatı, makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı sektörleri Adana'nın yükselen

rekabetçi sektörleridir. Diğer bir deyişle bu sektörlerin yoğunlaşma katsayıları 1'in üzerinde olup aynı zamanda 2011-2015 yılları arasında yoğunlaşmalarını artırmışlardır.

Tekstil ürünleri imalatı, gıda ürünleri imalatı, fabrikasyon metal ürünleri, giyim eşyaları imalatı istihdam büyüklüğünün Adana'da en yüksek olduğu imalat sanayi sektörleridir. Yoğunlaşması ve hacmi küçük olmakla birlikte son beş yıllık dönemde eczacılık ve eczacılığa ilişkin malların imalatı sektörü %400'ün üzerinde büyüme gerçekleştirmiştir. Kimyasal ürünler imalatı ve motorlu kara taşıtları sektörleri de %100'ün üzerinde büyüme kaydetmiştir.

3.2.2. Mersin İli İstihdama Göre Rekabetçi Sektörler

Mersin için 2015 yılı 2 basamaklı NACE Rev.2 sınıflamasına göre SGK tarafından açıklanan istihdam verileri üzerinden üç yıldız analizi yapılmıştır. Üç yıldız alan sektörler, Mersin ekonomisi içinde belli bir ağırlığa sahip olan, aynı zamanda Mersin'in Türkiye içinde kayda değer bir paya sahip olduğu ve uzmanlaşma gösterdiği sektörler olarak değerlendirilmektedir. Analizinin büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma parametrelerinin her birinden birer yıldız olmak üzere toplamda üç yıldız alan 16 sektör aşağıdaki tabloda listelenmiştir. Bu sektörler istihdam verileri ile yapılan üç yıldız analizine göre Mersin'in en rekabetçi sektörleridir.

Mersin'de üç yıldız alan sektörler uzmanlık parametresine göre sıralandığında kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik, bitkisel ve hayvansal üretim, ormancılık ve tomrukçuluk, taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler ilk sıralarda yer almaktadır.

Mersin'de üç yıldız alan sektörler başatlık parametresine göre sıralandığında bina inşaatı, perakende ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç), toptan ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç), taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler Mersin'de en fazla istihdam yaratan başat sektörlerdir.

Tablo 25.

Mersin 'de İstihdama Göre Üç Yıldız Alan Sektörler

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Mersin Sigortalı sayısı	Türkiye Sigortalı sayısı	Büyük lük	Baş alık	Uzmanl aşma
0 1	Bitkisel ve Hayvansal Üretim	4.927	113138	0,04	0,02	2,56
0 2	Ormancılık ve Tomrukçuluk	3.687	97820	0,04	0,02	2,21
1 0	Gıda Ürünleri İmalatı	7.562	441794	0,02	0,03	1,01
2 3	Metalik Olmayan Ürünler İma.	5.736	222421	0,03	0,02	1,51
3 8	Atık Maddelerin Değerlendirilmesi	2.658	89330	0,03	0,01	1,75
4 1	Bina İnşaatı	28.930	1266828	0,02	0,12	1,34
4 2	Bina Dışı Yapıların İnşaatı	6.837	364592	0,02	0,03	1,10
4 5	Toptan ve Per.Tic.ve Mot.Taşıtl.On.	4.335	191019	0,02	0,02	1,33
4 6	Toptan Tic. (Mot.Taşıtl.Onar.Hariç)	13.828	661197	0,02	0,06	1,23
4 7	Perakende Tic. (Mot.Taşıtl.Onar.Har)	24.277	1261913	0,02	0,10	1,13
4 9	Kara Taşıma.ve Boru Hattı Taşıma.	13.892	564916	0,02	0,06	1,44
5 2	Taşıma.İçin Depolama ve Destek.Fa.	8.327	238625	0,03	0,03	2,05
6 9	Hukuki ve Muhasebe Faaliyetleri	2.791	140925	0,02	0,01	1,16
7 0	İdari Danışmanlık Faaliyetleri	5.618	223754	0,03	0,02	1,47
8 0	Güvenlik ve Soruşturma Faaliyet.	4.694	275425	0,02	0,02	1,00
8 4	Kamu Yön.ve Savunma,Zor.Sos.Güv.	3.497	45728	0,08	0,01	4,49

Kaynak: www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Ticarette ve üretimde önemli yer tutan Mersin'deki imalat sanayi sektörüne daha yakından bakıldığında, 9 sektörün iki yıldız aldığı görülmektedir. Metal cevheri madenciliği, diğer madencilik ve taş ocakçılığı, içecek imalatı, tütün ürünleri imalatı, ağaç ve ağaç ürünleri imalatı, kağıt ve kağıt ürünleri imalatı, kimyasal ürünleri imalatı büyüklük ve uzmanlaşma parametrelerinde eşik değeri aşarak 2 yıldız almışlardır. Bu sektörler, Mersin'in Türkiye içinde %1'in üstünde paya sahip olduğu ve sektörün Mersin ekonomisindeki ağırlığının Türkiye ortalamasını aşarak Mersin'in uzmanlaşma gösterdiği sektörlerdir.

Giyim eşyaları imalatı ile kauçuk ve plastik ürünler imalatı ise büyüklük ve başatlık sektörlerinde eşik değeri aşarak 2 yıldız alan sektörler arasına girmiştir. Bu sektörler, Mersin'de yüksek istihdam yaratan ve Türkiye içinde Mersin'in %1'in üstünde paya sahip olduğu sektörlerdir.

Mersin, tarımda yarattığı istihdam açısından Antalya, İzmir, Adana ve Manisa'nın ardından Türkiye'de 5. sırada yer almaktadır. Ek olarak, Mersin ormancılıkta Adana ve Antalya'nın ardından 3. sırada, tütün ürünleri üretiminde ise İzmir ve Samsun'un ardından 3. sırada bulunmaktadır.

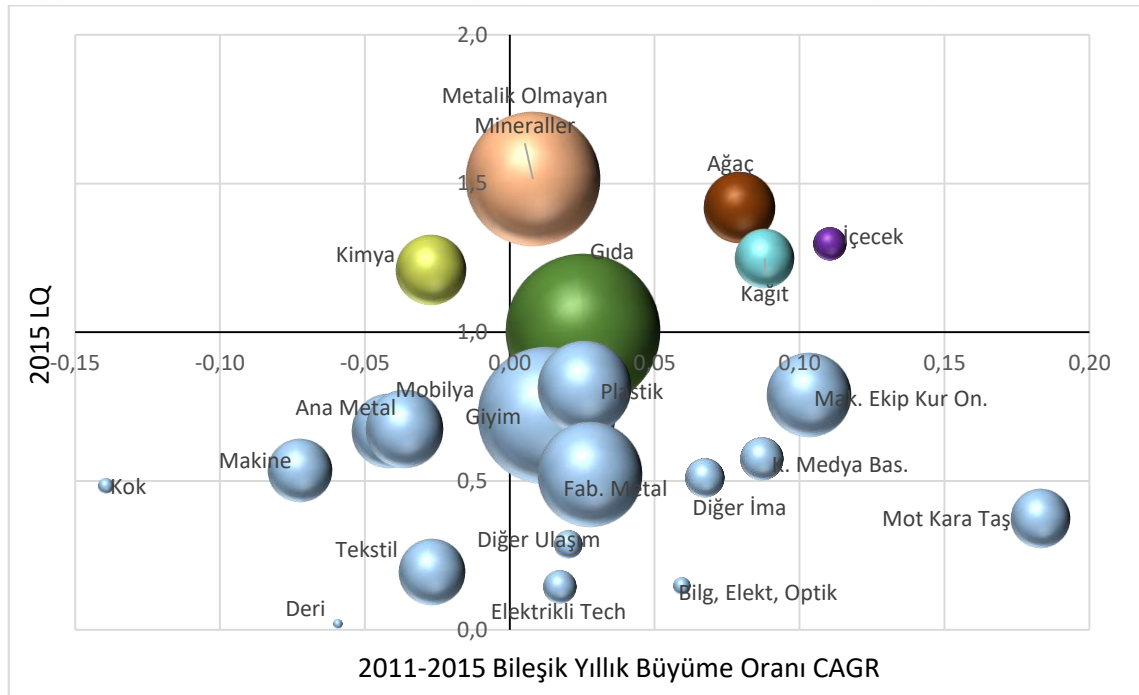
Tablo 26.

Mersin'de İmalat Sanayinde İstihdama Göre İki Yıldız Alan Sektörler

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Mersin		Türkiye		Uzmanlaşma
		Sigortalı sayısı	Sigortalı sayısı	Büyüklük	Başatlık	
07	Metal Cevheri Madenciliği	382	22392	0,02	0,00	1,00
08	Diğer Madencilik ve Taş Ocak.	1.567	59893	0,03	0,007	1,54
11	İçecek İmalatı	334	15104	0,02	0,00	1,30
12	Tütün Ürünleri İmalatı	304	3769	0,08	0,00	4,74
	Ağaç, Ağaç Ürünleri ve					
16	Mantar Ür.	1.602	66355	0,02	0,007	1,42
17	Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İmalatı	1.095	51540	0,02	0,00	1,25
20	Kimyasal Ürünler İmalatı	1.526	74175	0,02	0,006	1,21
14	Giyim Eşyaları İmalatı	5.916	482816	0,01	0,02	0,72
22	Kauçuk ve Plastik Ürünler İm.	2.746	198187	0,01	0,01	0,81

Kaynak: www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Aşağıdaki grafikte SGK tarafından açıklanan istihdam verileri üzerinden hesaplanan yoğunlaşma katsayıları ile imalat sanayi sektörlerinin 2011-2015 yılları arasındaki performansı analiz edilmiştir. Dikey eksen 2015 yılı yoğunlaşma katsayısını, yatay eksen bu katsayının 2011-2015 yılları arasındaki ortalama değişimini (bileşik yıllık büyüme oranı), kabarcıkların büyüklükleri ise sektörlerin 2015 yılındaki istihdam büyüklüğünü göstermektedir. Grafikte yatay eksenin üzerinde kalan ve farklı renklerdeki baloncuklarla gösterilen sektörler yoğunlaşma katsayısı 1'in üzerinde olanlardır. Bu sektörlerden dikey eksenin sağında kalanlar analiz döneminde Mersin'de yoğunlaşmaları artan yükselen sektörler olurken, dikey eksenin solunda kalanlar yoğunlaşmaları azalan durgunlaşan sektörlerdir.



Şekil 72. Yoğunlaşma katsayısı¹

Kaynak: www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

2011-2015 döneminde metalik olmayan mineraller, gıda ürünleri imalatı, ağaç ve ağaç ürünleri imalatı, kağıt ve kağıt ürünleri imalatı ile içecek imalatı Mersin'de yoğunlaşmış ve gelişen sektörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimyasal ürünler imalatı

¹ Gösterim kolaylığı olması amacıyla tütün ürünleri imalatı (LQ 4,74) ile eczacılık ve eczacılığa ilişkin mallar imalatı (LQ 0,11) sektörlerine grafikte yer verilmemiştir.

ise Mersin’de yoğunlaşmış sektörler arasındadır ancak analiz döneminde yoğunlaşma oranı %3 gerileme göstermiştir.

3.3. İhracata Göre Rekabetçi Sektörler

Adana ve Mersin’in ihracat verilerine göre rekabetçi sektörleri Balassa tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) Endeksi kullanılarak tespit edilmiştir. Sektörler değerlendirilirken TÜİK tarafından ISIC Rev. 3. sınıflamasına göre açıklanan 2015 yılı ihracat verileri üzerinden hesaplanan RCA endeksi ve 2011-2015 yılları arasındaki RCA endeksinin sektörel performansı ele alınmıştır.

3.3.1. Adana İli İhracata Göre Rekabetçi Sektörler

Adana’daki ihracatçı sektörlerin rekabetçilik performansını ölçmek için 2015 yılı 2 basamaklı ISIC Rev.3 sınıflamasına göre TÜİK tarafından açıklanan ihracat verileri üzerinden Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) Analizi yapılmıştır. RCA değeri 1’den büyük olan sektörler Adana’da ihracatta rekabetçi sektörler olarak kabul edilmiştir.

2015 yılı itibarıyla Adana’da ve Türkiye’de ihracat yapan tüm sektörlerin ihracat değeri, sektörel ihracatın Adana’daki payı ve Türkiye’deki payı ile RCA değerleri aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Bu tablodaki öne çıkan verilere göre Adana’nın ihracatında tekstil ürünleri, gıda ürünleri ve içecek, kimyasal madde ve ürünler, tarım ve hayvancılık ile motorlu kara taşıtı ve römorklar sektörleri en başat sektörlerdir. Motorlu kara taşıtı ve römorklar haricindeki tüm başat sektörlerde Adana Türkiye’den yapılan ihracattan önemli bir pay almaktadır. Bu sektörlerin RCA değerleri 1’in üzerinde olup ihracatta Adana’nın rekabetçi sektörleri arasındadır. Adana’nın Türkiye’den yapılan ihracattan en fazla pay aldığı sektörler atık ve hurdalar, tarım ve hayvancılık ile kimyasal madde ve ürünlerdir.

Tablo 27.

Sektörlerin Adana'daki ve Türkiye'deki İhracatı ile RCA Değerleri

Kod	ISIC adı	Adana İhracatı (\$)	İldeki Payı (%)	Türkiye İhracatı (\$)	TR'deki Payı (%)	RCA 2015
1	Tarım ve hayvancılık	209.765.486	12	5.735.622.480	4	3,12
2	Ormancılık ve tomrukçuluk	23.969	0	20.973.601	0	0,10
5	Balıkçılık	1.388.572	0	368.234.935	0	0,32
10	Maden kömürü, linyit ve turb	30.134	0	13.617.590	0	0,19
13	Metal cevherleri	12.446.748	1	991.698.595	1	1,07
14	Taş ocakçılığı ve diğer madencilik	8.094.196	0	1.625.318.950	0	0,43
15	Gıda ürünleri ve içecek	263.810.515	16	10.222.406.818	3	2,20
17	Tekstil ürünleri	337.014.589	20	13.591.480.819	2	2,12
18	Giyim eşyası	61.687.664	4	12.525.940.273	0	0,42
19	Dabaklanmış deri, bavul, el çantası, saraciye ve ayakkabı	3.588.378	0	1.018.116.078	0	0,30
20	Ağaç ve mantar ürün. (mobilya hariç); hasır vb örülerek yapılan maddeler	23.181.441	1	695.232.913	3	2,85
21	Kağıt ve kağıt ürünleri	24.498.909	1	1.778.511.203	1	1,18
22	Basım ve yayım; plak, kaset vb.	638.133	0	142.357.789	0	0,38
23	Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar	3.411.661	0	4.175.799.999	0	0,07
24	Kimyasal madde ve ürünler	267.008.912	16	7.466.601.370	4	3,06
25	Plastik ve kauçuk ürünleri	76.978.461	5	6.473.842.876	1	1,02
26	Metalik olmayan diğer mineral ürünler	30.537.832	2	3.848.994.562	1	0,68

27	Ana metal sanayi	45.673.305	3	17.709.994.590	0	0,22
28	Metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç)	33.003.808	2	6.490.561.643	1	0,43
29	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat	63.590.525	4	12.068.018.876	1	0,45
30	Büro, muhasebe ve bilgi işleme makine	197.915	0	185.112.925	0	0,09
31	Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazlar	17.818.622	1	5.432.543.977	0	0,28
32	Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları	4.263.903	0	1.936.227.817	0	0,19
33	Tıbbi aletler; hassas optik aletler ve saat	6.001.313	0	820.023.184	1	0,63
34	Motorlu kara taşıtı ve römorklar	126.847.287	8	18.533.196.001	1	0,58
35	Diğer ulaşım araçları	7.618.964	0	2.178.545.464	0	0,30
36	Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler	31.991.586	2	6.564.070.033	0	0,42
40	Elektrik, gaz ve su	1.005	0	73.861.281	0	0,00
51	Atık ve hurdalar	22.381.160	1	445.281.698	5	4,29
92	Eğlence, kültür ve sporla ilgili faaliyetler	2.002	0	4.143.602	0	0,04

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

2015 yılı ihracat verilerine göre RCA değeri 1'in üstünde olan Adana'daki rekabet gücü yüksek ihracatçı sektörler aşağıdaki tabloda sıralanmıştır. Adana'nın rekabetçi 9 ihracatçı sektörü atık ve hurdalar, tarım ve hayvancılık, kimyasal madde ve ürünler, ağaç ve mantar ürünleri, gıda ürünleri ve içecek, tekstil ürünleri, kağıt ve kağıt ürünleri, metal cevherleri, plastik ve kauçuk ürünleridir.

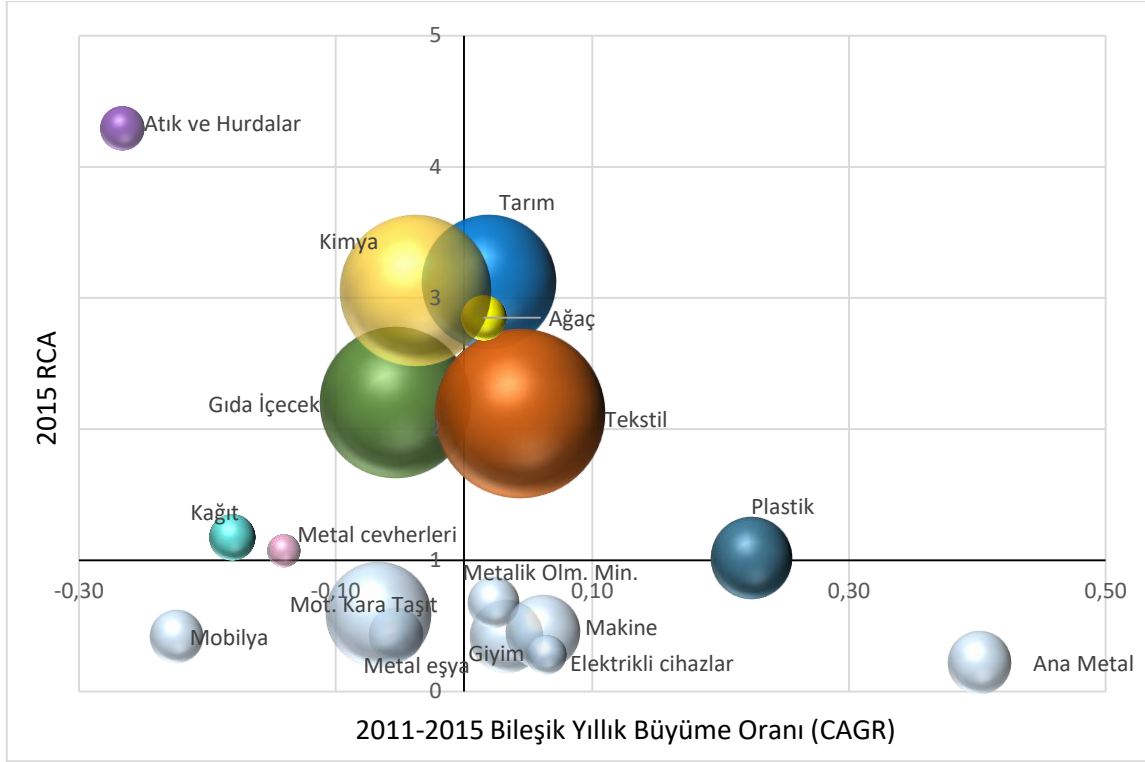
Tablo 28.

Adana'nın İhracata Göre Rekabetçi Sektörleri

Kod	ISIC adı	Adana İhracatı (\$)	İldeki Payı (%)	Türkiye İhracatı (\$)	TR'deki Payı (%)	RCA 2015
51	Atık ve hurdalar	22.381.160	1	445.281.698	5	4,29
1	Tarım ve hayvancılık	209.765.486	12	5.735.622.480	4	3,12
24	Kimyasal madde ve ürünler	267.008.912	16	7.466.601.370	4	3,06
20	Ağaç ve mantar ürün. (mobilya hariç); hasır vb örülerek yapılan maddeler	23.181.441	1	695.232.913	3	2,85
15	Gıda ürünleri ve içecek	263.810.515	16	10.222.406.818	3	2,20
17	Tekstil ürünleri	337.014.589	20	13.591.480.819	2	2,12
21	Kağıt ve kağıt ürünleri	24.498.909	1	1.778.511.203	1	1,18
13	Metal cevherleri	12.446.748	1	991.698.595	1	1,07
25	Plastik ve kauçuk ürünleri	76.978.461	5	6.473.842.876	1	1,02

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Aşağıdaki grafikte TÜİK tarafından açıklanan ihracat verileri üzerinden hesaplanan RCA endeksi ile sektörlerin 2011-2015 yılları arasındaki performansı analiz edilmiştir. Dikey eksen 2015 yılı RCA endeksini, yatay eksen bu endeksin 2011-2015 yılları arasındaki ortalama değişimini (bileşik yıllık büyüme oranı), kabarcıkların büyüklükleri ise sektörlerin 2015 yılındaki ihracat hacmini göstermektedir. Grafikte yatay eksenin üzerinde yer alan ve farklı renklerdeki baloncuklarla gösterilen sektörlerin RCA endeks değeri 1'in üzerindedir. Bu sektörlerden dikey eksenin sağında kalanlar analiz döneminde yoğunlaşmaları artırarak yükselen rekabetçi sektörler olurken dikey eksenin solunda kalanlar yoğunlaşmaları azalarak durgunlaşan rekabetçi sektörlerdir.



Şekil 83. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) endeksi²

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Grafikte görüldüğü üzere, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) endeksi değeri 1'in üzerinde olan ve Adana'da ihracat açısından rekabetçi olan sektörler tarım ve hayvancılık, kimyasal madde ve ürünler, ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler, gıda ürünleri ve içecek, tekstil ürünleri, kağıt ve kağıt ürünleri, plastik ve kauçuk ürünleri, metal cevherleri ile atık ve hurdalardır.

2011-2015 yılları arasında bu sektörlerden tarım ve hayvancılık, tekstil ürünleri, ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler, plastik ve kauçuk ürünlerinin RCA endeks değeri büyüyerek Adana'nın yükselen sektörleri olmuşlardır. İçlerinde en fazla ilerleme gösteren plastik ve kauçuk ürünleri sektörünün ihracat yoğunlaşması %124 büyümüştür. Bununla birlikte, gıda ürünleri ve içecek, kimyasal madde ve ürünler, kağıt ve kağıt ürünleri, metal cevherleri ile atık ve hurdalar sektörlerinin RCA endeks değeri azalarak Adana'nın durgunlaşan sektörlerini oluşturmuştur.

Ayrıca, ana metal sanayi, başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat, metalik olmayan diğer mineral ürünler ve giyim eşyası sektörlerinin RCA değeri 1'in

² Gösterim kolaylığı olması amacıyla ihracat hacmi 10 milyon \$'ın altında yer alan sektörler grafikte yer verilmemiştir.

altında olmakla beraber son beş yıllık dönemde ihracat yoğunlaşmasını artıran sektörlerdir.

3.3.2. Mersin İli İhracata Göre Rekabetçi Sektörler

Mersin'deki ihracatçı sektörlerin rekabetçilik performansını ölçmek için 2015 yılı 2 basamaklı ISIC Rev.3 sınıflamasına göre TÜİK tarafından açıklanan ihracat verileri üzerinden Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) Analizi yapılmıştır. RCA değeri 1'den büyük olan sektörler Mersin'de ihracatta rekabetçi sektörler olarak kabul edilmiştir.

2015 yılı itibarıyla Mersin'de ve Türkiye'de ihracat yapan tüm sektörlerin ihracat değeri, sektörel ihracatın Mersin'deki payı ve Türkiye'deki payı ile RCA değerleri aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Bu tablodaki en çok öne çıkan verilere göre Mersin'den yapılan ihracatın yaklaşık yarısı tarım ve hayvancılık sektöründe yapılırken, ormancılık ve tomrukçuluk sektöründe Türkiye'den yapılan ihracatın yarısı Mersin'den yapılmaktadır. RCA değeri incelendiğinde ise orman ve tomrukçuluk 45,61 değeri alırken tarım ve hayvancılık 11,24 değeri alarak Mersin'deki ihracatçı sektörlerin en rekabetçileri olmuştur. Mersin'in ihracatında öne çıkan diğer sektörlerden gıda ürünleri ve içecek sektörü il ihracatından %22 pay almıştır, bu hacim Türkiye'den yapılan ihracatın %3'üne denk gelmektedir. Sektörün RCA değeri ise 3,16 değeri alarak rekabetçi sektörler arasında yer almıştır. Mersin'in ihracatında öne çıkan bir diğer sektör %5 pay ile başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizatıdır. Bununla birlikte Mersin bu sektörün ihracatında Türkiye'den yalnızca %1 pay almış ve RCA değeri 0,59'da kalarak rekabetçi sektör olarak tanımlanmamıştır.

Tablo 29.

Sektörlerin Mersin'deki ve Türkiye'deki İhracatı ile RCA Değerleri

Kod	ISIC adı	Mersin İhracatı (\$)	İldeki Payı (%)	Türkiye İhracatı (\$)	TR'deki Payı (%)	RCA 2015
1	Tarım ve hayvancılık	630.552.718	45	5.735.622.480	11	11,24
2	Ormancılık ve tomrukçuluk	9.360.180	1	20.973.601	45	45,61
5	Balıkçılık	17.435.120	1	368.234.935	5	4,84
10	Maden kömürü, linyit ve turb	494.314	0	13.617.590	4	3,71
13	Metal cevherleri	15.525.273	1	991.698.595	2	1,60
14	Taş ocaklığı ve diğer madencilik	9.588.363	1	1.625.318.950	1	0,60
15	Gıda ürünleri ve içecek	315.943.386	22	10.222.406.818	3	3,16
16	Tütün ürünleri	18.966.465	1	532.310.857	4	3,64
17	Tekstil ürünleri	20.052.607	1	13.591.480.819	0	0,15
18	Giyim eşyası	17.583.876	1	12.525.940.273	0	0,14
19	Dabaklanmış deri, bavul, el çantası, saraciye ve ayakkabı	2.453.990	0	1.018.116.078	0	0,25
20	Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler	3.313.286	0	695.232.913	0	0,49
21	Kağıt ve kağıt ürünleri	9.959.550	1	1.778.511.203	1	0,57
22	Basım ve yayım; plak, kaset vb.	156.950	0	142.357.789	0	0,11
23	Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar	4.602.028	0	4.175.799.999	0	0,11
24	Kimyasal madde ve ürünler	60.234.196	4	7.466.601.370	1	0,82
25	Plastik ve kauçuk ürünleri	49.644.392	4	6.473.842.876	1	0,78

26	Metalik olmayan diğer mineral ürünler	24.921.178	2	3.848.994.562	1	0,66
27	Ana metal sanayi	20.697.689	1	17.709.994.590	0	0,12
28	Metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç)	63.106.131	4	6.490.561.643	1	0,99
29	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat	69.228.189	5	12.068.018.876	1	0,59
30	Büro, muhasebe ve bilgi işleme makine.	158.972	0	185.112.925	0	0,09
31	Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazlar	4.419.309	0	5.432.543.977	0	0,08
32	Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları	381.253	0	1.936.227.817	0	0,02
33	Tıbbi aletler; hassas optik aletler ve saat	804.110	0	820.023.184	0	0,10
34	Motorlu kara taşıtı ve römorklar	19.445.313	1	18.533.196.001	0	0,11
35	Diğer ulaşım araçları	2.371.641	0	2.178.545.464	0	0,11
36	Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler	14.764.190	1	6.564.070.033	0	0,23
51	Atık ve hurdalar	1.156.537	0	445.281.698	0	0,27
92	Eğlence, kültür ve sporla ilgili faaliyetler	166	0	4.143.602	0	0,00
93	Diğer hizmet faaliyetleri	1.184	0	1.184	100	102,21

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

2015 yılı ihracat verilerine göre RCA değeri 1'in üstünde olan Mersin'deki rekabet gücü yüksek ihracatçı sektörler aşağıdaki tabloda sıralanmıştır. Mersin'in rekabetçi 7 ihracatçı sektörü ormancılık ve tomrukçuluk, tarım ve hayvancılık, balıkçılık,

maden kömürü, linyit ve turb, tütün ürünleri, gıda ürünleri ve içecek ile metal cevherleridir.

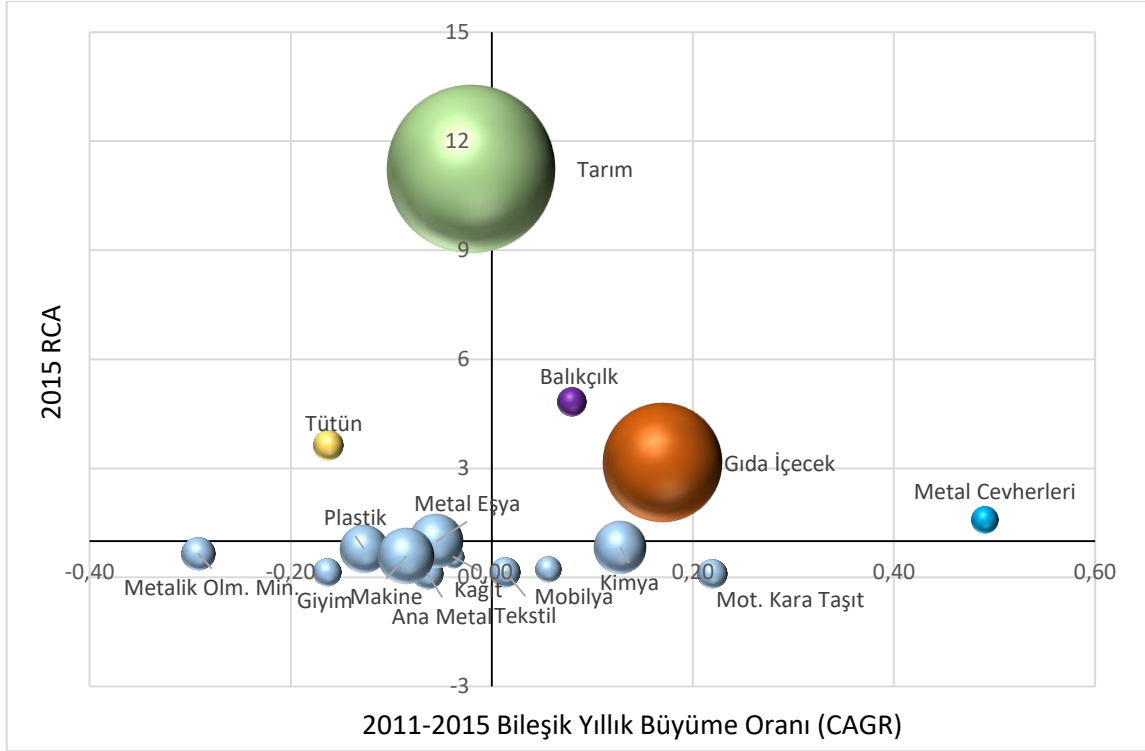
Tablo 30.

Mersin'in İhracata Göre Rekabetçi Sektörleri

Kod	ISIC adı	Mersin İhracatı (\$)	İldeki Payı (%)	Türkiye İhracatı (\$)	TR'deki Payı (%)	RCA 2015
2	Ormancılık ve tomrukçuluk	9.360.180	1	20.973.601	45	45,61
1	Tarım ve hayvancılık	630.552.718	45	5.735.622.480	11	11,24
5	Balıkçılık	17.435.120	1	368.234.935	5	4,84
10	Maden kömürü, linyit ve turb	494.314	0	13.617.590	4	3,71
16	Tütün ürünleri	18.966.465	1	532.310.857	4	3,64
15	Gıda ürünleri ve içecek	315.943.386	22	10.222.406.818	3	3,16
13	Metal cevherleri	15.525.273	1	991.698.595	2	1,60

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Aşağıdaki grafikte TÜİK tarafından açıklanan ihracat verileri üzerinden hesaplanan RCA endeksi ile sektörlerin 2011-2015 yılları arasındaki performansı analiz edilmiştir. Dikey eksen 2015 yılı RCA endeksini, yatay eksen bu endeksin 2011-2015 yılları arasındaki ortalama değişimini (bileşik yıllık büyüme oranı), kabarcıkların büyüklükleri ise sektörlerin 2015 yılındaki ihracat hacmini göstermektedir. Grafikte yatay eksenin üzerinde yer alan ve farklı renklerdeki baloncuklarla gösterilen sektörlerin RCA endeks değeri 1'in üzerindedir. Bu sektörlerden dikey eksenin sağında kalanlar analiz döneminde yoğunlaşmaları artırarak yükselen rekabetçi sektörler olurken dikey eksenin solunda kalanlar yoğunlaşmaları azalarak durgunlaşan rekabetçi sektörlerdir.



Şekil 94. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) endeksi³

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Grafikte görüldüğü üzere, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) endeksi değeri 1'in üzerinde olan ve Mersin'de ihracat açısından rekabetçi olan sektörler tarım ve hayvancılık, gıda ürünleri ve içecek, metal cevherleri, balıkçılık ve tütün ürünleri sektörleridir. Ayrıca ihracat hacmi küçük olduğu için grafikte gösterimine yer verilmeyen maden kömürü, linyit ve turb sektörünün RCA değeri 3,71 olup incelenen zaman diliminde önemli bir büyüme göstermemiştir.

2011-2015 yılları arasında bu sektörlerden dikey eksenin sağında kalan gıda ürünleri ve içecek, metal cevherleri, balıkçılık sektörleri RCA endeks değerini arttırarak Mersin'in yükselen rekabetçi sektörleri olmuştur. İçlerinde en fazla ilerleme gösteren metal cevherleri sektörünün ihracat yoğunlaşması %49 büyümüştür. Aynı grupta bulunan ormancılık ve tomrukçuluk sektörünün RCA endeks değeri 45 ve bileşik yıllık büyüme oranı %10'dur. Bununla birlikte, RCA değeri 1'in üzerinde olan tarım ve hayvancılık ile tütün ürünleri sektörlerinin RCA endeks değeri azalarak Mersin'in durgunlaşan rekabetçi sektörlerini oluşturmuştur. En yüksek ihracat hacmine sahip olan tarımın 2011-2015

3 Gösterim kolaylığı olması amacıyla grafikte ihracat hacmi 5 milyon \$'ın altında olan sektörler ile RCA değeri 45 olan ormancılık ve tomrukçuluk sektörüne yer verilmemiştir.

yılları arasında RCA endeks değeri %2 gerilerken, tütün ürünleri imalatının RCA endeks değeri ise %16 gerilemiştir.

Ayrıca, motorlu kara taşıtı ve römorklar, kimyasal madde ve ürünler, mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler ile tekstil ürünleri sektörlerinin RCA değeri 1'in altında olmakla beraber son beş yıllık dönemde ihracat yoğunlaşmasını artıran sektörlerdir.

3.4. Net Satışlara Göre Rekabetçi Sektörler

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi'nde imalat sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren işyerleri için hesaplanan net satışlar üzerinden 3 yıldız analizinin büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma parametreleri il düzeyinde açıklanmaktadır. Adana ve Mersin'in imalat sanayi sektörlerinin net satış verilerine göre rekabetçi sektörleri 2015 yılı 2 basamaklı NACE Rev.2 sınıflamasına göre yapılan 3 yıldız analizine göre belirlenmiştir.

3.4.1. Adana İli Net Satışlara Göre Rekabetçi Sektörler

T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi'nde imalat sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren işyerleri için hesaplanan net satışlar üzerinden 3 yıldız analizinin büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma parametreleri il düzeyinde açıklanmaktadır. Adana için 2015 yılı 2 basamaklı NACE Rev.2 sınıflamasına göre yapılan hesaplamaların sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

İmalat sanayi sektörlerinde Adana'nın elde ettiği ciro açısından Türkiye çapında en yüksek pay alan sektörlerin başında sırasıyla içeceklerin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı, tekstil ürünlerinin imalatı ve gıda ürünlerinin imalatı gelmektedir.

İmalat sanayi sektörlerinden Adana ekonomisi içinde en yüksek pay alan sektörler başatlık değerine göre sıralandığında ilk sırada yaklaşık beşte bir oranla gıda ürünlerinin imalatı yer alırken bunu tekstil ürünlerinin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç) takip etmektedir.

Tablo 31.

Adana'daki İmalat Sanayi Sektörlerinin Net Satışlara Göre 3 Yıldız Analizi

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlaşma
10	Gıda Ürünlerinin İmalatı	2,8%	18,8%	1,3
11	İçeceklerin İmalatı	7,0%	3,1%	3,4
12	Tütün Ürünleri İmalatı	0,0%	0,0%	0
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	2,9%	11,5%	1,4
14	Giyim Eşyalarının İmalatı	0,8%	2,3%	0,4
15	Deri Ve İlgili Ürünlerin İmalatı	1,5%	0,7%	0,7
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri Ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman Ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı	3,4%	2,4%	1,6
17	Kağıt Ve Kağıt Ürünlerinin İmalatı	1,8%	1,7%	0,9
18	Kayıtlı Medyanın Basılması Ve Çoğaltılması	0,6%	0,4%	0,3
19	Kok Kömürü Ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri İmalatı	0,4%	0,6%	0,2
20	Kimyasalların Ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı	5,0%	11,3%	2,4
21	Temel Eczacılık Ürünlerinin Ve Eczacılığa İlişkin Malzemelerin İmalatı	0,4%	0,1%	0,2
22	Kauçuk Ve Plastik Ürünlerin İmalatı	4,1%	11,0%	2,0
23	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı	2,2%	5,8%	1,1
24	Ana Metal Sanayii	1,1%	5,0%	0,5
25	Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı (Makine Ve Teçhizat Hariç)	1,7%	7,2%	0,8
26	Bilgisayarların, Elektronik Ve Optik Ürünlerin İmalatı	0,6%	0,3%	0,3
27	Elektrikli Teçhizat İmalatı	0,5%	1,0%	0,2
28	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine Ve Ekipman İmalatı	1,9%	3,1%	0,9
29	Motorlu Kara Taşıtı, Treyler (Römork) Ve Yarı Treyler (Yarı Römork) İmalatı	1,2%	4,9%	0,6
30	Diğer Ulaşım Araçlarının İmalatı	0,4%	0,2%	0,2
31	Mobilya İmalatı	2,1%	2,1%	1,0
32	Diğer İmalatlar	2,3%	2,1%	1,1
33	Makine Ve Ekipmanların Kurulumu Ve Onarımı	1,7%	4,3%	0,8

Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Girişimci Bilgi Sistemi, 2015

İmalat sanayi sektörlerinden büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma parametrelerinin her birinden birer yıldız olarak toplamda üç yıldız alan dokuz sektör net satışlara göre Adana'nın en rekabetçi sektörleridir. Aşağıdaki tabloda listelenen bu sektörler gıda ürünlerinin imalatı, içeceklerin imalatı, tekstil ürünlerinin imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, mobilya imalatı, diğer imalatlardır.

Tablo 32.

Adana'da Net Satışlara Göre 3 Yıldız Alan Sektörler

Kod	Sektörler	Büyükük	Başatlık	Uzmanlaşma
10	Gıda Ürünlerinin İmalatı	2,8%	18,8%	1,3
11	İçeceklerin İmalatı	7,0%	3,1%	3,4
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	2,9%	11,5%	1,4
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri Ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman Ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı	3,4%	2,4%	1,6
20	Kimyasalların Ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı	5,0%	11,3%	2,4
22	Kauçuk Ve Plastik Ürünlerin İmalatı	4,1%	11%	2,0
23	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı	2,2%	5,8%	1,1
31	Mobilya İmalatı	2,1%	2,1%	1,0
32	Diğer İmalatlar	2,3%	2,1%	1,1

Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Girişimci Bilgi Sistemi, 2015

3.4.2. Mersin İli Net Satışlara Göre Rekabetçi Sektörler

T. C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi'nde imalat sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren işyerleri için hesaplanan net satışlar üzerinden 2015

yılı 2 basamaklı NACE Rev.2 sınıflamasına göre yapılan 3 yıldız analizinin Mersin için elde edilen sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

İmalat sanayi sektörlerinde Mersin'in elde ettiği ciro açısından Türkiye çapında en yüksek pay alan sektörlerin başında sırasıyla diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, içeceklerin imalatı, gıda ürünlerinin imalatı gelmektedir.

İmalat sanayi sektörlerinden Mersin ekonomisi içinde en yüksek pay alan sektörler başatlık değerine göre sıralandığında ilk sırada dörtte birin üzerinde bir oranla gıda ürünlerinin imalatı yer alırken bunu diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, ana metal sanayii, fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç), ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı takip etmektedir.

Tablo 33.

Mersin'deki İmalat Sanayi Sektörlerinin Net Satışlara Göre 3 Yıldız Analizi

Kod	Faaliyet Grupları (NACE Rev.2)	Büyüklik	Başatlık	Uzmanlaşma
10	Gıda Ürünlerinin İmalatı	2,7%	27,9%	2,0
11	İçeceklerin İmalatı	3,3%	2,2%	2,4
12	Tütün Ürünleri İmalatı	1,2%	0,4%	0,9
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	0,2%	1,2%	0,1
14	Giyim Eşyalarının İmalatı	0,8%	3,5%	0,6
15	Deri Ve İlgili Ürünlerin İmalatı	0,1%	0,1%	0,1
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri Ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman Ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı	4,5%	4,9%	3,3
17	Kağıt Ve Kağıt Ürünlerinin İmalatı	1,8%	2,6%	1,3
18	Kayıtlı Medyanın Basılması Ve Çoğaltılması	0,3%	0,3%	0,2
19	Kok Kömürü Ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri İmalatı	0,1%	0,1%	0,0
20	Kimyasalların Ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı	3,5%	12,2%	2,6
21	Temel Eczacılık Ürünlerinin Ve Eczacılığa İlişkin Malzemelerin İmalatı	0,1%	0,1%	0,1
22	Kauçuk Ve Plastik Ürünlerin İmalatı	0,9%	3,8%	0,7
23	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı	4,5%	18,0%	3,4
24	Ana Metal Sanayii	1,2%	8,5%	0,9
25	Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı (Makine Ve Teçhizat Hariç)	0,8%	4,9%	0,6
26	Bilgisayarların, Elektronik Ve Optik Ürünlerin İmalatı	0,2%	0,2%	0,1
27	Elektrikli Teçhizat İmalatı	0,1%	0,3%	0,1
28	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine Ve Ekipman İmalatı	0,6%	1,5%	0,4
29	Motorlu Kara Taşıtı, Treyler (Römork) Ve Yarı Treyler (Yarı Römork) İmalatı	0,1%	0,9%	0,1
30	Diğer Ulaşım Araçlarının İmalatı	0,8%	0,6%	0,6
31	Mobilya İmalatı	0,9%	1,4%	0,7
32	Diğer İmalatlar	0,3%	0,4%	0,2
33	Makine Ve Ekipmanların Kurulumu Ve Onarımı	1,0%	3,9%	0,7

Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Girişimci Bilgi Sistemi, 2015

İmalat sanayi sektörlerinden büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma parametrelerinin her birinden birer yıldız olarak toplamda üç yıldız alan altı sektör net satışlara göre Mersin'in en rekabetçi sektörleridir. Aşağıdaki tabloda listelenen bu sektörler gıda ürünlerinin imalatı, içeceklerin imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı, kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatıdır.

Tablo 34.

Mersin'de Net Satışlara Göre 3 Yıldız Alan Sektörler

Kod	Sektörler	Büyüklük	Başatlık	Uzmanlaşma
10	Gıda Ürünlerinin İmalatı	2,7%	27,9%	2,0
11	İçeceklerin İmalatı	3,3%	2,2%	2,4
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri Ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman Ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı	4,5%	4,9%	3,3
17	Kağıt Ve Kağıt Ürünlerinin İmalatı	1,8%	2,6%	1,3
20	Kimyasalların Ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı	3,5%	12,2%	2,6
23	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı	4,5%	18,0%	3,4

Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Girişimci Bilgi Sistemi, 2015

BÖLÜM IV

LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN ELMAS MODELİ İLE REKABET ANALİZİ

Tezin bu bölümünde Adana’da ve Mersin’de rekabet gücü yüksek olan bir sektörün Porter’ın Elmas Modeli ile analizi yapılarak TR62 Bölgesi için rekabetçiliğinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda istihdam ve net satışlar üzerinden gerçekleştirilen 3 yıldız analizi ve ihracat verileri üzerinden yapılan RCA analizinde her iki il için de rekabetçi çıkan sektörler dikkate alınmıştır. Ulusal planlar ve strateji belgelerinde Çukurova Bölgesi’ne biçilen roller ve bölgedeki büyük yatırım projeleri de dikkate alınarak elmas analizi için sektör seçimi yapılmıştır.

Nace sınıflamasına göre SGK 2015 yılı istihdam verileri ile yapılan 3 yıldız analizi sonucunda 3 yıldız olarak Adana ve Mersin’de rekabetçi çıkan sektörler “01 Bitkisel ve Hayvansal Üretim, 02 Ormancılık ve Tomrukçuluk, 41 Bina İnşaatı, 42 Bina Dışı Yapıların İnşaatı, 45 Toptan ve Per.Tic.ve Mot.Taşıt.On., 46 Toptan Tic. (Mot.Taşıt.Onar.Hariç), 47 Perakende Tic. (Mot.Taşıt.Onar.Har), 49 Kara Taşıma.ve Boru Hattı Taşıma., 52 Taşıma.İçin Depolama ve Destek.Fa, 69 Hukuki ve Muhasebe Faaliyetleri”dir. Diğer bir ifadeyle bölgede tarım, ormancılık, inşaat, ticaret, lojistik ve hukuk alanındaki hizmetler sektörlerinin varlığı göze çarpmaktadır.

ISIC sınıflamasına göre TÜİK 2015 yılı ihracat verileri ile yapılan RCA analizi sonucunda Adana ve Mersin’de rekabetçi çıkan sektörler “1 Tarım ve Hayvancılık, 15 Gıda Ürünleri Ve İçecek, 13 Metal Cevherleri”dir.

T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi’nde imalat sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren işyerleri için NACE sınıflamasına göre 2015 yılı net satışlar üzerinden hesaplanan 3 yıldız analizi sonucunda 3 yıldız olarak Adana ve Mersin’de rekabetçi çıkan sektörler “10 Gıda Ürünlerinin İmalatı, 11 İmalatı İçeceklerin İmalatı, 16 Ağaç, Ağaç Ürünleri Ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman Ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı, 20 Kimyasalların Ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı, 23 Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı”dır.

İmalat sanayi için RCA ve net satışlar üzerinden yapılan 3 yıldız analizi birlikte değerlendirildiğinde *gıda ve içecek ürünlerinin imalatı* uluslararası düzeyde rekabetçi iken, *ağaç ürünleri, kimya ve metalik olmayan mineraller* sektörlerinin ulusal düzeyde rekabetçi olduğu söylenebilir. Bu sonucun oluşmasında ikinci gruptaki sektörlerde bulunan bazı firmaların merkezlerinin bölge dışında olması ve merkezi bölgede olan

firmaların ise yurtiçi talebi karşılamak üzere üretim yaptıklarının etkili olduğu düşünülmektedir.

Özetle; TR62 Bölgesi'nde tarım, ormancılık, metal cevherleri; imalat sanayiinde gıda ve içecek, ağaç ürünleri, kimya ve metalik olmayan mineraller; hizmetlerde inşaat, ticaret, lojistik ve hukuk alanındaki hizmetler rekabetçi sektörlerdir.

Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (BGUS), bölgesel gelişme alanında genel politikaları ve öncelikleri tayin etmek üzere 10. Kalkınma Planı çerçevesinde hazırlanmıştır. BGUS'da Adana-Mersin şehirleri bütünleşik olarak İstanbul, Ankara ve İzmir, Bursa'ya ek olarak metropoller arasında sayılmıştır. Ayrıca Adana-Mersin'in Gaziantep ve İskenderun gibi önemli merkezlerle birlikte Doğu Akdeniz Havzası'nda yeni bir çekim alanı oluşturarak ülke genelinde yerleşim sisteminin daha dengeli hale gelmesine hizmet edeceği belirtilmiştir.

Strateji belgesinde iki ana gelişme koridoru tanımlanmıştır. İstanbul-Ankara-İzmir ve Adana-Mersin'i kapsayan koridorlar ile otoyol, hızlı tren ve havayolu gibi ulaştırma altyapısıyla birbirlerine bağlanmış ve metropollerin çevreleriyle fonksiyonel bağların sürdürülebilir bir şekilde kurulduğu bir yapı hedeflenmiştir.

Adana-Gaziantep-Şanlıurfa-Şırnak hattı boyunca belirlenmiş olan gelişme koridoruyla ülkenin doğu-batı entegrasyonunun artırılması, dış ülkelerle başta mal akımları olmak üzere ilişkilerin güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Bölgelerindeki yerleşimlerin uluslararası ticaret imkanlarının geliştirilmesinin sağlanacağı, öncelikli gelişme bölgelerinin limanlara, metropollere ve turizm bölgelerine bağlantılarının güçlendirileceği belirtilmiştir.

BGUS'da TR62 Bölgesi'ne yönelik olarak belirlenen öncelikler şöyledir: "Adana-Mersin için politikalar, sanayi ve hizmet sektörlerinin canlandırılması, yenilikçilik ve Ar-Ge kapasitesi ile lojistik altyapısının gelişmesi, tarımsal gelişmeyi destekleyici hizmetlerin iyileştirilmesi ile özel kesim, üreticiler ve kalkınma işbirliklerinin örgütlenmesine yönelecektir. Büyük ölçekli sanayi ve lojistik yatırımlarının ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla planlı bir şekilde gerçekleştirilmesi sağlanacaktır."

Çukurova Bölgesi'ndeki büyük ölçekli yatırımlar incelendiğinde enerji, lojistik, sağlık ve tarımın öne çıktığı görülmektedir. Sağlık alanında Adana ve Mersin'de yapılan şehir hastaneleri, tarım alanında ise sulama projeleri göze çarpmaktadır. Enerji alanında ise Türkiye'nin ilk nükleer enerji santrali Mersin-Akkuyu'da faaliyete geçecektir. Bununla birlikte, Türkiye'deki tüm petrol boru hatları Ceyhan, Yumurtalık, Dörtyol bölgesinde kesişmektedir. Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) Ham Petrol Boru Hattı, Irak-

Türkiye Ham Petrol Boru Hattı (Kerkük-Yumurtalık), Ceyhan-Kırıkkale Ham Petrol Boru Hattı, Batman-Dörtyol Ham Petrol Boru Hattı bölgeyi enerji alanında stratejik öneme haiz kılmıştır. Bu çerçevede Ceyhan Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi Projesi ile Ceyhan'ın farklı kalite ve özelliklerdeki ham petrolün uluslararası piyasalara sunulduğu, rafineri, petrokimya tesisleri ve sıvılaştırılmış doğalgaz (LNG) ihraç terminalinin bulunduğu entegre bir enerji merkezi haline getirilmesi amaçlanmaktadır.

Son olarak, Türkiye'nin ulaştırma ve lojistik konusunda önemli bir üs olma hedefi doğrultusunda Çukurova Bölgesi'nde çok sayıda yatırım projesi bulunmaktadır. Adana ve Mersin karayolu, demiryolu, havayolu, su yolu ve boru hattı taşımacılığı çeşitlerinin tamamına ait altyapıya sahiptir. Bölgenin mevcut lojistik altyapısına ek olarak Türkiye'nin ikinci en büyük havalimanı olacak Çukurova Bölgesel Havalimanı; yükleme boşaltma sahaları, depo, antrepo ve diğer ünitelerden oluşacak Yenice Lojistik Merkezi; Adana ve Mersin'in Konya üzerinden Ankara ve İstanbul'a bağlayacak yüksek hızlı tren ve Mardin'e kadar uzatılacak hızlı tren; Mersin ile Antalya'yı birbirine bağlayacak Akdeniz Sahil Yolu ve büyük ebatlı gemilere hitap edecek Mersin Konteyner Limanı Projeleri bulunmaktadır.

Tüm bunlar bir arada düşünüldüğünde, Adana ve Mersin'in metropol bir alan olduğu, çevresindeki yerleşimlerle birlikte Doğu Akdeniz'deki konumu ve hinterlandındaki İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu ile ilişkileri göz önünde bulundurulmalıdır. Analizlere göre bölgede rekabetçi çıkan sektörler arasından lojistik sektörü güçlü ileri bağlantıları ile sektörel ve coğrafi anlamda yüksek çarpan etkisi taşıması nedeniyle dikkat çekmektedir. Bölgedeki dev yatırımlar da dikkate alındığında, lojistik sektörünün Elmas Modeli ile daha yakından ele alınmasına karar verilmiştir. Yapılan iş itibarıyla boru hattı taşımacılığı diğer taşımacılık türlerinden ayrıştığı için değerlendirmeler diğer türlere odaklanarak yapılacaktır.

4.1. Elmas Modeli

4.1.1. Girdi Koşulları

Coğrafi Konum: Coğrafi konum, lojistik sektörünü etkileyen en önemli kriterler arasında yer almaktadır. TR62 Bölgesi Avrupa, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Süveyş Kanalı üzerinden Uzakdoğu'ya kolaylıkla erişebilen köprü niteliğinde bir konumdadır. Bölge yalnızca Türkiye'nin değil, Doğu Akdeniz'in de en önemli lojistik merkezlerinden biridir.

Çukurova Bölgesi'nin güneydoğusunda Ortadoğu coğrafyası ve Doğu Akdeniz ülkelerinden Suriye, Lübnan, İsrail ve Filistin; güneyinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Güney Kıbrıs'ı barındıran Kıbrıs Adası ve Kuzey Afrika bulunmaktadır. Çukurova Bölgesi'nin dış ekonomik coğrafyası olarak belirlenen ülkelerdeki nüfusun toplamı yaklaşık 120 milyondur. 120 milyonluk bu komşu coğrafyanın ekonomik büyüklüğü (Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla toplamı) ise yaklaşık 600 milyar dolardır. (Çukurova Kalkınma Ajansı, 2014)

Fiziki Altyapı: TR62 Bölgesi'ni oluşturan illerden Adana'da karayolu, demiryolu, havayolu ve boru taşımacılığına ait altyapı mevcutken, Mersin'de karayolu, demiryolu ve denizyolu taşımacılığına ait altyapı bulunmaktadır.

Çukurova Bölgesi, Türkiye'nin güneydoğusunu kuzeybatısına bağlayan bir geçit niteliği taşımaktadır. Bölgeden geçen otoyolun bir ucu Mersin'in Erdemli ilçesine ulaşmakta ve Adana üzerinden geçerek kuzeyde Niğde'ye ve doğuda Şanlıurfa'ya kadar devam etmektedir. Otoyolun batıda Mersin'in Silifke ilçesine kadar uzatılması ve kuzeyde Ankara'ya ulaşarak bölgeyi İstanbul'a bağlaması planlanmaktadır. Otoyola paralel olarak doğu-batı yönünde uzanan D-400 karayolu, Çukurova Bölgesi'nin iki büyük şehri olan Adana ve Mersin'i birbirine bağlamaktadır. Bu hattın devamı olarak Akdeniz Sahil Yolu projesi ile Mersin-Antalya arasında tünel ve yol çalışmaları yapılmaktadır. Ayrıca bölgeden, karayolu ile Hatay üzerinden Suriye'ye ve Habur üzerinden Irak'a kolaylıkla ulaşabilmektedir.

Adana ve Mersin Batı Akdeniz hariç Türkiye'nin tüm bölgelerine demiryolu ağı ile bağlı olup demiryolu taşımacılığı yükten daha çok insan taşımacılığında kullanılmaktadır. Ancak Türkiye yeni demiryolu yatırımlarıyla yük taşımacılığı için de altyapısını güçlendirmeye devam etmektedir. Bu kapsamda, Çukurova Bölgesi Konya ve Ankara üzerinden İstanbul'a hızlı tren projesi ile bağlanmaktadır. Gaziantep'e kadar uzanacak hızlı tren hattı bölgenin Güneydoğu bağlantısını da güçlendirecektir. Proje ile Konya, Karaman, Kayseri ve Gaziantep'ten gelen yüklerin Mersin Limanı'na daha hızlı aktarılması sağlanacaktır. Ayrıca Adana-Mersin arasında yıllık yolcu taşıma miktarının 5,5 milyondan 14 milyona çıkması beklenmektedir. (TCDD, 2017) Güneydoğu yönüne giden hat bölgeyi bir yandan tarımsal üretim yönünden yüksek potansiyele sahip GAP havzasına, diğer yandan Suriye ve Irak'a bağlamaktadır. Öte yandan, tarihi ipek yolunu canlandırılmasına yönelik olarak TRACECA (Avrupa-Kafkasya-Asya Ulaştırma Koridoru) Projesi yürütülmektedir. Bunun bir parçası olarak hayata geçen BTK (Bakü-Tiflis-Kars) Projesi ile Türkiye demiryolu ile Gürcistan üzerinden Orta Asya Türk

Cumhuriyetleri'ne ve Çin'e bağlanmaktadır. Böylece, bu projeler hem bölgenin Uzak Doğu ve Avrupa ile olan bağlantılarını güçlendirmekte hem de Türkiye'nin bir köprü olma niteliğini pekiştirmektedir.

Rusya üzerinden Orta Asya ve Orta Doğu'ya kombine yük taşımacılığını Türkiye üzerinden yapmak üzere Samsun – Kavkaz Tren Feri Hattı 2013 yılında açılmıştır. Bu hat ile Kavkaz limanından ferilere yüklenen vagonların Samsun üzerinden Akdeniz ve Ortadoğu'ya da transit olarak taşınması mümkün hale gelmiştir. Kavkaz ferri hattına benzer şekilde Samsun ile Gürcistan Poti Limanı ve Bulgaristan Varna Limanı arasında da bağlantı kurulması planlanmaktadır. Bu hatlardan da Akdeniz ve Ortadoğu'ya demiryolu bağlantısı ile transit taşımacılık olanağı doğacak ve daha önemlisi Samsun–Kavkaz, Samsun–Poti ve Samsun– Varna tren ferri hatlarından gelen transit yükler demiryolu ile Mersin Limanı'na ulaşacaktır. (Çukurova Kalkınma Ajansı, 2014)

Ayrıca taşımacılık, dağıtım, depolama ve bakım onarım gibi lojistikle ilgili tüm hizmetlerin yapılabildiği lojistik merkezler, kombine taşımacılığın getirdiği avantajlardan yararlanmaya fırsat vermektedir. Bu kapsamda Türkiye'de devlet demiryollarına ait 21 yerde lojistik merkez kurulmaktadır. Bunlardan biri de Mersin'in Tarsus İlçesi'ne bağlı Yenice'de yapılmaktadır. Ek olarak Mersin Tırmıl'da bir yük merkezi kurulacaktır.

Çukurova Bölgesi'nde Adana ve Mersin ile çevre illere hitap eden Adana Havalimanı bulunmaktadır. Havalimanı'nın yolcu trafiği son 15 yılda kayda değer artış göstermiştir. Ancak havalimanındaki kargo taşımacılığı 2016 yılında 5500 ton civarında gerçekleşmiş olup durağan bir trend seyretmektedir. Bölgede artan yolcu trafiği ve potansiyel yük taşımacılığı göz önüne bulundurularak Tarsus-Yenice'de Türkiye'nin en büyük ikinci havalimanı projesi olan Çukurova Bölgesel Havalimanı yapılacaktır.

Bölge'de Türkiye'nin en büyük limanlarından biri olan Mersin Limanı yer almaktadır. Limanın etki alanına İç Anadolu, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri girmektedir. Liman ile bölgede üretilen ürünlerin yanında, GAP bölgesinin tarımsal ürünleri ile Gaziantep, Konya, Kayseri, Kahramanmaraş gibi Anadolu kaplanlarının ürettikleri endüstriyel ürünler ve tüm bu coğrafyanın ihtiyaç duyduğu ithal ürünler taşınmaktadır.

Mersin Liman'ı PSA ve Akfen Holding ortaklığıyla kurulan Mersin Uluslararası Liman İşletmeciliği A.Ş. (MIP) tarafından işletilmektedir. Mersin Limanı'na günde ortalama 5000 kamyon/tır giriş çıkış yapmakta ve liman bünyesinde 62.000 konteyner kapasitesinde bir depolama alanı bulunmaktadır. Limanın genişleme projesi liman hizmetlerini oldukça rahatlatmıştır ancak genişleme ihtiyacı devam etmektedir. Ayrıca

limanın içinde sıkışıklık yaratan depolama alanının dışarı taşınması durumunda lojistik hizmetler daha rahat sunulacaktır. Diğer taraftan, Mersin Tarsus OSB'nin otoban ve demiryolu bağlantılarının yapılarak Mersin Limanı ile bağlantıların güçlendirilmesi gerekmektedir. Böylece hem lojistikte zaman ve yakıt tasarrufu sağlanacak hem de şehir trafiği rahatlayacaktır. Mersin Limanı'nın hemen yanında yer alan Mersin Serbest Bölgesi'nin kendi sınırları içerisinde yer alan rıhtımlar da denizyolu ile ticaret yapılmasını mümkün kılmaktadır.

Ek olarak, bölgede Mersin-Taşucu Limanı, Ceyhan'a gelen ham petrolün dünya pazarlarına taşınmasını sağlayan BOTAŞ Limanı ve gübre başta olmak üzere tarımsal girdilerin taşındığı Toros Ceyhan Terminali bulunmaktadır. Taşucu (Seka) Limanı'nın ticari liman olması yönünde gereken düzenlemeler yapılmaktadır. Bu kapsamda liman ve geri alanı özelleştirilmiş olup limanın geri alanında endüstriyel üretim yapılması ve Mersin'in yanı sıra özellikle Konya ve Karaman'da üretilen malların bu liman üzerinden ticaretinin yapılması mümkün olacaktır.

Bölgede üretim ve ticari faaliyetlerin yoğun olması depolama ve diğer lojistik hizmetlerin gelişimini tetiklemiştir. Bu çerçevede bölgede çok sayıda depo/soğuk hava deposu ve gümrüklü antrepo gibi destekleyici hizmet sunan yapılar bulunmaktadır. Ancak yaygın bir alanda konumlanan depo ve antrepoların diğer lojistik hizmetlerle birlikte, Mersin için planlanan ancak hayata geçemeyen lojistik merkez ve Yenice'de kurulan lojistik köy gibi alanlarda bütüncül olarak sunulması karma taşımacılığa imkan verirken bölgedeki lojistik sektörünün rekabetçiliğini arttıracaktır.

Ayrıca bölge Bakü'den başlayıp, Ceyhan'a uzanan Bakü-Tiflis-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı ve Kerkük'ten başlayıp Yumurtalık'ta son bulan Irak-Türkiye Ham Petrol Boru Hattı ile Azeri ve Irak petrolerini dünya pazarlarına ulaştırmaktadır. Ek olarak, bölgede Kırıkkale Orta Anadolu Rafinerisi'nin ham petrol ihtiyacını karşılayan Ceyhan-Kırıkkale Ham Petrol Boru Hattı bulunmaktadır. Ulusal hedefler doğrultusunda ham petrolün işlenerek katma değerli ürün elde edilmesini sağlayacak Ceyhan Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi kurulması beklenmektedir.

İnsan Kaynağı ve Bilgi Altyapısı: Bölgedeki tarımsal yoğunluk ve gelişen sanayi faaliyetleri Çukurova Bölgesi'nde taşımacılık alanında bir tecrübe birikimine yol açmıştır. Mersin Limanı'nın yapılmasıyla hız kazanan lojistik faaliyetler bu sektörde yerel firmaları doğurmanın yanında, uluslararası firmaların da bölgede iş yapmasına sebep olmuştur. Böylece yerelde oluşan kapasite ile çok uluslu firmaların lojistik alanındaki tecrübe ve uzmanlığı bölgede birleşmiştir. Ancak dünyadaki diğer lojistik

kentleri ile rekabet edebilmek için bu uzmanlığın sürekli olarak daha da geliştirilmesi gerekmektedir.

Bölge illerinden Mersin’de bulunan bir devlet ve iki özel üniversitede lojistik sektörüne yönelik 4 yıllık ve 2 yıllık bölümlerde insan kaynağı yetiştirilmekte, Adana ve Mersin’de sertifikalı eğitim programları düzenlenerek sektörün insan kaynağı ihtiyacı karşılanmaya çalışılmaktadır. Mersin Üniversitesi’nde Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu’na bağlı Lojistik Bölümü ve Denizcilik Meslek Yüksekokulu mevcuttur. Toros Üniversitesi’nde Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü ile Meslek Yüksek Okulu’na bağlı Lojistik Programı bulunmaktadır. Çağ Üniversitesi’nde Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü ile Meslek Yüksekokulu’na bağlı Lojistik Programı bulunmaktadır. Bunlara ek olarak Lojistik Platformu, ticaret ve sanayi odaları, üniversiteler gibi kuruluşlar tarafından zaman zaman sektöre yönelik lojistik ve dış ticaret eğitim programları düzenlenmektedir. Bölgedeki okullardan mezun olanlar ve eğitim programlarına katılanlar lojistik sektöründe istihdam edilmektedir. Ayrıca Mersin’deki üniversitelerden ve Adana’da bulunan Çukurova Üniversitesi ile Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi’nden özellikle İngilizce öğretim veren bölümlerden mezun olan öğrenciler de sektörde çalışabilmektedir. Üniversiteden veya yüksekokuldan mezun olmak işe girişte önemli olmakla birlikte bölgede işi işte öğrenme durumu oldukça yaygındır. Sektörde genellikle çok uluslu şirketler kendi akademilerini kurma ve staj sistemi oluşturma yönünde çalışmalar yapmaktadır. Ancak bu uygulamalar ölçeği daha küçük olan yerel firmalar arasında çok yaygın değildir. Diğer yandan hem ihracatta hem ithalatta uluslararası taşımacılık faaliyetlerine yönelik olarak sektörde yabancı dil bilmek önemli bir kriter olarak görülmektedir.

Bölgedeki genç ve yüksek nüfus ile kentsel yaşam koşullarının kolaylığı nedeniyle sektördeki ücretlerin Türkiye ve dünya ortalamalarına göre daha makul olduğu söylenebilir. Ek olarak, TR62 Bölgesi işsizliğin oldukça fazla olduğu bir bölgedir. Öyle ki Adana 2009 ve 2010 yıllarında en fazla işsizlik oranına sahip il olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha çok mavi yakalı personelin istihdam edildiği lojistik sektöründe işgücü arzının yüksek olması bölgenin sunduğu bir avantaj olmaktadır. Bölgede en fazla şoförlere, bunun yanında satış, dağıtım ve operasyon yönetimine yönelik personele ihtiyaç duyulmaktadır.

Sektöre yönelik olarak üretilen akademik çalışmalar ve araştırma kuruluşlarınca üretilen raporların sektör için yeterli düzeyde olduğu söylenemez. Ancak RIS Mersin projesi kapsamında Mersin Lojistik Master Planı hazırlanmıştır. Plan kapsamında lojistik

ihyas organize sanayi bölgesi kurulumu gibi mega projeler öngörölmüştür. Uygulama noktasında planın gerçekleşme düzeyi düşük kalmış fakat bu çalışma ile Mersin diğer illere nazaran öne çıkmıştır.

Diğer bir önemli çalışma ise OECD'nin Global Liman Şehirleri Rekabetçilik Araştırması kapsamında Mersin Limanı'nın incelemesidir. OECD uzmanlarının geniş bir veri tabanı ve detaylı analizlerle yaptığı çalışma sonucunda Mersin Limanı'nın Akdeniz Limanları içindeki konumu ortaya koyulmuştur.

Lojistik sektöründe bilgi üretilmesine yönelik diğer bir proje ise bir yük merkezinin de kurulacağı Tırmıl'da bulunan Sanayi Sitesi'nde hizmet veren Tedarik Zinciri Akredite Test ve Ar-Ge Merkezidir. Merkezde, metal ve metale dayalı sanayi, paketleme ve ambalajlama sanayi, lojistik sektörü ve dış ticaret firmalarına yönelik çeşitli akredite test ve tersine mühendislik hizmetleri verilmektedir. (MTSO, 2017)

Bilişim Altyapısı: Bölgedeki lojistik sektöründe bilgi-iletişim teknolojilerinin kullanımı firma ölçeğine göre çeşitlilik göstermektedir. Aile şirketi olarak karayolu taşımacılığı yapan firmaların çoğunda bilişim altyapısı muhasebe ve araç takip sistemlerinden öteye geçmemektedir. Ancak firma ölçeği ve hizmet verilen coğrafi alan büyüdükçe operasyonların yönetilmesi adına yazılım geliştirilmesi kritik önem taşımaya başlamaktadır. Büyük ölçekte zincir mağazalara dağıtım yapan üretici firmalar veya bölgedeki nüfusun tüketimine yönelik ürün lojistiğinde müşteriye özel yazılımların geliştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle büyük ölçekli kurumsal firmalarda IT kullanımı yüksektir. Diğer yandan deniz taşımacılığında Mersin Limanı'na gelen yükler ile gümrükmeden sorumlu kamu otoritesi arasındaki bilgi akışına yönelik bilişim altyapısı kurulmuştur. Bu gelişme işlem sürelerini kısaltmak gibi somut bir etki yapmıştır. Kara, deniz ve hava taşımacılığında hizmet veren uluslararası firmalarda operasyon yönetimi, yük takip sistemleri ve lojistik çözümler üretilmesi gibi noktalarda IT kullanımı yüksek düzeydeyken, küçük ölçekli yerel firmalarda IT kullanımı sınırlı düzeyde kalmaktadır.

Diğer taraftan bölgede üretim yapan firmaların web tabanlı tedarik zinciri oluşturmaları ve teknoloji kullanımını artırmaları lojistik sektörünü birebir etkileyecektir. Küresel çapta yarışabilmek için küçük yüklerin birleştirilerek aynı varış noktasına gönderilmeleri çok önemlidir. Örneğin OSB'de faaliyet gösteren firmaların parsiyel taşımacılığa yönelik lojistik ihtiyaçlarına entegre bir yazılım sanayicilerin rekabet gücü kazanmalarını sağlayabilir. Sonuç olarak, hem üretici firmaların hem de taşımacılık firmalarının bilişim teknolojilerinden yararlanması taşıma maliyetlerini düşürmek ve taşıma hızını artırmak için önemli bir fırsattır.

Fiziksel Kaynaklar: Araç ve insan kaynağına ek olarak sektörün en büyük ağırlığa sahip olan girdisi akaryakıttır. Öyle ki girdilerin yaklaşık üçte birini oluşturmaktadır. Makroekonomik gelişmelerin döviz kuruna etkileri hem ticareti hem de lojistik sektörünü etkilemektedir. Sektördeki navlun ödemelerinin vadesi 1-2 aydır. Bu nedenle petrol fiyatlarındaki dalgalanmalar ve yükselişler karlılık oranlarını doğrudan aşağı çekmektedir. Petrol fiyatlarını etkileyen diğer bir unsur ise Türkiye’de akaryakıt üzerinden alınan vergilerin yüksekliğidir. Bu nedenle diğer ülkelere göre Türkiye’deki maliyetler yüksek kalmaktadır. Liman işletmeciliğinde kullanılan elektrik ve yakıt maliyetleri devlet teşviki kapsamında değildir. Ancak Akdeniz Havza’sındaki diğer limanların devlet teşviklerinden yararlanması Türkiye’deki diğer limanlar gibi Mersin Limanı’nı da dezavantajlı pozisyona sokmaktadır.

4.1.2. Talep Koşulları

Yerel Talebin Büyüklüğü ve Büyüme Hızı: Çukurova Bölgesi, İç Anadolu, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu’dan oluşan oldukça geniş bir hinterlanda sahiptir. Bölge, Türkiye’nin doğusunda ve güneydoğusunda üretilen ürünlerin dış pazarlara ulaşım kapısı olurken aynı zamanda sanayi üretimi için gerekli olan ithal ürünlerin ülkeye giriş kapısıdır.

2016 yılında Adana 1,6 milyar dolar, Mersin ise yaklaşık 1,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken Adana 1,8 milyar dolar, Mersin ise 1,2 milyar dolar ithalat gerçekleştirmiştir. Adana’nın en büyük ihracat partnerleri Irak’ın Almanya, Rusya, ABD, İspanya, Suriye ve İtalya’dır. Adana’nın ithalat yaptığı ülkelerin başında Çin ve Suudi Arabistan gelmektedir. Bu ülkeleri ABD, Güney Kore, Hindistan, Hollanda ve Almanya izlemektedir. Mersin’in ihracatında Irak en yüksek paya sahip olup, bunu Rusya, Suriye, Almanya, KKTC ve Ukrayna takip etmektedir. Mersin’in en fazla ithalat yaptığı ülkelerin başında Rusya, Kanada, Çin, Bosna Hersek, Hindistan, Ukrayna, ABD ve Meksika gelmektedir.

Ayrıca bölgede iki adet serbest bölge bulunmaktadır. 4,5 milyon m²’lik alana sahip Adana Yumurtalık Serbest Bölgesi, ülkemizin kimya, petro-kimya, demir-çelik, enerji santralleri, tersane ve çimento gibi ağır sanayi yatırımlarına yönelik ilk ve tek serbest bölgesidir. (TAYSEB, 2017) Mersin Serbest Bölgesi ise Mersin Limanı ile komşu olup 2016 yılında 2,9 milyar dolar ticaret hacmine ulaşmıştır.

Bölgenin hinterlandında Anadolu'da hızla sanayileşen ve Anadolu Kaplanları olarak bilinen kentler yer almaktadır. Bunlardan Gaziantep 6,4 milyar dolar, Kayseri 1,5 milyar dolar, Konya 1,3 milyar dolar, Hatay 1,7 milyar dolar ve Kahramanmaraş yaklaşık 1 milyar dolar ihracat gerçekleştirmektedir. Bu iller Adana ve Mersin ile birlikte Türkiye'nin yaptığı ihracatın yaklaşık %10'unu gerçekleştirmektedir ve ülkenin ihracat hedeflerini gerçekleştirmesi için önemli rol üstlenmektedir. İthalat noktasında ise Gaziantep 4,8 milyar dolar, Hatay 2,6 milyar dolar, Kayseri 1,5 milyar dolar, Konya 1 milyar dolar ve Kahramanmaraş 1,3 milyar dolar ithalat gerçekleştirmektedir. Bölgenin geneli düşünüldüğünde azımsanmayacak bir ithalat hacmi olduğu görülmektedir.

Talep artış hızını etkileyen en önemli etkenlerden biri devlet teşvikleridir. Bölgenin art alanında tüm teşvik sistemine göre altıncı bölge illeri, beşinci bölge illerinin büyük çoğunluğu ve çok sayıda 4. bölge illeri bulunmaktadır. Devletin bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması politikası kapsamında sağlanan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı gibi diğer devlet destekleri de düşünüldüğünde lojistik sektörüne olan talebin artacağını öngörmek zor değildir.

Lojistik faaliyetleri etkileyen diğer bir unsur ise bölgede ve hinterlandındaki nüfus büyüklüğüdür. Adana ve Mersin yaklaşık 4 milyon nüfusa ev sahipliği yapmaktadır. Bölgenin art bölgesinde Türkiye'nin en büyük kentlerinden bazıları yer almaktadır. Konya'nın nüfusu 2,2 milyon, Gaziantep'in nüfusu yaklaşık 2 milyon, Kayseri'nin nüfusu 1,3 milyon ve Kahramanmaraş'ın nüfusu 1,1 milyondur. Diğer şehirler de düşünüldüğünde bölgede ve art bölgesinde önemli bir nüfus büyüklüğünün olduğu fark edilmektedir. Ek olarak Suriye'den gelen insanların büyük çoğunluğunun güneydoğuya yerleşmesi hızlı bir nüfus artışı yaratmıştır. Türkiye genelinde Marmara Bölgesi başta olmak üzere batıda üretilen ürünlerin ülkenin doğusundaki tüketicilere ulaştırılması noktasında Çukurova Bölgesi tam bir köprü niteliğindedir.

Özellikle üretimlerini artırarak gelir düzeyini yükselten kentlerde tüketim malzemeleri daha çok talep edilmektedir. Bu nedenle Mersin Limanı'nı kullanarak art bölgesine hitap etmek isteyen yüksek ticaret hacmine sahip pazarlama firmaları bölgede dağıtım merkezi ve şube açmaya devam etmektedir. Bu gelişmelerin yarattığı ticaret hacmi bölgede taşımacılık, depolama, gümrükleme gibi lojistik faaliyetleri de artırmaktadır.

Yerel Talebin Sofistikasyonu: Bölgede ve hinterlandında üretilen ve ticareti yapılan ürünler incelendiğinde geniş bir sektörel çeşitlilik gösterdiği fark edilmektedir. Tarım, ormancılık, madencilik ve sanayi ürünleri hem ihraç edilmekte hem de bu

ürünlerin ithalatı yapılmaktadır. Genel olarak, bölgedeki lojistik firmaları tarafından geleneksel sektörler şeklinde nitelendirilebilecek, orta ve düşük teknoloji ürünler taşınmaktadır. 2015 yılı verilerine göre Adana’da yapılan ihracatın %52’si düşük teknoloji, %13’ü orta düşük teknoloji, %33’ü orta yüksek teknolojisi ve %2’si yüksek teknolojidir. Mersin’den yapılan ihracatın ise %56’sı düşük teknoloji, %23’ü orta düşük teknoloji, %19’u orta yüksek teknolojisi ve %2’si yüksek teknolojidir. Teknoloji düzeyi yüksek olmamakla birlikte, bölgede özellikle lojistikte hızın talep edildiği ürünler bulunmaktadır. Örnek olarak çabuk bozulabilen tarımsal ürünler ve büyük moda firmalarına taşıronluk yapan konfeksiyon firmaları verilebilir. Bu gibi örnekler taşımacılık sektörü için hız ve kalite konusunda itici güç oluşturacak bir talep yaratmaktadır.

Yerel Talebin Uluslararasılaşması: Adana’nın Güneydoğu geçiş güzergahı üstünde olması ve Mersin Limanıyla Mersin’in dışa açılan bir kapı niteliğinde olması bölgede çok sayıda çok uluslu şirketin faaliyet göstermesine sebep olmaktadır. Bu şirketlerin inovasyon yapma ve müşteri taleplerine göre hizmet geliştirebilme kapasitesi oldukça yüksektir. Bu nedenle örneğin Türkiye’de üretilen bir ürünün yurtdışına taşınması için geliştirilen yeni bir uygulamayı, Ortadoğu’daki bir ülkede aynı veya benzer ürünlere uyarlamak mümkün olmaktadır. Ancak çok uluslu firmaların Ar-Ge ve yazılım gibi birimleri genelde Marmara Bölgesi’nde olduğu için uluslararasılaşan uygulamalar çoğunlukla Çukurova Bölgesi’nde geliştirilmemektedir. Bununla birlikte bölge daha çok tüketim ve ticaret lojistiğine yönelik hizmet sunma konusunda uzmanlığa sahip olduğu için bu alanda gelişime çok açıktır. Ayrıca bölgenin üretim yapısına benzer ülkelerde Çukurova Bölgesi’nde geliştirilen lojistik çözümlerin uygulanması mümkündür. Örneğin bölgedeki tarım, konfeksiyon gibi sektörlerde benzer üretim yapısına sahip Kuzey Afrika ülkelerine lojistik uygulamaların ihraç edilmesi büyük potansiyel taşımaktadır.

4.1.3. Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı

Firma sayısı ve ölçekleri: 2016 yılı SGK kayıtlarına göre kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı sektöründe Adana’da 2828 işyerinde 11553 kişi istihdam edilmektedir. Mersin’de aynı sektörde 2907 işyerinde 12798 kişi istihdam edilmektedir. Adana’da boru hattı taşımacılığının öne çıktığı ve Mersin’de bu alanda hiç firma ve çalışan bulunmaması nedeniyle kara taşımacılığının Mersin’deki ağırlığının daha yüksek olduğu söylenebilir. Diğer bir gösterge olan karayolu filo büyüklüğü açısından bölge illeri Türkiye’deki

metropol şehirlerini takip etmektedir. Filo büyüklüğü sıralamasında İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa'nın ardından Mersin ve Adana gelmektedir. (Mohammad, 2016, s. 32)

Suyolu taşımacılığında Adana'da 5 firmada 26 çalışan bulunurken Mersin'de 43 firmada 197 çalışan bulunmaktadır. Hava taşımacılığında ise Adana'da 6 firmada 311 çalışan, Mersin'de 1 firmada 7 çalışan mevcuttur. Bölgenin en güçlü olduğu alanlardan bir diğeri ise taşıma için depolama ve destekleyici faaliyetlerdir. Bu alanda ise Adana'da 455 firmada 5440 çalışan, Mersin'de 853 firmadan 7995 çalışan bulunmaktadır. Lojistik sektörü kapsamında değerlendirilen 49, 50, 51, ve 52 kodlarına ilişkin verilerin SGK'ya kayıtlı veriler olduğu dikkate alınır, sektörde yaratılan istihdamın daha fazla olduğunu düşünmek mümkündür.

Adana ve Mersin'in birer tarım kenti olmasının yanında Adana Cumhuriyet'in ilk sanayileşen kentlerinden biridir. Bu nedenle üretimin ayrılmaz bir parçası olan taşımacılık faaliyetlerinin ilk geliştiği bölgeler arasındadır. 1950'lerde Mersin Limanı'nın yapımına başlanması bölgenin lojistik sektöründe önemli bir yer kazanmasındaki en büyük adım olmuştur. Liman ve uluslararası taşımacılık faaliyetleri Mersin'in gelişmesinde temel bir rol oynamış ve Doğu Akdeniz'deki konumu nedeniyle kent ticaret ve lojistik alanında faaliyet gösteren firmaların ve iş adamlarının ilgisini çekmiştir.

Genel olarak, hava ve deniz taşımacılığında firmaların uluslararası bağlantıları ve ölçekleri daha büyükken, kara taşımacılığında nispeten daha küçük oyuncular bulunmaktadır. Deniz taşımacılığında çok sayıda çok uluslu şirket, çok sayıda güçlü ulusal ve yerel firma Mersin'de faaliyet yürütmektedir. Kara taşımacılığında ise Adana çok uluslu ve ulusal firmaların bölge müdürlüklerine ev sahipliği yaparken, bunların yanı sıra KOBİ niteliğindeki yerel firmalar Adana ve Mersin'de faaliyet göstermektedir. Havayolu taşımacılığında büyük ölçekli oyuncular yer almakla birlikte kargo taşımacılığında Türk Hava Yolları öne çıkmaktadır. Demiryolu taşımacılığında ise serbestleşme kapsamında 2013 yılına kadar Türkiye'deki yetkili kuruluş olan TCDD ikiye ayrılarak demiryollarının altyapı kısmından sorumlu olan TCDD ve tren işletmeciliğinden sorumlu olan TCDD Taşımacılık AŞ. olarak hizmet vermeye başlamıştır. Depolama faaliyetleri ise büyük lojistik firmalarının ya da üretici firmaların kendi bünyesinde olabildiği gibi yalnızca depolama hizmeti veren yerel firmalar tarafından da yürütülmektedir. Bölgede taşımacılık şirketlerine ait depoların yanında yalnızca depolama hizmeti sunan çok sayıda KOBİ bulunmaktadır.

Kurumsallaşma Düzeyi: Kurumsallaşma düzeyi firma ölçekleri ile paralel olarak değişmekle birlikte, genel olarak, karayolu taşımacılığındaki kurumsallaşma düzeyinin denizyolu taşımacılığından düşük olduğu söylenebilir. Ayrıca lojistik sektörünün kurumsallaşma düzeyi açısından Çukurova Bölgesi'ni Marmara Bölgesi ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin arasında konumlamak mümkündür. Bölgede faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerde ve ulusal ölçekte hizmet veren firmalarda yönetim kadrosu profesyonellerden oluşmakta olup, yürütülen faaliyetlere ilişkin departmanlaşma görülmektedir. Ancak küçük ölçekli aile şirketlerinde yönetim genelde firma sahipleri tarafından gerçekleştirilmekte, ana operasyonlar dışında muhasebe haricinde farklı departmanlar kurulmamaktadır. Lojistik sektöründe her ne kadar üniversitelerle ilişkiler gelişmeye başlamış olsa da kurum içi eğitim önemini sürdürmektedir. İşlemlerin hatasız ve zamanında yürütülmesi için büyük firmalar tarafından eğitim programları düzenlenmektedir.

Lojistik sektöründe kayıt dışılık ve personel sirkülasyonu diğer sektörlerle kıyasla daha yüksektir. Kurumsallaşma düzeyi düşük olan firmalarda iş sağlığı ve güvenliği göz ardı edilen diğer bir önemli noktadır.

Rekabet ortamı: Uzun dönemde, firmaları kendilerini geliştirmeye ve inovasyon yapmaya en çok zorlayan şeylerden biri rekabetin fazla olduğu bir ortamdır. Bölgedeki lojistik sektöründe çok sayıda uluslararası, ulusal ve yerel firma faaliyet göstermekte ve rekabet yoğun olarak yaşanmaktadır. Hem taşımacılıkta hem de depolama ve diğer destekleyici alanlardaki firma sayısı, işletmeleri piyasada kalabilmek için birbirleriyle rekabete zorlamaktadır. Bölgedeki bu rekabet kalite rekabetinden ziyade fiyat rekabeti şeklinde kendini göstermektedir. Ancak bölgedeki büyük ölçekli sanayi ve ticaret firmalarının sayısı arttıkça talep edilen hizmetler de farklılaşmaktadır. Bu nedenle lojistik hizmet sunan ve talep eden firmaların ölçekleri büyüdükçe kalite ve inovasyona dayalı rekabet gelişmektedir.

Bölgenin lojistikle anılan bir yer halini almasındaki en büyük faktör Mersin Limanı'dır. Özelleştirilmiş olan limanın rekabetçiliği tüm sektörü etkileme kapasitesine sahiptir. Limanı işleten şirketin ortaklarından olan PSA International dünya genelinde birçok farklı lojistik noktasını işletmesi nedeniyle lojistik sektöründe çok güçlü bir oyuncudur. PSA'nın bu avantajı Mersin Limanı için yeni hatlarla anlaşılmasında kolaylık sağlamaktadır. Nitekim Mersin Limanı'nın güçlü yönleri arasında düzenli hatlara sahip olması yer almaktadır. Bu özelliği ile de Limak tarafından işletilen İskenderun Limanı'na

karşı rekabet gücü elde etmektedir. Ek olarak Mersin Limanı'nın derinliği ve depolama kapasitesi de diğer limanlara karşı rekabetçi üstünlük sağlamaktadır.

İşbirliği Kültürü: Lojistik maliyetlerin ve verimliliğin artması için karayolu, denizyolu, demiryolu gibi sektörün farklı dalları arasında ve özel sektör ile diğer kesimler arasında güçlü bir işbirliğinin sürdürülmesi elzemdir. Türkiye Liman İşletmecileri Derneği'nin yayımladığı Türk Limancılık Sektörü 2017 Raporu'na göre küreselleşmenin yerini lokalizasyona bırakmaya başlaması tedarik zincirlerini kısaltacak ve en fazla uzakyol deniz taşımacılığına talebi azaltacaktır. Bu öngörü doğrultusunda, Mersin Limanı'nın Avrupa ve Uzakdoğu hattında önemli bir nokta olduğu düşünülürse, işbirliklerinin öneminin daha da arttığını söylemek mümkündür.

2006-2008 yılları arasında Avrupa Birliği 6. Çerçeve Programı kapsamında RIS Mersin Projesi ile Türkiye'nin ilk Bölgesel İnovasyon Stratejisi hazırlanmıştır. Projenin sonunda tarım, turizm ve lojistik sektörleri öne çıkmış ve her sektör için platformlar kurulmuştur. Lojistikle ilgili akademi, sivil toplum, kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör arasındaki iletişim ve işbirliğini güçlendirmek adına RIS Mersin Projesi kapsamında kurulan Lojistik Platformu ilk dönemde sektörün gelişimine ilişkin projeler yürütse de günümüzde aktifliğini yitirmiştir. İşbirliği kültürü, sektörün ihtiyaç duyduğu projelerin yürütülmesinin yanı sıra girdi koşulları bölümünde belirtilen altyapı yatırımlarının hayata geçirilmesine yönelik lobi faaliyetleri için de kritik rol oynamaktadır. Bu nedenle yereldeki firmaların ve ilgili diğer aktörlerin katılımıyla oluşturulacak bir sivil toplum yapılanması bölgenin lobi gücünü artıracaktır.

4.1.4. İlgili Ve Destekleyici Sektörler

Her değer zincirinin doğal bir parçası olan lojistik sektörü tüm sektörlerle yakın ilişki içindedir. Bölgenin uzmanlaşma gösterdiği tarım, tekstil, gıda, kimya, plastik, metalik olmayan mineraller sektörleri başta olmak üzere bölgedeki sektörlerin değer zincirlerinin geliştirilmesine yönelik kümelenme çalışmaları bulunmamaktadır. Mersin'de gelişmekte olan süs bitkileri sektöründe ve Adana'da geleneksel bir sektör olan klasik mobilya sektöründe kümelenme çalışmaları yürütülmüş ancak kümeler başlangıç seviyesinde kalmışlardır. Bu nedenle bölgede gelişmiş küme faaliyetleri kapsamında lojistik sektörü ile bütünleşik rekabet stratejileri mevcut değildir.

Lojistik sektörü, taşımacılığın yanında depolama, paketleme ve katma değer hizmetleri, gümrük muayene gözetim işleri, ekspertiz işleri, sigorta işleri, stok yönetimi,

sipariş yönetimi gibi faaliyet alanlarını da kapsamaktadır. Taşımacılıktan lojistiğe geçilebilmesi için bu hizmetlerin entegre bir şekilde tasarlanması ve sunulması gerekmektedir. RİS Mersin Projesi kapsamında oluşturulan lojistik platformu dışında lojistik sektöründe de kümelenme veya büyük ölçekli işbirliği çalışmaları bulunmamaktadır.

Üründen ürüne geçişse de ortalama olarak bir ürünün satış fiyatının yüzde 4 ile 20'sini lojistik giderleri oluşturmaktadır. Bu durum, lojistik sektörü ile bölgede gelişmiş olan çok sayıda sektör arasında önemli düzeyde inovasyon ve verimlilik fırsatları sunmaktadır. Sektördeki büyük firmalar lojistik hizmetlerde özellikle yazılım boyutunda Ar-Ge çalışmaları yürütmektedir. Ancak büyük firmalar bu tür çalışmaları kendi bünyesinde genelde İstanbul'da kurdukları IT ekipleri ile sürdürmektedir. Bölgedeki teknoparklar dahil olmak üzere yerelde lojistik sektörü özelinde uzmanlaşmış bir yazılım sektörü bulunmamaktadır.

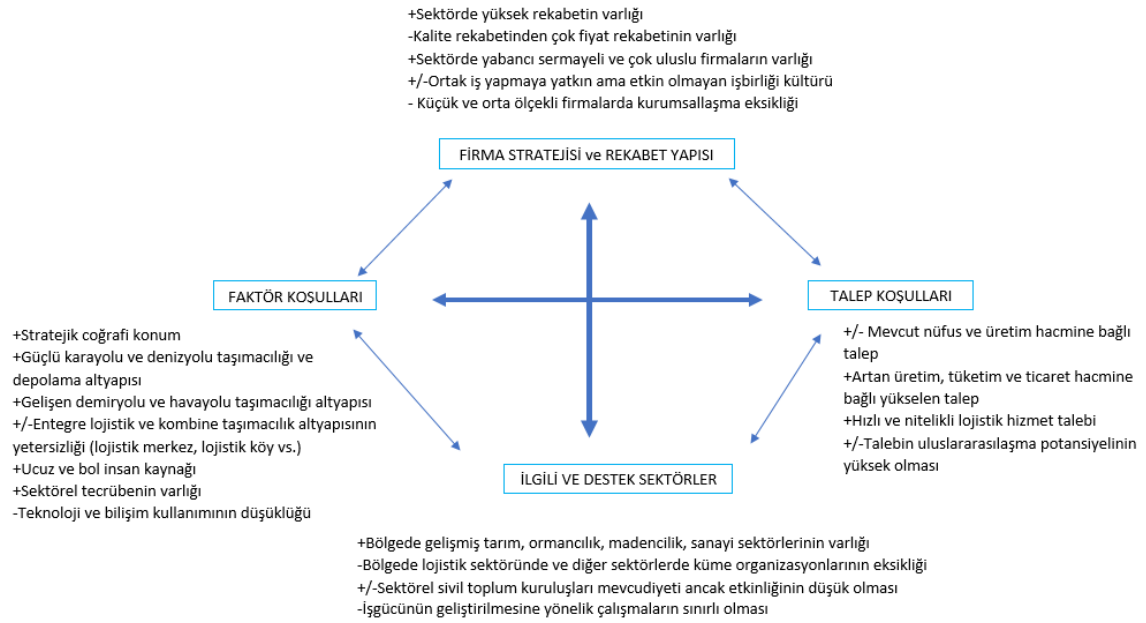
Lojistik sektörüne lojistik, dış ticaret, satış ve dağıtım gibi alanlarda insan kaynağı sağlayan Çukurova Üniversitesi, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Mersin Üniversitesi, Çağ Üniversitesi, Toros Üniversitesi bulunmaktadır. Ancak üniversiteler ve proje bazlı çalışmalar dışında lojistik sektöründeki işgücüne yönelik çalışmalar bölgede sınırlıdır. Son dönemde, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO) tarafından yürütülen bir proje kapsamında ticaret ve lojistik alanında Türkiye'nin ilk dış personel sınav ve belgelendirme merkezi kurulmaktadır. Proje ile dış ticaret ve lojistik alanında 5 yeterlilik ve 1 ulusal meslek standardı oluşturulması planlanmıştır. Türk Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK) akreditasyonu ve Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) yetkilendirmesi ile kurulacak merkez tarafından dış ticaret sorumlusu, dış ticaret elemanı, uluslararası ticaret uzmanı, lojistik operasyon yöneticisi, lojistik operasyon sorumlusu meslek dalları için personel sınav ve belgelendirme hizmeti verilecektir.

Ayrıca, MTSO'nun yürüttüğü bir proje ile kurulan, metal ve metale dayalı sanayi, paketleme ve ambalajlama sanayi, lojistik sektörü ve dış ticaret firmalarına yönelik çeşitli akredite test ve tersine mühendislik hizmetleri veren Tedarik Zinciri Akredite Test ve Ar-Ge Merkezi bulunmaktadır.

Sivil toplum sektörel gelişmenin sağlanması, işbirliği kültürünün gelişmesi, sektör içi bilgi paylaşımı ve sektörün ihtiyaç ve sorunlarının ilgililere iletilmesi gibi noktalarda kilit rol oynayan kuruluşlardır. Bölgede ulusal düzeyde çalışan bazı STK'ların şubeleri mevcuttur. Örneğin Mersin'de Uluslararası Nakliyeciler Derneği ve Lojistik Derneği'nin şubeleri, Adana'da Türkiye Nakliyeciler Derneği'nin şubesi bulunmaktadır. Ayrıca,

bölgedeki firmalar Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği veya Türkiye Liman işletmecileri Derneği gibi yerelde şubesi olmayan STK'lara da üye olmaktadır. Yerel düzeyde ise Mersin Nakliyeciler Derneği ve Mersin Gümrüklü Antrepocular Derneği gibi STK'lar bulunmaktadır. Sektörün sivil toplum kuruluşlarına gösterdikleri ilgi düşük olmamakla birlikte bu kuruluşların etkinliğinin yükseltilmesi sektörün gelişmesini hızlandıracaktır.

Özet olarak Elmas modelinin unsurları kapsamında yapılan değerlendirme aşağıdaki şekilde verilmektedir.



Şekil 105. Elmas Modeli

Faktör koşullarında stratejik coğrafi konum, güçlü karayolu ve denizyolu taşımacılığı ve depolama altyapısı, gelişen demiryolu ve havayolu taşımacılığı altyapısı, ucuz ve bol insan kaynağı, sektörel tecrübenin varlığı, entegre lojistik ve kombine taşımacılık altyapısının yetersizliği, teknoloji ve bilişim kullanımının düşüklüğü bulgularına ulaşılmıştır. Talep koşullarında mevcut nüfus ve üretim hacmine bağlı talep, artan üretim, tüketim ve ticaret hacmine bağlı yükselen talep, hızlı ve nitelikli lojistik hizmet talebi, talebin uluslararasılaşma potansiyelinin yüksek olması bulgularına ulaşılmıştır. Firma stratejisi ve rekabet koşulları bölümünde sektörde yüksek rekabetin varlığı, kalite rekabetinden çok fiyat rekabetinin varlığı, sektörde yabancı sermayeli ve çok uluslu firmaların varlığı, ortak iş yapmaya yatkın ama etkin olmayan işbirliği kültürü,

küçük ve orta ölçekli firmalarda kurumsallaşma eksikliği bulgularına ulaşılmıştır. İlgili ve destekleyici sektörler bölümünde bölgede gelişmiş tarım, ormancılık, madencilik, sanayi sektörlerinin varlığı, bölgede lojistik sektöründe ve diğer sektörlerde küme organizasyonlarının eksikliği, sektörel sivil toplum kuruluşları mevcudiyeti ancak etkinliğinin düşük olması, işgücünün geliştirilmesine yönelik çalışmaların sınırlı olması bulgularına ulaşılmıştır.



BÖLÜM V

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

5.1. Değerlendirme ve Sonuç

Küreselleşme ile birlikte sınırların önemi giderek azalmış ve gelişmekte olan ülkelerin büyüme hızları artmıştır. Bu süreçte rekabet gücü kavramı gelişmişlikle eş anlamlı olarak kullanılmaya başlanmış ve rekabet, uluslararası düzeyden bölgelere hatta şehirlere kadar inmiştir. Türkiye'nin de dahil olduğu gelişmekte olan ülkeler grubunda nitelikli insan kaynağı ve yatırımlar daha çok gelişmiş bölgelerde yoğunlaşarak bölgeler arası eşitsizliklerin giderilmesini zorlaştırmaktadır. Buna karşın Türkiye'nin dengeli büyüme politikası gereğince ülkenin batısında yoğunlaşan üretimin görece daha az gelişmiş bölgelere kayması ve bu bölgelerde girişimciliğin artması amacıyla teşvik sistemi gibi araçlar kullanılmakta ve bölgesel kalkınma planları yapılmaktadır. Bölgelerin kendi kaynaklarını ve potansiyelini kullanarak kaynaklarını en etkin şekilde kullandığı durumda, ülkenin de ekonomik gelişmesi hızlanarak uluslararası rekabet gücü artacaktır.

Adana ve Mersin illerinden oluşan TR62 düzey 2 bölgesi Bölgesel Kalkınma Ulusal Stratejisi'nde Marmara Bölgesi'ne alternatif ve metropol bir bölge olarak tanımlanmıştır. Ulusal plan ve programlarla uyumlu olacak şekilde Çukurova Kalkınma Ajansı koordinasyonunda 2014-2023 Çukurova Bölge Planı hazırlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu çerçevede, Bölge Planı'nda "uluslararası çekim merkezi ve üretim üssü olmak" stratejik amacı belirlenmiştir. Bu stratejik amaç altında enerji, lojistik, imalat sanayi, tarım ve turizm sektörlerine yönelik tedbirler belirlenmiştir. Bunlara ek olarak bölgenin ar-ge ve inovasyon kapasitesinin ve girişimcilik ortamının geliştirilmesi tedbiri bulunmaktadır.

Çukurova Bölge Planı'nda belirlenen stratejik amaç ve öncelikler doğrultusunda TR62 Bölgesi'ndeki sektörlerin bölgedeki yoğunlaşmaları, Türkiye'deki ve bölgedeki nispi büyüklükleri değerlendirilerek sektörel rekabet güçlerinin tespit edilmesi ve bölgesel kalkınmada önemli rol üstlenen sektörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda istihdam, ihracat ve satış hacimleri gibi farklı veri setleri üzerinden 3 yıldız analizi ve açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler analizi gerçekleştirilmiştir.

Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) tarafından NACE Rev.2 sınıflamasına göre açıklanan 2015 yılı istihdam verileri ile yapılan 3 yıldız analizi sonuçlarına göre Adana'da

19 sektör, Mersin’de ise 16 sektör istihdama göre rekabet gücü en yüksek sektörler olarak belirlenmiştir.

Adana’daki rekabetçi sektörler bitkisel ve hayvansal üretim, ormancılık ve tomrukçuluk, tekstil ürünleri imalatı, kimyasal ürünler imalatı, kauçuk ve plastik ürünler imalatı, makine ve ekipman kurulumu ve onarımı, bina inşaatı, bina dışı yapıların inşaatı, toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı, toptan ticaret, perakende ticaret, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler, hukuki ve muhasebe faaliyetleri, güvenlik ve soruşturma faaliyetleri, bina ve çevre düzenleme faaliyetleri, büro yönetimi, büro desteği faaliyetleri, eğitim, insan sağlığı hizmetleri sektörleridir. Adana’da en fazla istihdam yaratan sektörlerden perakende ticaret, bina inşaatı, bina ve çevre düzenleme faaliyetleri, toptan ticaret, eğitim, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı ve en yüksek istihdama sahip imalat sanayi sektörlerinden tekstil ürünleri imalatı ve kauçuk ve plastik ürünler imalatının rekabet gücü yüksek olarak belirlenmiştir. Gıda ürünleri imalatı ve fabrikasyon metal ürünleri, giyim eşyaları imalatı ise Adana’nın en rekabetçi sektörleri arasında bulunmamaktadır.

Mersin’deki rekabetçi sektörler ise bitkisel ve hayvansal üretim, ormancılık ve tomrukçuluk, gıda ürünleri imalatı, metalik olmayan ürünler imalatı, atık maddelerin değerlendirilmesi, bina inşaatı, bina dışı yapıların inşaatı, toptan ve perakende ticaret, motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı, toptan ticaret, perakende ticaret, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler, hukuki ve muhasebe faaliyetleri, idari danışmanlık faaliyetleri, güvenlik ve soruşturma faaliyetleri, kamu yönetimi ve savunma, zorunlu sosyal güvenlik sektörleridir. Mersin’de en fazla istihdam yaratan sektörlerden bina inşaatı, perakende ticaret, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, toptan ticaret, gıda ürünleri imalatı, metalik olmayan ürünler imalatının rekabet gücü yüksek olarak belirlenmiştir. Bina ve çevre düzenleme faaliyetleri, eğitim, fabrikasyon metal ürünleri giyim eşyaları imalatı, metalik olmayan ürünler imalatı ve kauçuk ve plastik ürünler imalatı ise Mersin’in en rekabetçi sektörleri arasında bulunmamaktadır.

İmalat sanayi sektörü yakından incelenerek 2011-2015 yılları arasındaki performansı değerlendirildiğinde Adana’da içecek imalatı, tekstil ürünleri imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı, kimyasal ürünler imalatı, kauçuk ve plastik ürünler imalatı, makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı sektörleri rekabet güçlerini artıran en güçlü imalat sanayi sektörleri olduğu

görülmektedir. Mersin’de ise metalik olmayan mineraller, gıda ürünleri imalatı, ağaç ve ağaç ürünleri imalatı, kağıt ve kağıt ürünleri imalatı ile içecek imalatı sektörleri analiz döneminde rekabet güçlerini artıran en güçlü imalat sanayi sektörleri olarak tespit edilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından ISIC Rev.3 sınıflamasına göre açıklanan 2015 yılı ihracat verileri ile yapılan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) Analizi sonuçlarına göre Adana’da 9 sektör, Mersin’de ise 7 sektör ihracata göre rekabet gücü en yüksek sektörler olarak belirlenmiştir.

Adana’daki rekabetçi sektörler atık ve hurdalar, tarım ve hayvancılık, kimyasal madde ve ürünler, ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb örülerek yapılan maddeler, gıda ürünleri ve içecek, tekstil ürünleri, kağıt ve kağıt ürünleri, metal cevherleri, plastik ve kauçuk ürünleri sektörleridir. Adana’nın en fazla ihracat yaptığı sektörlerden tekstil ürünleri, kimyasal madde ve ürünler, gıda ürünleri ve içecek, tarım ve hayvancılık, plastik ve kauçuk ürünleri rekabetçi olarak belirlenirken motorlu kara taşıtı ve römorklar sektörü rekabetçi görünmemektedir.

Mersin’deki rekabetçi sektörler ise ormancılık ve tomrukçuluk, tarım ve hayvancılık, balıkçılık, maden kömürü, linyit ve turb, tütün ürünleri, gıda ürünleri ve içecek, metal cevherleri sektörleridir. Mersin’in en fazla ihracat yaptığı sektörlerden tarım ve hayvancılık, gıda ürünleri ve içecek rekabetçi olarak belirlenirken, başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat, plastik madde ve ürünler, kimyasal madde ve ürünler ve metal eşya sanayi rekabetçi görünmemektedir.

İmalat sanayi sektörü yakından incelenerek 2011-2015 yılları arasındaki performansı değerlendirildiğinde Adana’da tarım ve hayvancılık, tekstil ürünleri, ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler, plastik ve kauçuk ürünleri sektörleri rekabet güçlerini artıran güçlü sektörlerdir. Mersin’de ise gıda ürünleri ve içecek, metal cevherleri, balıkçılık sektörleri rekabet gücünü analiz döneminde artıran güçlü sektörlerdir.

T.C. Bilim, Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı tarafından oluşturulan Girişimci Bilgi Sistemi’nde imalat sanayi sektörleri için yayımlanan net satış verileri üzerinden NACE Rev.2 sınıflamasına göre hesaplanmış 3 yıldız analizi sonuçlarına göre Adana’da 9 sektör, Mersin’de ise 6 sektör net satışlara göre rekabet gücü en yüksek sektörler olarak belirlenmiştir.

Adana’daki rekabetçi sektörler gıda ürünlerinin imalatı, içeceklerin imalatı, tekstil ürünlerinin imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz,

saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, mobilya imalatı, diğer imalatlardır. Adana'da en fazla net satış gerçekleştirilen sektörlerden gıda ürünlerinin imalatı, tekstil ürünlerinin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı rekabetçi sektörler arasında yer alırken, fabrikasyon metal ürünleri en rekabetçi sektörler arasında yer almamaktadır.

Mersin'deki rekabetçi sektörler gıda ürünlerinin imalatı, içeceklerin imalatı, ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı, kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatıdır. Mersin'de en fazla net satış gerçekleştirilen sektörlerden gıda ürünlerinin imalatı, diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı rekabetçi sektörler arasında yer alırken, ana metal sanayii ve fabrikasyon metal ürünleri en rekabetçi sektörler arasında yer almamaktadır.

Adana ve Mersin illerinin genel görünümü ve yapılan tüm analizler birlikte değerlendirildiğinde -NACE ve ISIC sınıflamalarındaki sektörel kapsam farklılıklarının göz ardı edilebileceği varsayımında- imalat sanayinde Adana'da tekstil ürünleri, kimyasal ürünler ile kauçuk ve plastik ürünlerin üretimi sektörlerinin, Mersin'de ise gıda ürünleri üretimi sektörünün en rekabetçi sektörler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bununla birlikte bitkisel üretimin her iki il için rekabetçi olduğu ve değer zincirinin bir parçası olarak gıda ve içecek sektörünü de geliştirdiği söylenebilir. Metalik olmayan mineraller sektörü ise özellikle cam ve çimento üretimi gibi bileşenler bazında bölgede öne çıkmakta ancak sektör net satışlara göre rekabetçi iken ihracata göre rekabetçi görünmemektedir. Bu sonucun oluşmasına ihracat verilerinin işletme merkezleri üzerinden kayda alınmasının sebep olduğu düşünülmektedir. Mersin'de ormancılık ve tomrukçuluk sektörünün hacminin çok büyük olmadığı ancak rekabetçi olduğu değerlendirilmektedir. Bölge illerinde ve art bölgede bulunan Güneydoğu ve İç Anadolu'daki tarımsal ve endüstriyel üretim hacmi, nüfus büyüklüğü ve Mersin Limanı'nın varlığı Adana ve Mersin'de toptan ve perakende ticaretin gelişmesine sebep olurken, buna ulaşım imkanları da eklenince bölgede lojistik sektörünün de güçlü sektörler arasında bulunduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Hizmetler sektöründe ise istihdam verilerine göre her iki ilde inşaat, hukuki ve muhasebe faaliyetleri ile güvenlik ve soruşturma faaliyetleri rekabetçi sektörler arasında yer almaktadır.

TR62 Bölgesi'ndeki lojistik sektörü için Elmas Modeli ile yapılan rekabetçilik analizine göre faktör koşulları bölümünde stratejik coğrafi konum, güçlü karayolu ve denizyolu taşımacılığı ve depolama altyapısı, gelişen demiryolu ve havayolu taşımacılığı altyapısı, entegre lojistik ve kombine taşımacılık altyapısının yetersizliği (lojistik merkez, lojistik köy vs.), ucuz ve bol insan kaynağı, sektörel tecrübenin varlığı, teknoloji ve bilişim kullanımının düşüklüğü bulgularına ulaşılmıştır. Talep koşulları bölümünde mevcut nüfus ve üretim hacmine bağlı talep, artan üretim, tüketim ve ticaret hacmine bağlı yükselen talep, hızlı ve nitelikli lojistik hizmet talebi, talebin uluslararasılaşma potansiyelinin yüksek olması bulgularına ulaşılmıştır. Firma stratejisi ve rekabet koşulları bölümünde sektörde yüksek rekabetin varlığı, kalite rekabetinden çok fiyat rekabetinin varlığı, sektörde yabancı sermayeli ve çok uluslu firmaların varlığı, ortak iş yapmaya yatkın ama etkin olmayan işbirliği kültürü, küçük ve orta ölçekli firmalarda kurumsallaşma eksikliği bulgularına ulaşılmıştır. İlgili ve destekleyici sektörler bölümünde bölgede gelişmiş tarım, ormancılık, madencilik, sanayi sektörlerinin varlığı, bölgede lojistik sektöründe ve diğer sektörlerde küme organizasyonlarının eksikliği, sektörel sivil toplum kuruluşları mevcudiyeti ancak etkinliğinin düşük olması, işgücünün geliştirilmesine yönelik çalışmaların sınırlı olması bulgularına ulaşılmıştır.

Bu tez çalışması kapsamında elde edilen veriler ve istatistiksel sonuçlara göre bölgenin mevcut durumunun genel bir fotoğrafı çekilmiş ve lojistik sektörünün rekabetçiliği detaylı değerlendirilmiştir. Bu aşamadan sonra sektörlerin gelişim stratejilerinin ve yol haritalarının belirlenmesi için detaylı ve nitel çalışmalara devam edilmesi tavsiye edilmektedir. Bölgedeki üretim, endüstriyel değer zincirleri bazında, sektörlerin ileri ve geri bağlantıları ve destekleyici diğer sektörler de dikkate alınarak analiz edilmelidir. Sektörlerin tarihçeleri öğrenilerek geçmişte nasıl evrimleştikleri tespit edilmeli ve anahtar yetenekler belirlenmelidir. Bu süreçte yereldeki sektörel kanaat önderlerinin ve sivil toplumun katılımı sağlanarak katkıları alınmalıdır. Lojistik sektörüne uygulanan Elmas Modeli ile bölgede kilit rol oynayan sektörler derinlemesine analiz edilmelidir. Sektörlerin küresel büyüme trendleri dikkate alınmak suretiyle gelişim senaryoları oluşturularak daha katma değerli üretim yapıları hedeflenmelidir.

Teknoloji alanında dünyada yaşanan hızlı gelişmeler takip edilerek tüm dünyada yeni gelişen niş alanlarda katma değerli ürün ve hizmetler üretilmelidir. Etkinleştirici anahtar teknolojiler (KETs) ve Endüstri 4.0 kapsamında sektörlerin teknoloji ve bilgi kullanım düzeyleri ve multi-sektörel çalışmalar artırılmalıdır. Üniversiteler ve araştırma merkezleri ile özel sektör arasındaki ve farklı sektörlerdeki işbirliği ve iletişim

geliştirilerek bölgenin Ar-Ge ve inovasyon kapasitesi geliştirilmelidir. Bölgenin rekabet gücünü artırmak için ihtiyaç duyulan tüm bu çalışmalar yapılırken Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere birçok ülkede uygulanan Akıllı Uzmanlaşma İçin Araştırma ve Yenilik Stratejileri (RİS3) ve kümelenme gibi metodolojik çerçevelerin kullanılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bölgenin rekabetçi avantaja sahip oldukları alanlarda iş ortamının iyileştirmesi sonucunda daha verimli ve yenilikçi bir ekonomi oluşturulması ve bölgeye daha fazla yatırım çekilmesi sağlanabilecektir. Böylece hem küresel ekonomik sisteme entegrasyonun güçlenmesi hem de yeni istihdam alanları yaratılması mümkün olacaktır. Sonuç olarak, bölgesel düzeyde yapılacak bu tür çalışmalar, bölgesel ekonomik gelişmeyi tetikleyecek ve Türkiye'nin orta gelir tuzağından kurtularak gelişmiş ülkeler arasına girme hedefine ulaşılması için önemli katkı yapacaktır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2013). Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi Ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme. *Akademik Bakış Dergisi*.
- Aiginger, K. (2006). Competitiveness: From a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externalities. *Journal of International Competitive Trade*, No: 6(2), 161-177.
- Bayraktutan, Y. (2003). Bilgi Ve Uluslararası Ticaret Teorileri. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 175-186.
- Borozan, D. (2008). Regional Competitiveness: Some Conceptual Issues and Policy Implications. *Interdisciplinary Management Research*, s. 52.
- Boschma, R. A. (2004). Competitiveness of Regions from an Evolutionary Perspective. *Regional Studies*, Vol.38.9, 1001-1014.
- Buckley, P. J., Pass, C. L., Prescott, K. (1988). Measures of International Competitiveness: A Critical Survey. *Journal of Marketing Management*, s. 175-200.
- Cho, D. S. (1998). From National Competitiveness To Bloc And Global Competitiveness . *Competitiveness Review* Vol.8(1), 11-23.
- Cho, D. S., Moon, H. C. (2000). *From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory*. World Scientific.
- Cho, D. S., Moon, H. C., Kim, M. Y. (2009). Does One Size Fit All? A Dual Double Diamond Approach To Country-Specific Advantages. *Asian Business And Management* Vol.8(1), 83-102.
- Çivi, E., Erol, İ., İnanlı, T., Erol, E. D. (2008). Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Çukurova Kalkınma Ajansı. (2014). *2014-2023 Çukurova Bölge Planı*.
- Dünya Ekonomi Forumu . (2016). *2016-2017 Dünya Rekabet Gücü Raporu*.
- Dünya Ekonomi Forumu. (2016). *Küresel Rekabet Raporu*.
- Gardiner, B., Martin, R., Tyler, P. (2004). Competitiveness, Productivity and Economic Growth across the European Regions. *Regional Studies*, Vol. 38.9, 1045-1067.
- Garelli, S. (2006). Competitiveness of Nations:the Fundamentals. *IMD World Competitiveness Yearbook 2006*.
- Gökmenoğlu, S. M., Akal, M., Altunışık, R. (2012). Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, 13(4), 3-43.
- Grubel, H., Lloyd, P. J. (1971). The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. *Economic Record* Vol.47, 494-517.
- Jayadevappa, R., Chhatre, S. (2000). International Trade And Environmental Quality: A Survey. *Ecological Economics*, 32(2), 175-194.
- Kalkınma Bakanlığı. (2013). *İllerin Ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması*. Ankara.
- Kalkınma Bakanlığı. (2014). *Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi 2014-2023*. Ankara.
- Kara, M. (2008). *Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kavramı Ve Bölgesel Kalkınma Politikalarına Yansımaları*. Ankara: DPT.
- Keesing, D. (1966). Labor Skills and Comparative Advantage. *The American Economic Review*, No: 56(1/2), 249-258.
- Kenen, P. (1965). Nature, Capital and Trade. *Journal of Political Economy*, No: 73(5), 437-460.
- Ketels, C. (2016). *Review of Competitiveness Framework*. Dublin.

- Krugman, P. (1980). Scale Economies, Product Differentiation and the Pattern of Trade. *The American Economic Review*, No:70(5), 950-959.
- Krugman, P. R. (1979). Increasing Returns, Monopolistic Competition, Testing and International Trade. *Journal of International Economics*, 9, 469-479.
- Landau, R. (1992). *Technology, Capital, Formation and U.S. Competitiveness*. Competitiveness review, vol.:1.
- Leamer, E. E. (1980). The Leontief Paradox, Considered. *Journal of Political Economy*, 88, 495-503.
- Linder, S. B. (1961). An Essay on Trade and Transformation. *Almqvist-Wiksell*.
- Martin, R. L. (2004). *A Study on the Factors of Regional Competitiveness, A draft final report for The European Commission Directorate-General Regional Policy*. European Commission.
- Mohammad, M. (2016). A Study Of The Geographical Distribution And Characteristics Of Logistics Clusters In Turkey.
- Moon, H. C., Rugman, A. M., Verbeke, A. (1998). A Generalized Double Diamond Approach to the Global Competitiveness of Korea and Singapore. *International Business Review* 7, 135-150.
- MTSO. (2017). *Tedarik Zinciri Akredite Test ve Ar-Ge Merkezi*. http://mtsolab.com/adresinden_alindi
- OECD. (1992). *Technology and the Economy: The Key Relationships*. Paris.
- OECD. (1996). *STI Working Papers 1996/5 Globalisation And Competitiveness: Relevant Indicators*. Paris.
- Porter, M. (1990/2011). Ulusların Rekabet Üstünlüğü. *Rekabet Üzerine (K. Tanrıyar, Çev.)* (s. 201-242). içinde İstanbul: Optimist Yayıncılık.
- Porter, M. (1995/2011). Coğrafi Konumlar Arası Rekabet. *Rekabet Üzerine (K. Tanrıyar, Çev.)* (s. 341-379). içinde İstanbul: Optimist Yayınları.
- Porter, M. E. (1990). Ulusların Rekabet Üstünlüğü. *Harvard Business Review*.
- Porter, M. E. (1991). *Competitive Advantage of Nations*. New York: The MacMillan Press.
- Posner, M. V. (1961). International Trade and Technical Change . *Oxford Economic Papers*, No: 13, 323-341.
- Ricardo, D. (1817). *The Principles Of Political Economy And Taxation*. J M Dent.
- Rugman, A. M., D'Cruz, J. R. (1993). The "Double Diamond" Model of International Competitiveness: The Canadian Experience. *Management International Review*, vol.33, 17-39.
- Rybczynski, T. (1955). Factor endowments and relative commodity prices. *Economica, New Series*, Vol. 22, No. 88 , 336-341.
- Samuelson, P. A. (1948). International Trade and the Equalisation of Factor Prices. *The Economic Journal*, Vol. 58, No. 230 , 163-184.
- Sosyal Güvenlik Kurumu. (2015).
- Sosyal Güvenlik Kurumu. (2017). www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari adresinden alındı
- Sözer, S. (2015). Türkiye Düzey 2 Bölgelerinin Rekabet Edebilirliğinin Değerlendirilmesi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Stolper, W., Samuelson, P. (1941). Protection and real wages. *The Review of Economic Studies*, 9(1), 58-73.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2015). Girişimci Bilgi Sistemi.
- TAYSEB. (2017). TAYSEB Web Sitesi: <http://www.tayseb.com/tr/hakkimizda> adresinden alındı

- TCDD. (2017). *TCDD*. <http://www.tcdd.gov.tr/content/99> adresinden alındı
- TÜİK. (2014).
- TÜİK. (2015).
- TÜİK. (2016).
- TÜİK. (2017). <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul> adresinden alındı
- Tümertekin, E., Özgüç, N. (2005). *Ekonomik Coğrafya: Küreselleşme ve Kalkınma*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle . *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 80, No. 2 , 190-207.
- World Economic Forum. (2006). *Global Competitiveness Report 2006-2007*.
- Yılmaz, Ş. E. (2014). *Dış Ticaret Kuramlarının Evrimi*. Ankara.
- Yüksel, E., Sarıdoğan, E. (2011). Uluslararası Ticaret Teorileri Ve Paul R.Krugman'ın Katkıları. *Öneri Dergisi*, 199-206.



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Esmenur KARABIYIK
Doğum Yeri ve Tarihi : Gaziantep– 09/11/1984
E-posta : esmakarabiyik@gmail.com

EĞİTİM BİLGİLERİ

Yüksek Lisans: Çukurova Üniversitesi, İktisat, 2017

Lisans: Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, 2008

Yabancı Dil: İngilizce

İŞ TECRÜBESİ

2012-....., Çukurova Kalkınma Ajansı, Uzman

2010-2012, Ahiler Kalkınma Ajansı, Uzman